

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL EJERCICIO ACTUAL DEL
PERIODISMO DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA.



OVIDIO SANIC LARIOS

CHIQUIMULA, GUATEMALA, OCTUBRE 2013

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL EJERCICIO ACTUAL DEL
PERIODISMO DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA

TRABAJO DE GRADUACIÓN
(Tesis)

Sometido a consideración del Honorable Consejo Directivo

Por

OVIDIO SANIC LARIOS

Al conferírsele el título de
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

En el grado académico de

LICENCIADO

CHIQUIMULA, GUATEMALA, OCTUBRE DE 2013

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



RECTOR
Dr. CARLOS ESTUARDO GALVEZ BARRIOS

CONSEJO DIRECTIVO

Presidente:	M.Sc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera
Representante de Profesores:	M.Sc. Edgar Arnoldo Casasola Chinchilla
Representante de Profesores:	Ph.D. Felipe Nery Agustín Hernández
Representante de Graduados:	Lic. Zoot. Alberto Genesio Orellana Roldán
Representante de Estudiantes:	Br. Heidy Jeaneth Martínez Cuestas
Representante de Estudiantes:	Br. Otoniel Sagastume Escobar
Secretaria:	Licda. Marjorie Azucena González Cardona

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Coordinador Académico:	Ing. Agr. Edwin Filiberto Coy Cordon
Coordinador de Carrera:	Lic. José Israel Pérez Posadas

ORGANISMO COORDINADOR DE TRABAJOS DE GRADUACIÓN

Presidente: Lic. Juan Carlos Ruiz Calderón
Secretario: Licda. Lucrecia María Arriaza Mejía
Vocal: Lic. Edgar René Andrade Sáenz

TERNA EVALUADORA

Lic. Luis Rodolfo Guzmán Velásquez
Licda. Lucrecia María Arriaza Mejía
Licda. María Roselia Lima Garza.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
Finca El Zapotillo, Zona 5, Chiquimula.
PBX 78730300



Chiquimula, 7 de septiembre de 2013

Señor:

Licenciado José Israel Pérez Posadas
Coordinador de la carrera Ciencias de la Comunicación
Ciencias de la Comunicación –Plan Sábado-
Centro Universitario de Oriente
Su despacho.

Respetuosamente:

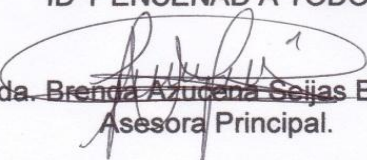
Considerando el fallo favorable de la terna nombrada según el **ACTA 12/2013** de fecha 17 de agosto de 2013, respecto al informe final del trabajo de graduación titulado **“Diagnóstico para determinar el ejercicio actual del periodismo digital en el municipio de Chiquimula”**, presentado como Trabajo de Graduación (tesis) por el estudiante Ovidio Sanic Larios, la cual después de haber sido evaluado mediante exposición y defensa del informe, el día 31 de agosto de 2013; fue aprobado con correcciones.

En virtud de lo anterior, en mi calidad de ASESORA PRINCIPAL, después de haber tenido a la vista las correcciones y haber realizado la revisión técnica correspondiente. Se hace mención que durante el proceso de la investigación se realizaron correcciones y ajustes, los cuales fueron realizados por el estudiante con satisfacción. El autor es responsable del contenido, interpretación, uso de las fuentes y forma de presentación en el informe de la presente investigación.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional del estudiante Ovidio Sanic Larios, en mi opinión, cumple con los requisitos exigidos por el Normativo de Trabajos de Graduación de la carrera Ciencias de la Comunicación –Plan Sábado- de este centro de estudios. Sirva el presente dictamen para que se proceda el trámite que corresponda para optar el título en Ciencias de la Comunicación, en el grado académico de Licenciado.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


Licda. ~~Brenda Azucena Seijas~~ Balcárcel
Asesora Principal.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
Finca El Zapotillo, Zona 5, Chiquimula.
PBX 78730300

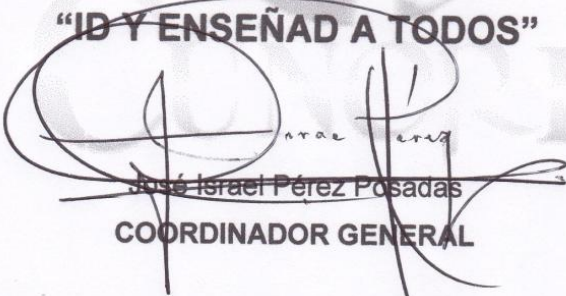


COORDINATURA GENERAL DE LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Chiquimula, siete de
septiembre de dos mil trece. -----

ASUNTO: Solicitud de impresión del informe final de trabajo de graduación,
intitulado: **"DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL EJERCICIO ACTUAL
DEL PERIODISMO DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA,** que
para optar al título de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN y el grado
académico de Licenciado, presenta el estudiante OVIDIO SANIC LARIOS,
quien fuera asesorado por la Licenciada BRENDA AZUCENA SEIJAS
BALCÁRCEL. -----

Siendo que en opinión de esta Coordinatura, el informe final del trabajo de
graduación presentado cumple con los requisitos establecidos por el normativo
especifico, atentamente pase a la Dirección, para que se sirva autorizar la impresión
del informe de mérito. -----

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


José Israel Pérez Posadas

COORDINADOR GENERAL



NOTA: únicamente el autor del trabajo de graduación es responsable de la originalidad,
autenticidad de los datos aportados, opiniones o doctrinas sustentadas, redacción, ortografía
y citas bibliográficas: incluyendo, la apropiación indebida de créditos que no le corresponden
por no ser de su autoría, que pudieran ser violatorias de los derechos de autor o de las
normas de ética.

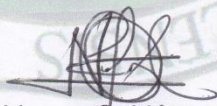
c.c. Archivo

**DICTAMEN DE LA COORDINATURA: TRABAJO DE GRADUACIÓN
ESTUDIANTE: OVIDIO SANIC LARIOS -200742924**

EL INFRASCRITO DIRECTOR DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, POR ESTE MEDIO HACE CONSTAR QUE: Conoció el Trabajo de Graduación que efectuó el estudiante **OVIDIO SANIC LARIOS** titulado **“DIAGNÓSTICO PARA DETERMINAR EL EJERCICIO ACTUAL DEL PERIODISMO DIGITAL EN EL MUNICIPIO DE CHIQUIMULA”**, trabajo que cuenta con el aval de el Revisor y Coordinador de Trabajos de Graduación, de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Por tanto, la Dirección del CUNORI con base a las facultades que le otorga las Normas y Reglamentos de Legislación Universitaria **AUTORIZA** que el documento sea publicado como **Trabajo de Graduación** a Nivel de Licenciatura, previo a obtener el título de **Ciencias de la Comunicación**.

Se extiende la presente en la ciudad de Chiquimula, el nueve de octubre de dos mil trece.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Nery Waldemar Galdámez Cabrera

**DIRECTOR
CUNORI - USAC**



c.c. Archivo

NWGC/ars

ACTO QUE DEDICO

AL SER SUPREMO

Sé que el paso del hombre es fugaz sobre la Tierra, doy gracias por esta oportunidad de vivir y sonreír ante los logros del esfuerzo, disciplina y la actitud positiva.

A MIS PADRES

Emiliana Larios Pérez y Eleuterio Sanic Ordoñez
Quienes me dieron las bases de mi educación, gracias por su amor, también por guiarme en el sendero correcto y ser luz en medio de la oscuridad.

A MIS HERMANOS

Irma, Edwin, Sergio, Walter, Kimberlyn y Suleydi.
Gracias por su apoyo y amistad de hermanos, sé que cada uno de ustedes, tiene un don maravilloso. ¡No se rindan, jamás!

A MIS AMIGOS

Gladis Reyes (Glary), Fidela Girón (Seño Fide), Geovany Cervantes, Manuel Rodríguez, Marco Antonio Lemus, Ronadil Orellana, Francisco Morales, José Luis Perdomo... Gracias por cruzarse en mi camino, por las palabras llenas de optimismo, los buenos momentos, espero poder seguir estrechándolos hasta el fin de mis días.

A MI ASESORA PRINCIPAL

Licda. Brenda Azucena Seijas Balcárcel
Gracias por compartir su experiencia y apoyo en la realización de esta obra, su excelente asesoría se reflejó desde el inicio hasta el final.

A MI ASESOR ADJUNTO

Lic. Abner Mardoqueo Rodas Arzet
Gracias por confiar y creer en mí, también por dejar las huellas del éxito, sus consejos no fueron en vano.

A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO

Gracias Emisoras Unidas 89.9. Agradezco la comprensión de cada uno de ustedes y por la sincera amistad que nos une entre colegas, Oscar Castañeda, Dorita Ramos, Aroldo Guancín y Eduardo Bocaletti.

“La perseverancia es un gran elemento del éxito, si tocas el tiempo suficiente con la fuerza necesaria la puerta, estarás seguro de despertar a alguien.”
Henry Longfellow.

Resumen

La implementación de la tecnología en el periodismo ha hecho una fusión que ha evolucionado este oficio, la redacción, herramientas, y la combinación de audio, video, texto e imágenes al mismo tiempo en el portal de Internet. Esto fue motivo para estructurar el objetivo principal de la investigación, elaborar un diagnóstico sobre el ejercicio actual del periodismo digital en el municipio de Chiquimula.

No importa lo mucho que cambie el mundo, para la profesión del periodismo varias cosas estructurales no deben cambiar; como el corroborar la información que se publica, la investigación, la ética profesional, la formulación de preguntas difíciles y la búsqueda de la verdad. Pero hay otras que deben cambiar de manera inevitable: en particular, las herramientas del periodista contemporáneo.

Esta investigación se realizó con base a los conocimientos, herramientas tecnológicas y actividades periodísticas que realizan los comunicadores encargados de informar a través de las 6 páginas en Internet, que fueron seleccionadas como muestra de estudio de la cabecera departamental de Chiquimula.

Las páginas de Internet que formaron parte de la investigación, tienen varios aspectos en común, por ejemplo; la información que brindan a los internautas se refiere a noticias de carácter religioso, cultural y deportivo, esto ayudó al cumplimiento de los objetivos trazados. De esa forma la hipótesis manifestaba que “Los comunicadores digitales del municipio de Chiquimula, carecen de conocimiento y equipo necesario para ejercer el periodismo digital”. Al concluir la investigación se conoció que el 100% de los comunicadores de las páginas web del municipio de Chiquimula, definen con precisión el concepto de periodismo digital; sin embargo, el 33% no tienen conocimientos previos para laborar en las plataformas de Internet. También se determinó que el 67% de los comunicadores el mayor reto es la actualización en los diferentes programas de computación ya que las herramientas que se utilizan para la buena realización del periodismo digital, son renovadas constantemente. Asimismo, el 100% de los

comunicadores afirmó que las páginas web brindan mayor información con más rapidez que los medios tradicionales, debido al formato digital.

En la investigación realizada se concluyó que el 84% de los comunicadores afirman, que un periodista tradicional puede hacer periodismo digital, siempre que se actualice en las nuevas tecnologías para la realización adecuada del ciberperiodismo.

Con esta investigación se hace un aporte de técnicas del periodismo digital que busca ayudar al comunicador a mejorar su labor en los medios digitales, también para los estudiantes de periodismo de las diferentes universidades del país, asimismo en esta investigación se hace una propuesta con el único fin de aportar en los conocimientos de esta profesión digital que evoluciona constantemente, la propuesta es la implementación dentro del pensum de estudios de la carrera Ciencias de la Comunicación, del curso Periodismo Digital, el cual fue estructurado debidamente sobre los conocimientos que debe tener el estudiante de periodismo que curse el cuarto semestre de la carrera.

Índice

Caratula	i
Resumen	ii
Introducción	iii
Capítulo I	1
Marco metodológico	
1. Planteamiento del problema	1
1.1 Antecedentes	1
1.1.1 Los inicios de la prensa electrónica	2
1.1.2 Investigaciones recientes de periodismo digital en Guatemala	2
1.2 Contexto	4
1.3 Justificación	5
1.4 Sistematización	6
1.5 Definición del problema	9
1.6 Alcances y límites	9
1.6.1 Objeto de estudio	9
1.6.2 Delimitación del problema	9
1.6.3 Limitación geográfica	9
1.6.4 Limitación temporal	9
1.6.5 Ámbito institucional	9
2. Objetivos	10
2.1 Objetivo general	10
2.1.1 Objetivos específicos	10
2.2 Hipótesis	10
3. Diseño metodológico	11
3.1 Tipo de investigación	11
3.1.1 Enfoque de la investigación	11

3.2 Definición de población y muestra	11
3.2.1 Población	11
3.2.2 Muestra	11
3.3 Conceptualización y operación de variables	11
3.4 Técnica de recolección de datos	11
3.4.1 Instrumento	12
3.5 Fuentes de información	12
3.6 Estrategia de investigación	12
3.7 Cronograma de actividades a) 2012	12
3.7.1 Cronograma de actividades b) 2013	13
3.7.2 Cronograma de actividades c) 2013	14
3.8 Presupuesto	14
3.9 Limitación del estudio	14
Capítulo II	15
Marco Referencial	
2. Departamento de Chiquimula	15
2.1 Estadística poblacional	15
2.2 Antecedentes	15
2.3 Orográficamente	16
2.4 Hidrografía	16
2.5 Producción agrícola	16
2.6 Carreteras y municipios	17
2.7 Creación del departamento	17
2.8 Diversidad	17
2.81 División político-administrativa	17

2.8.2 Accidente hidrográficos	18
2.8.3 Número de habitantes	18
2.8.4 Producción agropecuaria	18
2.8.5 Producción artesanal	18
2.8.6 Servicios públicos	18
2.8.7 Fiesta patronal	18
2.8.8 Observaciones	18
Capítulo III	19
Marco Teórico	
1 Antecedentes temáticos	19
1.2 ¿Qué define al periodista?	19
1.3 La interactividad	20
2. Conceptos	21
2.1 Base de datos	21
2.2 Ciberespacio	21
2.3 Ciberperiodismo	21
2.4 Ciberperiodismo, sus fases.	22
2.4.1 Básica	22
2.4.2 Multimedia	22
2.5 Clasificación de los medios de comunicación social cibernéticos MCSC	22
2.5.1 Periódicos en línea	22
2.5.2 Periódicos multimediáticos	22
2.5.3 Nuevo medio cibernético	22
2.5.4 Géneros ciberperiodísticos	23
2.6 Ciencia de la información	23
2.7 Características de los medios digitales	23

2.7.1 Evolución de la comunicación	24
2.7.2 Infinidad de contenidos en la web	24
2.7.3 Similitudes y diferencias de los medios clásicos y digitales	24
2.8 Consideración acerca de los géneros periodísticos y el ciberespacio	25
2.8.1 Redacción	25
2.8.2 Redacción periodística	25
2.8.3 Pirámides ¿Pirámide invertida o pirámide perversa?	25
2.8.4 La pirámide invertida perfecta	26
2.8.5 Pirámide invertida vertical	27
2.8.6 Estructura de la pirámide invertida vertical (tradicional)	27
2.8.7 Representación de la pirámide invertida horizontal	28
2.9 Cómo reportear noticias para la Web	28
2.9.1 Los sitios Web necesitan noticias de última hora	29
2.9.2 Escribir para la Web	29
2.9.3 Oportuno y relevante	29
2.9.4 Escribir vívidamente y fuerte	29
2.9.5 Los titulares venden la historia	30
2.9.6 ¿Cómo se define un buen titular para la Web?	30
2.9.7 Los fundamentos: formatos de audio	31
2.9.8 Comprimido (en sitios Web)	31
2.9.9 No comprimido (no se encuentra en sitios Web)	31
2.10 Diagnóstico	32
2.11 Dominio	32
2.12 Enlace	32
2.13 E-mail o correo electrónico	32

2.14 Informática	33
2.15 Internet	33
2.16 Libertad de expresión en la era digital	34
2.17 La influencia de las telecomunicaciones y la informática en el entorno de una noticia	34
2.17.1 Lectura no secuencial	35
2.17.2 Universal	35
2.17.3 Instantáneo	35
2.17.4 Actualizable	35
2.17.5 Profundidad	35
2.17.6 Interactividad	35
2.17.7 Personalización	35
2.17.8 Disponibilidad	35
2.17.9 Multimedia	36
2.17.10 Confiable	36
2.17.11 Servicios gratuitos	36
2.17.12 Nueva retórica	36
2.17.13 El lector como creador de opinión	36
2.18 Los nuevos paradigmas de la comunicación	36
2.19 Nuevas tecnologías de comunicación	37
2.20 Nuevos contenidos periodísticos	38
2.21 Medio de comunicación	38
2.22 Periodismo	39
2.23 Periodismo digital	39
2.24 Periódico	40

2.25 Periódico digital	40
2.26 Periódicos electrónicos	41
2.27 Periodismo digital en Guatemala	41
2.28 Primer periódico digital en América Latina	41
2.29 Principios del periodismo digital	42
2.30 Producto digital	43
2.31 Producción informativa	43
2.32 Redes sociales	43
2.33 Requisitos para ser (buen) periodista online	44
2.34 Claves para ser un buen periodista	44
2.35 Web	46
2.36 Web 2.0	47
Capítulo IV	
Resultados	48
Discusión de resultados	50
Capítulo V	57
Propuesta	
Introducción	57
Justificación	58
Propuesta curso de Periodismo Digital	58
3.2 Conclusiones	62
3.3 Recomendaciones	64
4.1 Bibliografía	65
4.2 Apéndice	68
4.2.1 Glosario	69
4.2.2 Gráficas	84
4.2.3 Cuestionario	99
4.2.4 Pensum de la carrera Ciencias de la Comunicación	104

Introducción

“La radio necesitó 38 años antes de alcanzar los 50 millones de oyentes, en tanto que la televisión precisó de 13 años para alcanzar la misma cifra a nivel mundial. Internet, en apenas cuatro años (desde 1991 hasta 1995), alcanzó más de 50 millones de usuarios en todo el mundo” (Salaverría 2003).

El periodismo es la actividad de recolectar, elaborar y publicar información relativa a la actualidad, especialmente a hechos novedosos de interés social y público. La base del periodismo es la noticia, el periodismo también comprende diversos géneros: informativo, interpretativo y de opinión. La información puede recabarse y difundirse mediante distintos medios o soportes técnicos, lo que da lugar al periodismo digital.

Las nuevas tecnologías están incidiendo de manera interesante en los medios de comunicación y en particular en la prensa escrita. La mayor parte de los periódicos tienen versiones digitales, radio y televisión también proveen noticias de forma instantánea a sus audiencias. El periodismo digital ha cambiado el modo de publicar el producto informativo pues se basa en la forma en que se realiza esa producción. Según (Salaverría 2003) la tecnología digital posee tres características que la diferencian de los periódicos en papel: La producción informativa, el usuario e interactividad y los nuevos contenidos.

Sobre la evolución que está pasando a cada instante la profesión del periodismo, en todo el mundo, fue necesario investigar lo que ocurre en la ciudad de Chiquimula, tomando en cuenta que también hay páginas de Internet que informan de acontecimientos locales. Es así como se planteó elaborar un diagnóstico sobre el ejercicio actual del periodismo digital en la cabecera departamental de Chiquimula, Guatemala. Se tomó en cuenta los conocimientos del periodismo digital de los comunicadores, las herramientas tecnológicas y las actividades periodísticas que realizan diariamente.

Pocas actividades experimentan en tan breve tiempo un cambio de tan extrema profundidad como el periodismo digital del último lustro. En la actualidad la Internet ya no es sinónimo de futuro, como se veía hace algunos años. La investigación nace debido al papel que juega Internet en la sociedad chiquimulteca y del mundo. Gracias a esta herramienta ahora es posible

saber lo que está pasando alrededor del mundo en el momento en el que surge la noticia de cualquier índole. Es por ello que los medios locales han visto la necesidad de emigrar la tradicional versión impresa a una versión digital a la cual pueden tener acceso internautas tanto locales como extranjeros, también han surgido medios digitales que nunca han sido impresos.

El 20 de octubre de 1969 se conectaron por primera vez dos computadoras que se encontraban funcionando en ciudades distintas y con gran dificultad, se transmitieron algunos datos de pantalla a pantalla. Este experimento fue el primer paso hacia lo que hoy conocemos como la gran telaraña digital y sus múltiples posibilidades: Internet. Ahora ya no se limita a transmitir unas cuantas palabras de una sola computadora a otra, sino que pueden comunicarse varias a la vez para enviar y recibir en cuestión de segundos, sonido, imagen y texto.

Paralelo a este fenómeno y podría decirse fruto de él, en los últimos años la prensa mundial ha sufrido cambios sustanciales que incorporan nuevas formas de relación con sus públicos con la llegada de las nuevas tecnologías de comunicación e información y el salto a la red de las versiones digitales de algunos medios impresos. Además se ha visto afectada con el reconocimiento de Internet como el medio de comunicación de mayor crecimiento de todos los tiempos.

Con esta investigación realizada en la ciudad de Chiquimula, en las páginas web que informan de los acontecimientos que ocurren, se les hace el aporte de técnicas para el periodismo digital y la alfabetización que conlleva un sinnúmero de términos digitales, donde también podrá ser de gran ayuda para los docentes que imparten cursos sobre las nuevas tecnologías y los estudiantes de periodismo.

La presente investigación está estructurada de la siguiente forma, en el capítulo uno, se encuentra el marco metodológico, el cual se plasma la problemática de la investigación, antecedentes, justificación, sistematización, objetivos, hipótesis, diseño metodológico, técnicas y estrategia de investigación. El capítulo dos, hace mención del marco referencial, el cual especifica el área geográfica, historia, del municipio de Chiquimula. El capítulo tres, está compuesto por toda la literatura del periodismo digital, el cual figura las técnicas del buen periodismo cibernético, que se hace en las plataformas de Internet, también hace mención de los géneros periodísticos que son la columna vertebral del periodismo. En el capítulo cuatro, se

muestra los resultados obtenidos de la investigación, finalizando con el capítulo cinco, con la propuesta de incluir en el pensum de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación, el curso de Periodismo Digital. En la investigación fue necesario también incluir un glosario, para la alfabetización de los términos digitales.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1. Planteamiento del problema

El avance de Internet ha ocasionado importantes alternativas en el periodismo a nivel mundial. De hecho, el surgimiento de los nuevos soportes digitales han inducido profundos cambios, debido a las importantes ventajas que presentan, entre ellas: la rapidez con que las noticias pueden llegar al lector, las posibilidades de actualización inmediata de la información desde unidades móviles, sin necesidad de ingresar a un sistema de cómputo.

Los medios tradicionales exploran aún de manera muy tímida su transición hacia la plataforma de Internet. En Chiquimula existen varios portales que informan a la población del acontecer local y regional, sobre religión, cultura, noticias y deportes.

El periodismo tradicional, tuvo sus propias dificultades en relación a sus géneros periodísticos, porque no es lo mismo redactar para un medio escrito, televisivo o radial, sin embargo, en dichos medios se transmite la misma información. Con el desarrollo de Internet ha surgido nuevas dificultades en el periodismo, ahora llamado ciberperiodismo, a tal reto los comunicadores tienen que preparar y adquirir pericias de las nuevas tecnologías que cada día se actualizan, el comunicador debe seguir con la objetividad y veracidad, aunque las herramientas hayan cambiado, ahora en el nuevo oficio periodístico.

1.1 Antecedentes

La enciclopedia temática (Siglo Mega 2004) indica que las comunicaciones modernas se requirió el dominio de la electrónica a pesar que el hombre siempre ha dispuesto de medios y artificios para comunicarse a distancia. En 1834 Samuel Morse inventó el primer dispositivo de comunicaciones moderno: el telégrafo. 1874 Emile Baudot mejoró el código morse utilizando una longitud y duración constante para cada caracter.

Después, 1876 se construyó el primer teléfono operativo y un año más tarde se instaló la primera línea telefónica en Boston y Somerville (USA). Luego, 1910 se automatizó la

sincronización de los dispositivos, lo que permitió la difusión de los sistemas de telegrafía automática. Durante el año 1920 se establecieron los principios básicos de las telecomunicaciones, la conmutación de mensajes y el control del canal.

Años más tarde, 1928 mecanizaron las teleimpresores que alcanzaron velocidades de transmisión de 75 bits por segundo utilizando cinta de papel perforado. El siguiente paso fue el resultado del invento del computador. A finales de los años cincuenta empezaron a utilizarse computadores para controlar de manera centralizada dispositivos para el intercambio de mensajes.

1.1.1 Los inicios de la prensa electrónica

Los podemos ubicar en la utilización del videotex, así lo plasma (Serrano Zea 2002) de carácter bidireccional, en 1970 en Gran Bretaña. Es un medio de acceso a información de carácter interactivo (emisor-receptor). El usuario recibe en su pantalla la información almacenada en la base de datos de un ordenador, con el cual conecta a través de la línea telefónica. Por medio del videotex se pueden intercambiar mensajes confidenciales (correo electrónico), así como realizar transacciones comerciales entre usuarios a través de códigos determinados.

1.1.2 Investigaciones recientes de periodismo digital en Guatemala

A la fecha existen varios trabajos de tesis relacionados al periodismo digital, uno de ellos es la que se presentó en el 2002 por parte de la Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades Departamento de Ciencias de la Comunicación, por Ana Patricia Letona Barrillas, titulada “Periodismo Digital en Guatemala: La oferta de servicios de valor añadido en las versiones digitales de los medios tradicionales”.

En la que determinó que los servicios de valor añadido que se usan con mayor frecuencia y calidad son: son los archivos de noticias, actualización periódica, la facilidad que tienen los usuarios de contactar al editor del medio y las publicaciones especiales. Concluyendo que las versiones digitales de los medios de comunicación nacionales, no aprovechan al 100 por ciento los servicios de valor añadido facilitados por la TICs (nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones).

Por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fue presentada una tesis en el 2004 por la carrera de Ciencias de la Comunicación, por Jorge Mario Barrios Ochoa, titulada “Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala”.

En donde manifestó la ventaja más importante del periodismo digital en Guatemala, a través de estemedio, y la principal desventaja del periodismo digital en el país, es que la mayor parte de la población, no tiene acceso a Internet, pero si los residentes en el extranjero. Terminando con la investigación, el futuro del periodismo digital en Guatemala, y su desarrollo, depende del papel que jueguen las Escuelas de Comunicación de las universidades del país. En realidad, cualquier persona puede montar un sitio Web y poner información, pero esto no necesariamente los hace periodistas. La diferencia la marcará, al igual que en otros medios, la calidad de la información.

En el 2009 se presentó una tesis en la Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades Departamento de Ciencias de la Comunicación, por Estefani Ana Luisa Falla Aroche, titulada “Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la información profesional de los comunicadores”.

La investigación concluye basándose en los resultados, que el periodismo digital se plantea como un nuevo género periodístico, donde las nuevas tecnologías de la comunicación se convierten en los instrumentos para desarrollarlo y el Internet en el medio para difundirlo. El perfil del periodista digital es más complejo en el conocimiento tecnológico, pero los fundamentos de la profesión no han cambiado simplemente han evolucionado hacia una plataforma de comunicación.

Estipulando que en Guatemala, los medios de comunicación tradicionales han iniciado el proceso de transición hacia una plataforma que permite la convergencia de los medios como principal característica del periodismo digital. Sin embargo, las universidades del país los cursos sobre periodismo digital aún no se contemplan en el pensum de los estudiantes de la comunicación y el periodismo, aunque si se cuenta con cursos sobre tecnología. El periodismo del futuro apunta a la distribución de información a través de dispositivos móviles más complejos lo que representa un reto en la evolución del periodismo tradicional.

1.2 Contexto

El municipio de Chiquimula, cuenta en la actualidad únicamente con un periódico tradicional y que posee su versión digital, www.lavozchiquimula.com el cual combina la noticia escrita con la audio-visual.

Facetas es un medio de comunicación televisado vía cable y transmitido en Chiquimula y Zacapa, cuenta con la siguiente dirección para difundirlo en la Internet; www.facetaschiquimula.com

La trigésima novena compañía de Bomberos Voluntarios de Chiquimula, cuenta con un programa de televisión llamado Rescate S-20, transmitido por cable, también cuenta con un espacio en la Internet, www.rescates-20chiquimula.com compartiendo las noticias del departamento con el vasto mundo de internautas.

La página www.michiquimula.com es una las que ha nacido en el nuevo oficio, en donde informan de noticias, deportes, eventos, reportajes de diferentes índoles, sobre tecnología y turismo del departamento de Chiquimula.

www.chiquimulavip.net es un portal que difunde noticias de cultura, religión, deportes, turismo y comparte una amplia galería de fotografías de eventos de belleza, entre otros.

Emisoras Unidas 89.9 Chiquimula, es la única estación radial hasta el momento que posee un mini-sitio en la web, para informar de noticias, deportes, cultura y religión. El enlace se encuentra entre la página central de dicho medio, www.emisorasunidas.com/chiquimula.

1.3 Justificación

La importancia de esta investigación radicó en que es necesario dar a conocer la labor que realizan los comunicadores encargados de la edición, de informar y plasmar a través de los medios digitales, como portales de Internet, de radio, televisión, y periódico, radicadas en el municipio de Chiquimula, y cuáles son las herramientas que utilizan actualmente en su faena periodística.

Esta investigación se tomó la importancia, que los comunicadores y demás usuarios a este universo periodístico, conocieran y puedan poner en práctica las técnicas del nuevo oficio digital. También fue necesario dar a conocer los retos y oportunidades de las nuevas tecnologías, que día a día salen a luz, como herramientas para facilitar y agudizar la inmediatez de la labor periodística. Se proporcionó también como se debe escribir en la web, en la nueva era de la Internet.

Este aporte de técnicas que brinda la investigación pueden ser implementadas por toda persona que está involucrada a comunicar de una manera multidireccional a través de portales de Internet o redes sociales, les será de gran ayuda, obteniendo capacidades y destrezas que debe tener un periodista para trabajar en un medio digital y poder establecer si está adaptado a las exigencias que introducen las nuevas tecnologías de la comunicación.

A catedráticos de universidades les será de gran beneficio para reorientar sus programas académicos y darles luces a los estudiantes de comunicación que deben saber y aprovechar las nuevas tecnologías que corresponden a la implementación del periodismo digital, conociendo las ventajas existentes, retos, oportunidades y peligros de este oficio digital que cada vez más evoluciona en diferentes dispositivos, lo cual implica conocimiento para el abordaje correspondiente para transmitir la información en los nuevos canales.

Las anteriores son algunas de las razones que justifican el desarrollo de esta investigación, pero sobre todo establecer un diagnóstico para determinar el ejercicio actual del periodismo digital en el municipio de Chiquimula.

1.4 Sistematización

Buscando respuestas a lo planteado en el problema de la investigación, se desglosó una serie de interrogantes para poder conocer directamente de los comunicadores qué saben del periodismo digital, qué informan, qué herramientas utilizan en las páginas web del municipio de Chiquimula.

Las interrogantes planteadas son las que se utilizaron en el cuestionario para obtener la información y así se elaboró el diagnóstico, que se planteó en los objetivos de la investigación.

a. ¿Qué entiende usted por periodismo digital?

a.1 ¿Antes de ejercer el periodismo digital usted tenía conocimientos previos de cómo funcionaba la nueva plataforma de Internet?

a.2 ¿Qué opina sobre el cambio que hacen algunos medios tradicionales a Internet?

a.3 ¿Cuáles son los mayores retos que ha tenido que enfrentar en este nuevo oficio?

a.4 ¿Brinda el medio algún tipo de capacitación sobre las nuevas tecnologías que se utilizan en las páginas de Internet?

a.5 ¿Cree usted que un periodista tradicional esté preparado para hacer periodismo digital?

a.6 ¿Considera que las páginas en Internet brindan mayor información que los medios tradicionales, como los programas de cable, el periódico y la radio?

a.7 ¿Cree usted que los medios impresos van a desaparecer dentro de algunos años?

b) ¿Posee algún inventario del equipo tecnológico que utiliza para informar a través de la página en Internet?

b.1 ¿Utiliza cámara fotográfica digital?

Sí

No

b.2 ¿Tiene entre su equipo cámara de video?

Sí No ¿Qué Tipo?

b.3 ¿Usa computadora portátil o de escritorio?

Si No ¿Cuál?

b.4 ¿Posee alguna radiograbadora para el audio?

Si No Digital Casete

b.5 ¿Utiliza modem o tiene Internet de planta?

Si No Velocidad/ ancho de Banda

b.6 ¿Cuenta con memorias USB entre su equipo?

Si No Capacidad

b.7 ¿Cuenta con alguna instalación y equipo para la redacción, grabación y edición de su material periodístico?

Si No

b.8 ¿Utiliza discos extraíbles para transportar información?

Si No ¿Capacidad del disco?

b.9 ¿Utiliza micrófonos?

Si no

c) ¿Qué tipo de actividades periodísticas realiza en el medio de comunicación digital?

c.1 ¿Realiza reportajes?

Si No ¿Qué Tipo?

c.2 ¿Hace entrevistas exclusivas a personajes de Chiquimula, de la región o a nivel nacional?

Si No ¿Quiénes?

c.3 ¿Elabora algún editorial?

Si No

c.4 ¿Tiene columnistas la página de Internet?

Si No

c.5 ¿Cubre las notas rojas?

Si No

c.6 ¿Consultan otras páginas de Internet para elaborar alguna nota?

Si No ¿Cuáles?

c.7 ¿Transmite algún programa en vivo, de radio o televisión en la página web?

Si No ¿Cuál?

c.8 ¿Utiliza las redes sociales para dar la primicia de la nota que será ampliada en su portal?

Si No ¿Cuáles?

c.9 ¿Los acontecimientos religiosos, culturales y deportivos, también son publicados en su portal de Internet?

Si No

c.10 ¿Utiliza los celulares como medio para subir información a su página de Internet?

Si No

c.11 ¿Tiene el medio de comunicación en su equipo humano?

A. Diseñador

B. Editor

C. Redactor

D. Fotógrafo

E. Camarógrafo

F. Todo lo hace una persona.

1.5 Definición del problema

Con base al problema de la investigación, se plantea esta interrogante.

¿Cómo se ejerce actualmente el periodismo digital en el municipio de Chiquimula?

1.6 Alcances y límites

1.6.1 Objeto de estudio

“El ejercicio actual del periodismo digital en el municipio de Chiquimula”.

1.6.2 Delimitación del problema

Se tomó como unidad de análisis a seis comunicadores encargados de informar a través de las seis páginas de Internet, ya que es donde se pone de manifiesto la problemática planteada.

1.6.3 Limitación geográfica

La investigación se realizó en el municipio de Chiquimula, departamento de Chiquimula, Guatemala.

1.6.4 Limitación temporal

El trabajo de investigación inició en marzo de 2012 y finalizó el 16 de agosto de 2013.

1.6.5 Ámbito institucional

Los medios digitales que fueron tomados como muestra, informan de religión, cultura, noticias y deportes, son 6 páginas del municipio de Chiquimula.

- www.michiquimula.com • www.rescates-20chiquimula.com
- www.lavozchiquimula.com • www.facetaschiquimula.com
- www.chiquimulavip.net • www.emisorasunidas.com/chiquimula.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Elaborar un diagnóstico sobre el ejercicio actual del periodismo digital en el municipio de Chiquimula.

2.1.1 Objetivos específicos

- a) Establecer el conocimiento que tienen actualmente los comunicadores sobre el periodismo digital del municipio de Chiquimula.
- b) Conocer el equipo tecnológico que utilizan los comunicadores para informar en la web en el municipio de Chiquimula
- c) Elaborar listado de actividades informativas que realizan en los medios de comunicación digital del municipio de Chiquimula.
- d) Propuesta del curso de Periodismo Digital en la carrera de Ciencia de la Comunicación.

2.2 Hipótesis

Se tomó en cuenta las causas y efectos de la problemática que existe en los medios digitales de Chiquimula, para plantear la siguiente hipótesis descriptiva.

“Los comunicadores digitales del municipio de Chiquimula, carecen de conocimiento y equipo necesario para ejercer el periodismo digital”.

3. Diseño metodológico

3.1. Tipo de investigación

Para la realización de la presente investigación se utilizó el tipo descriptivo, pues especificó los conocimientos, herramientas y actividades que realizan los comunicadores de las páginas web del municipio de Chiquimula.

3.1.1 Enfoque de la investigación

Se utilizó en la investigación el enfoque cualitativo, el cual describió los conocimientos, herramientas y técnicas que utilizan los comunicadores digitales del municipio de Chiquimula.

3.2 Definición de población y muestra

3.2.1 La población

Se estableció como población los medios digitales del municipio de Chiquimula, los cuales son 6 páginas que informan de acontecimientos de carácter: religión, cultura, noticias y deportes.

3.2.2 Muestra

La muestra que sirvió en la investigación está conformada por 6 portales en Internet, los cuales constituyen la totalidad de la población definida.

3.3 Conceptualización y operación de variable

Variables	Indicadores	Tipo
Desempeño periodístico actual.	Grado de instrucción de la profesión periodística.	Cualitativo
Equipo necesario para ejercer el periodismo.	Herramientas físicas del periodismo digital.	Cualitativo

3.4 Técnicas de recolección de datos

Como principal instrumento de recolección de información se utilizó el cuestionario, es la técnica directamente con el comunicador encargado de difundir la información a través de la página en Internet.

3.4.1 Instrumento

En la investigación se utilizó, fichas bibliográficas y de resumen. Cuestionarios, análisis de documentos, recolección de estadísticas, observación, experimentación, etc.

3.5 Fuentes de información

Las principales fuentes que se utilizaron en la investigación fueron: entrevistas, encuestas, libros, diccionarios, tesis, enciclopedias, páginas en Internet, etc.

3.6 Estrategia de investigación

Conociendo la interrogante del problema y la hipótesis de la investigación, fue de gran ayuda la información documentada por Internet y de libros relacionados al tema, como también la información que se obtuvo a través del cuestionario que respondieron los comunicadores digitales, lo cual nos permitió cumplir con éxito los objetivos trazados.

3.7 Cronograma de actividades

a) 2012

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Semana	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4
Entrega de anteproyecto	* * *	* * *	* *	* * * *						
Correcciones del anteproyecto					* * * *	* * * *	* * *			
Aprobación de anteproyecto								* * * *	* * *	

Fuente: elaboración propia.

b) 2013

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Preparación de diseño metodológico	*	*	*	*			*	*			*													
Elaboración de presentación Power Point								*	*															
Presentación del diseño final													*	*										

Fuente: elaboración propia.

c) 2013

Actividades	Julio				Agosto																			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aprobación del diseño metodológico.			*																					
Ejecución del proyecto y tabulación de resultados.				*	*		*	*																
Presentación del informe final.								*																

Fuente: elaboración propia.

3.8 Presupuesto

DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
Conexión a Internet (1 año)	Q. 150.00	Q.1800.00
Papel (2 resmas)	Q.40.00	Q.80.00
Tinta de impresora (1 cartucho)	Q.280.00	Q.280.00
Gasolina (1 año)	Q.240.00	Q.2880.00
Saldo de teléfono (1 año)	Q.100.00	Q.1200.00
Comidas fuera de casa (6 meses)	Q.100.00	Q.600.00
Total		Q. 6840.00

Fuente: elaboración propia.

3.9 Limitación de estudio:

- Económico
- Tiempo

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2. Departamento de Chiquimula

Según lo plasmado por el (IECC 2002) el departamento de Chiquimula cuenta con una extensión de 2.376 kilómetros cuadrados, se encuentra situado al oriente de la República. Colinda al norte con Zacapa, al este con la República de Honduras; al sur con la República de El Salvador y el departamento de Jutiapa; y al oeste con Jalapa y Zacapa.

2.1 Estadística poblacional

También el (IECC 2002) muestra la información obtenida por las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y del Centro Latinoamericano de Demografía para el año 2000 la población total del departamento era de 313, 150 habitantes de los cuales 92,505 (29.54%) eran indígenas; 214,570 (68.52%) no indígenas; y 6,075 (1.94%) ignorado. La lengua indígena Ch'orti' se habla únicamente en los municipios de Jocotán, Camotán, Olopa; predomina el español.

2.2 Antecedentes

Durante la colonia el territorio de Chiquimula era extenso y comprendía la zona oriental, extendiéndose hacia el norte y el este con dirección al mar y hacia las montañas de Honduras, a lo largo del Motagua y de las faldas orientales de la cordillera de Copán. Por esta razón la historia de Chiquimula se encuentra muy relacionada con la de Copán en la República de Honduras, la cual llegó a ser la capital de reino Payaquí, Chiquimulhá o Hueytlato. Este reino era muy extenso, pues comprendía el oriente de Guatemala y el occidente de Honduras y El Salvador. Cuando los mayas se establecieron en Copantl, realizaron una serie de conquistas tanto por la fuerza de las armas como de la religión. Entre estos territorios florecieron varias ciudades, entre ellas Quiriguá, donde puede admirarse la grandiosidad de la arquitectura y el arte de grabar la piedra.

Como sucedió en la mayoría del territorio nacional, a la llegada de los españoles, el reino estaba en total decadencia y sus pobladores habían abandonado las ciudades, estableciéndose en otros lugares, aunque se supone que las mismas fueron azotadas por hambres y pestes. Durante el período hispánico a este departamento se le conoció como Corregimiento de Chiquimula y en la

misma forma se le menciona en la Constitución Política del Estado de Guatemala decretada el 11 de octubre de 1825. Más tarde, por Decreto de la Asamblea Constituyente del 4 de noviembre del mismo año fue erigido en departamento, según Decreto del 12 de septiembre de 1839; por lo extenso del territorio, por Decreto del Ejecutivo 30 del 10 de noviembre de 1871, se dividió en dos departamentos que ahora son Chiquimula y Zacapa.

2.3 Orográficamente

La cordillera central proveniente de Jalapa penetra por la parte sur del departamento, formando estribaciones de la Sierra del Merendón en el confín de la República de Honduras y El Salvador. El sistema montañoso que penetra el departamento de Zacapa desciende a los municipios de Jocotán, Camotán y Chiquimula formando un valle por donde corre el río Copán procedente de Honduras, pero que dentro del territorio nacional se conoce como río de Jocotán, el cual, a su vez, desemboca en el río Grande, conocido más adelante como río Grande Zacapa hasta su desembocadura en el río Motagua. Debido a que el macizo montañoso es irregular pues sus alturas varían entre los 1,350 metros sobre el nivel mar en Olopa y los 435 en San José La Arada, su clima, aunque es bastante parejo, tiene algunas variantes. Algo importante de mencionar, relacionado con el sistema orográfico de este departamento, es que en Esquipulas se encuentra el cerro de Montecristo, denominado “Biosfera de la Amistad” que en 1987 fue declarado por los presidentes centroamericanos como “área protegida del Trifinio”.

2.4 Hidrografía

Son dos las principales cuencas hidrográficas cuyas corrientes, a su vez, son tributarias de las que hacia el norte descargan sus aguas en el Mar Caribe, hacia el sur, después de atravesar la República de El Salvador, desembocan en el Océano Pacífico.

2.5 Producción agrícola

Los productos más importantes del departamento son: maíz, arroz, frijol, yuca, tabaco, algodón, papa, café, caña de azúcar, cacao y banano. Además hay grandes fincas para crianza de ganado. Su producción artesanal es variada, sobresaliendo los productos de cerámica, jarcia, cuero, palma y otros.

Entre 1560 y 1570 se fundó la Villa de Esquipulas, lugar elegido para la veneración del Cristo Negro y que ha convertido a este municipio en importante centro de la fe católica.

2.6 Carreteras y municipios

Las principales carreteras que lo atraviesan La Ruta Nacional 18 que de la capital conduce a Esquipulas; la Ruta Nacional 20 que del departamento de Zacapa, pasa por Concepción Las Minas y conduce a la frontera; la CA-10 que pasa por Esquipulas y conduce a la frontera con Honduras. El departamento de Chiquimula, lo integran; Chiquimula cabecera, Camotán, Concepción Las Minas, Esquipulas, Ipala, Jocotán, Olopa, Quezaltepeque, San Jacinto, San José La Arada y San Juan Ermita.

2.7 Creación del departamento

Fue creado al separarse de Zacapa por decreto No.30 del Ejecutivo del 10 de noviembre de 1871. El 11 de enero de 1822 los vecinos firmaron un acta donde Chiquimula se unió al gobierno de la capital del Reino (México) desconociendo al de Guatemala envió fuerzas militares, al mando del coronel Pedro José Arrivillaga, quien los sometió al orden por medio de otra acta.

Municipio: Chiquimula. El 29 de junio de 1821 por resolución de las Cortes de España, la cabecera fue elevada a categoría de ciudad y se le confió el título de Muy Noble, pero no surtió efecto porque la comunicación llegó después de la proclamación de la independencia. Categoría de la Cabecera Municipal: ciudad. Extensión: 353.43 kilómetros cuadrados. Altura: 423 metros sobre el nivel del mar. Clima: cálido. Límites: al norte con Zacapa (Zacapa); al este con Jocotán, San Juan Ermita y San Jacinto (Chiquimula); al sur con San José La Arada y San Jacinto (Chiquimula); y al oeste con Huité y Cabañas (Zacapa).

2.8 Diversidad

2.81 División político-administrativa

Ciudad, 37 aldeas, 50 caseríos.

2.8.2 Accidente hidrográficos

Lo atraviesan los ríos Grande, Grande de Zacapa, Jocotán, San José, San Juan, Shutaque y Tacó.

2.8.3 Número de habitantes

62, 894.

2.8.4 Producción agropecuaria

Chile, maíz, frijol, mango, sorgo, papa, caña de azúcar, arroz, hortalizas y ganado vacuno.

2.8.5 Producción artesanal

Cerámica tradicional, jarcia, muebles de madera, escobas de palma, productos de hojalata, cerería, cuero, ladrillo de barro, jícaras y guacales.

2.8.6 Servicios públicos

Agua potable, energía eléctrica, correos y telégrafos, teléfonos, radiodifusoras, un hospital nacional y uno del IGSS, escuelas y colegios de primaria, de segunda enseñanza y extensión universitaria, servicio de buses extraurbanos, cuatro estaciones de ferrocarril: Petapilla, Santa Bárbara; agencias bancarias, etc.

2.8.7 Fiesta patronal

La fiesta titular se celebra en el mes de agosto en honor a la Virgen del Tránsito, siendo el 15 el día principal. La patrona es la Virgen de la Asunción, cuyo día se celebra también la misma fecha.

2.8.8 Observaciones

Una de las etimologías de Chiquimula puede provenir del colectivo náhuatl “Chiquimolín”, o sea, el jilguero.

CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes temáticos

La periodista (Falla Aroche 2009) muestra que el futuro de las comunicaciones se vive a pasos acelerados en otros continentes. Con el acceso a la tecnología, ellos experimentan lo que para Latinoamérica será el futuro dentro de algunos años; para estos países desarrollados los descubrimientos de la tecnología y el uso que la región hace de ella es una contemplación primitiva. Sin embargo, es lo que le corresponde experimentar a Latinoamérica en la medida de sus posibilidades de infraestructura y el acceso a las nuevas tecnologías.

Los avances tecnológicos permiten que los procesos de comunicación sean más eficientes que antes. No obstante, dicha evolución implica a su vez una adaptación a nuevos formatos y estructuras en la organización y presentación de la información. Un ejemplo de ello son los periódicos digitales que compiten con su versión tradicional en papel, también en esta clase de periodismo deja de existir el horario de cierre, por la actualidad ya que este elemento desaparece completamente.

"Actualmente la definición de periodismo no afecta sólo a los periodistas digitales, sino a la profesión entera. Hasta hace poco los periodistas eran los que informaban, los profesionales de la información. Pero con la aparición del medio digital estas afirmaciones -cuestionables ya de por sí- han perdido todo fundamento" (Claudio Navarro 2002).

1.2 ¿Qué define al periodista?

Ya no es "comunicar", pues cualquiera que tenga acceso a Internet tiene esa capacidad. Tampoco lo diferencia la calidad de la información, pues "un periodista malo no deja de ser un periodista y en cambio existen personas con conocimientos específicos que pueden informar muy bien, sin ser periodistas" (Quim Gil 2000).

Lo único que diferencia a un periodista del resto de profesiones ligadas a las comunicaciones es su responsabilidad social. Esta responsabilidad se basa en la libertad de información formulada en las democracias liberales, la independencia del informador y el derecho de la ciudadanía a

recibir informaciones plurales y veraces. Y esto es válido tanto para el periodismo tradicional como para el digital.

Además (Quim Gil 2000) agrega que antes de llamarse a sí mismos digitales, existió el concepto de periodismo electrónico. A él se asocian medios electrónicos ya clásicos como el teletexto o el diario por fax. Pero electrónico no es equivalente a digital. Medios como la televisión pueden considerarse electrónicos aunque mantengan su condición analógica. Por otra parte, se está consolidando el término inglés online journalism, sobre todo gracias al empuje de los periodistas en línea norteamericanos. Pero el nuevo periodismo no se distingue por la electrónica ni por estar en línea. El ejemplo más claro son los medios que han trasladado lo que ofrecen en papel (o tv o radio) a la www, sin que ello implicase la mínima variación en las rutinas periodísticas de la redacción.

1.3 La interactividad

Se ha convertido en una de las características más saltantes en la relación entre los lectores y los medios de comunicación con presencia en Internet. Prácticamente todo producto exitoso en línea debe necesariamente contar con esta característica para crecer y captar el interés de los usuarios. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define a la interactividad como la interacción -a modo de diálogo- entre el usuario y la computadora. Este concepto trasladado hacia el escenario de la World Wide Web amplía la relación usuario-computadora en una gran red de redes como es internet (Juan Carlos Luján 2002).

2. Conceptos

2.1 Base de datos

Organización de la información basada en la normalización de los datos en entidades y relaciones. También se dice del software para el manejo de información en esta organización, tal como el Dbase, el Fox Pro o el Acces.

2.2 Ciberespacio

Según (Alegsa 2011) es un conjunto o realidad virtual donde se agrupan usuarios, páginas web, chats y demás servicios de Internet, así como otras redes. “El término fue utilizado por primera vez por William Gibson, escritor norteamericano, en su novela de ciencia ficción "Neuromante" publicada en 1984”.

2.3Ciberperiodismo

Es la nueva forma de hacer periodismo, las notas informativas impresas en papel se convierten en hipertextos desarrollados digitalmente en Internet. En el texto de (Díaz, Salaverría y Sancho 2003) se manifiesta que “el estudio del ciberperiodismo y el impacto de las tecnologías digitales en los medios ha suscitado, ciertamente, un considerable interés en los entornos académicos; sin embargo, debido a su novedad, en el ciberperiodismo existen, todavía, vastos territorios temáticos sin roturar.

Uno de los temas que, salvo raras ocasiones, aún sigue casi huérfano de un análisis académico detenido es, precisamente, el de la redacción ciberperiodística”. (Díaz, *et al* 2003) agregan que, “hasta el momento, las propuestas acerca del hipertexto periodístico han pecado de escasez teórica y han preferido, en cambio, inclinarse por lo práctico. Aunque con el tiempo, los medios digitales construirán su propia retórica. Este nuevo texto digital, un hiperdocumento, debería ser diferente de aquel pensado para ser leído en papel, aunque en muchas ocasiones se trata de una mera reescritura”.

2.4 Ciberperiodismo, sus fases.

2.4.1 Básica: Su entorno principal es el texto. (Forma multidireccional de estructurar y de acceder a la información en los entornos digitales por medio de enlaces).

2.4.2 Multimedia: En su entorno, aparte del texto están el audio, video, imágenes, animaciones.

2.5 Clasificación de los medios de comunicación social cibernéticos MCSC

Para este trabajo se elaboró una clasificación de los MCSC, que comprende desde algo simple hasta la construcción de un medio diferenciado de su fuente original, con características autónomas y con alta posibilidad de presentar nuevas propuestas. Para ello se tomó los trabajos de (Montiel 1998).

2.5.1 Periódicos en línea: presentan las mismas informaciones y elementos que la versión original; se amplían los receptores, ya que tienen la posibilidad de llegar a una audiencia más amplia que comprende diversas edades, países e intereses. No poseen recursos interactivos ni multimediáticos, sólo una estructura hipertextual y correo electrónico.

2.5.2 Periódicos multimediáticos: se caracterizan por añadir informaciones diferentes a las encontradas en la edición original. Se distinguen de los periódicos en línea en cuanto a la utilización de recursos de documentación y renovación constante. Presentan pocos elementos hipermediáticos y mantienen el nivel de interactividad de consulta y registro. No ofrecen posibilidades de personalización.

2.5.3 Nuevo medio cibernético: son aquellos que provienen de los medios tradicionales o que emergen dentro de estas tecnologías, pero se ubican en el ciberespacio apoyados por recursos telemáticos e informáticos donde converge lo impreso con lo audiovisual, emplean recursos hipermedia, y se hallan en un nivel de interactividad de consulta y conversación. También ofrecen recursos de documentación.

2.5.4 Géneros ciberperiodísticos

En sí, los géneros periodísticos ofrecen una herramienta clave para la codificación -ya sea informativa, interpretativa o argumentativa- de los mensajes por parte de los periodistas que llevan intrínsecamente convenciones estilísticas y retóricas.

(Díaz, *et al* 2003) exponen que “conviene subrayar, que estudios realizados por expertos en temas de periodismo, evidencian levemente una crisis de la teoría clásica de los géneros periodísticos, pues se limitan a los medios impresos y son previos, en su mayoría, en la multiplicación de las publicaciones en Internet. Por tanto, no recogen el impacto de modernidad que han comenzado a producir en los géneros clásicos”. De hecho, el hipertexto reduce el control del periodista sobre las características formales y la extensión y estructura discursiva del texto que finalmente leerá el lector.

“Parece pues que a las investigaciones respecto de géneros periodísticos, lejos de ver agotado su recorrido, se les abre un ámbito vasto y fecundo en el ciberperiodismo. No parecería aventurada la bienvenida a un nuevo territorio académico, el de la teoría de los géneros ciberperiodísticos, cuya caracterización y taxonomía no se ha pretendido agotar en este texto”. (Díaz, *et al* 2003).

2.6 Ciencia de la información

“La denominada ciencia de la información surge como resultado de las crecientes necesidades de información que se originan tras el final de la segunda guerra mundial y el comienzo de la llamada guerra fría. Se estudia su origen y evolución, así como la influencia de la llamada vertiente soviética de esta disciplina, en su estado actual de desarrollo” (Facultad de Comunicación y Lenguaje 2012).

2.7 Características de los medios digitales

Uno de sus principales atributos es que permiten el acceso a información en la cantidad y forma que antes hubiera sido imposible mediante cualquier medio masivo, tanto por limitaciones de espacio como de tiempo, alcances, distribución, entre otras. La autonomía como medio de comunicación concedida a internet, no es un relato futurista sino que se trata del análisis de la realidad que seguirá desarrollándose en los próximos años (Díaz Javier 1997).

2.7.1 Evolución de la comunicación

Por su parte (Orihuela 2001) propone que “las comunidades de Internet y los portales surgen de la unión de los servicios de información personalizada: el teléfono, el correo y medios masivos como la televisión, la prensa, la radio, etc.” Este punto puede tomarse como referencia al momento de hablar en general de la evolución que ha tenido la comunicación desde los principios de la historia de la humanidad hasta nuestros días.

2.7.2 Infinidad de contenidos en la web

Las comunidades de Internet o virtuales, pueden definirse como un grupo de personas que comparten intereses e inquietudes haciendo uso de red telemática, es decir rompiendo los límites de espacio. Los portales se convierten en una ventana de acceso al vasto contenido de internet, que generalmente ofrecen organizado en forma temática. Los portales han evolucionado a tal punto en la actualidad que muchos de ellos funcionan ya como servicios informativos en línea y no sólo como buscadores.

2.7.3 Similitudes y diferencias de los medios clásicos y digitales

Otros especialistas dicen que se trata de un medio de comunicación que a pesar de compartir características con los medios clásicos -la inmediatez de la radio, el impacto visual de la televisión y un uso de la escritura similar, aunque no igual, al del periódico- puede ofrecerlas en su conjunto dentro de una misma publicación, algo que resulta imposible a los medios clásicos.

Por ejemplo, si un artículo cuenta con todos los elementos que el soporte multimedia hace posible como el hipertexto, el audio, el video, etc. Es posible que el usuario acceda a la información en la vía que mejor le parezca: puede solamente leer el texto, escuchar las declaraciones del entrevistado o ver en video la locación y a los personajes descritos por el periodista. Sin embargo, aunque compartan características, no significa que sea un medio comparable a los anteriores. Es el único con la posibilidad de distribución totalmente universal que ve limitado su alcance sólo por factores físicos relacionados a la necesidad de que el usuario posea el equipo tecnológico con poder y velocidad suficiente para tener acceso a la red como una línea telefónica y una computadora con poder y velocidad suficientes (Jorge Barrios 2004).

2.8 Consideración acerca de los géneros periodísticos y el ciberespacio

El periodismo digital se presenta de forma visual, accesible y sobre todo dinámica. Es ahorrativa en materia económica, pues para leer un periódico *online*, sólo se requiere de una computadora, energía y acceso a la red. Por otra parte, este sistema de información es ecológico, pues no es necesario leer en papel las noticias en general. Además, hace buscar nuevas formas de comunicar e informar a la humanidad.

Por otra parte, se hace una contribución a la sociedad, pues el producto informativo es una mera forma de llenar ese vacío que existe entre lo real y lo especulativo. Es decir crear nuevas versiones del mundo que nos rodea, al tiempo de la formación de los nuevos profesionales de la información, independientes y principalmente objetivos. Aquí algunas definiciones de importancia:

2.8.1 Redacción

En términos generales, es la expresión escrita de las ideas, pensamientos o sentimientos, con el afán de comunicarnos y hacernos entender (Maqueo 2001) indica que “una buena redacción es el resultado del conocimiento de la lengua y su puesta en práctica. Esta acción gramatical, implementada correctamente, expresa los pensamientos en forma ordenada”.

2.8.2 Redacción periodística

El estilo periodístico de redacción se caracteriza por ser preciso, activo y directo. No permite ambigüedades de ninguna índole ni palabras demás. Se trata de informar, con la menor cantidad de palabras posible, sin que ello resulte estilo telegrama, como suele señalarse (Interiano 1998).

Entre las características que debe contener la redacción periodística se encuentran: en principio usar párrafos cortos, ser específico, utilizar verbos en activo, evitar gerundios, desarrollar una idea por párrafo, escribir oraciones cortas y gramaticalmente correctas, así como el buen empleo de los tiempos verbales.

2.8.3 Pirámides ¿Pirámide invertida o pirámide perversa?

Franco, citado por Monroy Hernández (2010) indica que el editor de *eltiempo.com*, uno de los sitios Web más consultados del mundo hispano, explica cómo se debe redactar: “para los

medios escritos era dogma el esquema inventado por los reporteros de la Guerra de Recesión y sistematizada por la Associated Press, la pirámide invertida. Se debía escribir un lid (lead, en inglés) que respondiera a las cinco dobleús, *who*, *what*, *where*, *when*, *why*, además del ineludible *how*. Ese lid se desarrollaba en un cuerpo de cuatro párrafos en orden decreciente de importancia y se condensaba en un título máximo de seis palabras.

2.8.4 La pirámide invertida perfecta

Debía permitir la eliminación sucesiva de párrafos, desde el último hasta el segundo, sin que el lector advirtiera la falta de ninguno de ellos, en caso de recibir apenas una parte de la versión original de la noticia. Aunque el esquema se siguió utilizando sin remilgos en las agencias de noticias, los académicos y sus alumnos comenzaron pronto a reevaluarlo. Aparecieron otras formas de contar los hechos noticiosos y este tradicional recurso cayó en desuso en periódicos en general y diarios en particular, a tal punto que estaba ‘out’ su mención en la redacción de cualquier rotativo moderno. La pirámide invertida pasó a ser -como lo dice cita (Monroy Hernández 2010) la pirámide pervertida”.

La llegada de Internet y su popularización como medio informativo no sólo recuperó la famosa pirámide, sino que la ha modernizado y exige para ella un nuevo estilo. Hoy está claro que la noticia de Internet debe redactarse con este tradicional esquema, únicamente que adaptado a nuevas exigencias. Hay, pues, un nuevo estilo de pirámide invertida.

(Monroy Hernández 2010) insiste en que “la vieja pirámide narraba tres veces el hecho. Primero en el título de seis palabras, enseguida en el lid y finalmente en el cuerpo. Se anunciaba el hecho (título), se ampliaba con los datos esenciales (lid) y luego se desglosaban esos datos (cuerpo). La nueva pirámide narra una sola vez, sin repetir, desde el título, que viene a ser el mismo lid, hasta el final del cuerpo.

Título y lid pasan a ser uno solo, el cuerpo agrega información. Esta nueva forma exige palabras cortas, conocidas y precisas. Es una pauta para los textos de la red, que inevitablemente termina siendo igual para todos los medios. Incluso la novela y el cuento, el reportaje y la crónica, el ensayo y el informe científico escritos en papel deben acomodarse a este nuevo estilo, el de palabras cortas, conocidas y precisas. Un estilo que exige escribir fin en

vez de propósito, porque es más corto; trabajo en vez de rol, porque es más conocido. La frase debe ser corta, sin exceso de incisos ni de circunstancias. El ritmo de frase larga “frase corta” frase larga resulta ideal para conformar un párrafo eficaz e impactante. El núcleo de cada frase, el verbo, debe ser fuerte y directo, no débil y sinuoso”.

2.8.5 Pirámide invertida vertical

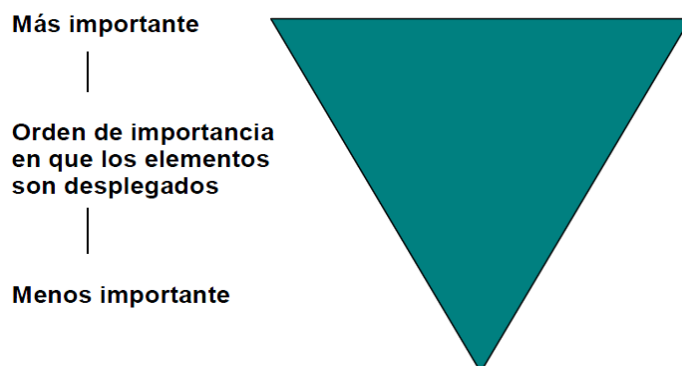
Utilizar la estructura de pirámide invertida significa comenzar el texto con la información más importante y después ir entregando más en orden decreciente de importancia. Aunque cabe aclarar que, en materia digital, se mostrará la estructura de la información presentada para la Web.

(Monroy Hernández) cita a “Melvin Mencher, autor del texto clásico de periodismo ‘News Reporting and Writing’, quien identificó los siguientes elementos en la estructura de la pirámide invertida:

- La entrada o ‘lead’.
- El material que explica y amplía el ‘lead’.
- Párrafos de contexto.
- Material secundario o menos importante.

(Lead es tomado de la palabra inglesa que significa ‘liderar’ o ‘conducir’: Es, por tanto, el párrafo inicial que ‘conduce’ tanto al periodista para desarrollar en seguida la información, como al lector en el conocimiento del hecho”.

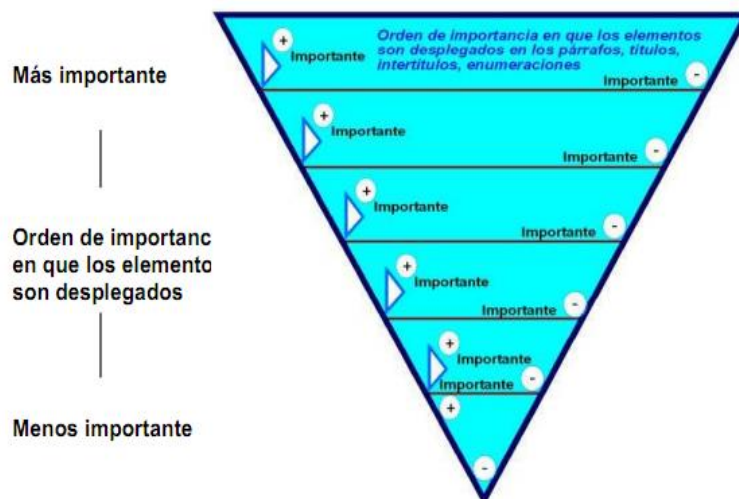
2.8.6 Estructura de la pirámide invertida vertical (tradicional)



En el título de esta ilustración se introdujo la palabra “vertical”, lo que hace suponer la existencia de una pirámide invertida horizontal.

2.8.7 Representación de la pirámide invertida horizontal

Esta representación es válida en un texto dentro de una misma página, en uno de los subtemas dentro de la misma página, o en subtemas ubicados en páginas diferentes.



“Hay que reconocer que este concepto puede sonar estrambótico, pero sólo busca enfatizar la importancia de recargar a mano izquierda los elementos portadores de más información, lo que significa, también, un ejercicio de jerarquización, a escala menor comparado con el realizado en la pirámide invertida vertical, expuesta con anterioridad. Hacer esto mejora la ‘escaneabilidad’ acilidad de búsqueda visual de los contenidos relevantes en un texto”. (Monroy Hernández 2010). Una conclusión es que cuando se refiere a textos en el ambiente Web, **el orden de los factores sí altera el producto.**

2.9 Cómo reportear noticias para la Web

El editor necesita algunos párrafos para el sitio Web. ¿Qué se debe hacer? Esto les provoca pánico a muchos reporteros de periódicos, pero escribir para la Web es fácil una vez usted lo ve desglosado y entiende lo que los lectores están buscando.

2.9.1 Los sitios Web necesitan noticias de última hora

Un reportero que cubre un tema, este las producirá de tiempo en tiempo. Su trabajo es suministrar a la página de inicio de su sitio Web esas noticias de última hora, así que debe estar listo a usar las herramientas multimedia disponibles ahora para reportear la historia inmediatamente. Si está cubriendo un choque en una autopista, probablemente solo podrá presentar un reporte en audio. O puede necesitar dictar a una persona que reescribe en su sala de redacción.

2.9.2 Escribir para la Web

Es similar a reportear para una agencia de noticias, así que el reportero de un periódico necesita pensar menos en términos de presentar una historia completa y más en términos de presentar ‘tomas’. La primera toma puede ser un titular diciendo “5 niños muertos en un accidente de bus en la autopista” – en los hechos escuetos en el lead. Esto es suficientemente bueno para decir a la gente qué está pasando. Está más de acuerdo con el modelo de radio y televisión y menos con el modelo impreso. Un párrafo y un titular llegan a ser tres párrafos en 20 minutos, y cinco párrafos en 45 minutos. Mientras su reportería continúa, usted engordará la historia. El malabarismo consiste en evitar cualquier presión para escribir sobre hechos que puedan estar en el flujo.

2.9.3 Oportuno y relevante

El tiempo es de la esencia de Internet. Historias que incluso no hace el periódico son importantes en Internet (una amenaza de bomba en una escuela que eventualmente resulta ser una falsa alarma, un choque en una autopista que embotella el tráfico) pero solo si las encuentran oportunamente, cuando están buscándolas. La relevancia es esencial también. Si usted está cubriendo un evento donde se espera que ocurra la noticia, se escribe sobre por qué y qué se espera, y publicarlo en línea anticipadamente.

2.9.4 Escribir vívidamente y fuerte

Los lectores aprecian escritores que no desperdician su tiempo. El lenguaje simple y directo comunica la información eficientemente. Además, es más rápido de producir que la prosa elegante. He aquí algunos consejos de Jonathan Dube en el sitio Web del Poynter Institute.

- “Escribir para la Web debería ser un cruce entre noticia para radio, TV y la impresa – más compacto y vigoroso que el papel pero más culto y detallado que la escritura para radio y TV. Escriba activamente, no pasivamente”.
- “La buena escritura para radio y TV usa primariamente frases simples, compactas y enunciativas e inserta una idea por frase. Evita los incisos largos y la escritura pasiva del impreso. Cada idea expresada fluye lógicamente hacia la siguiente. Usando estos conceptos en la escritura en línea hace la escritura más fácil de entender y mantiene mejor la atención de los lectores”.
- “Esfuércese por la prosa vívida, apóyese en verbos fuertes y los sustantivos bien definidos. Inyecte a su escritura una voz distintiva para ayudar a diferenciarla de la multitud de contenido en la Web. Use humor. Trate de escribir en un estilo despreocupado o con actitud. Los estilos conversacionales trabajan particularmente bien en la Web. Las audiencias en línea están aceptando más los estilos de escritura no convencionales”.

2.9.5 Los titulares venden la historia

Muchos periódicos están publicando noticias sin el beneficio de un editor y un escritor de titulares en estos días, ya sea por la velocidad o porque es demasiado temprano para que estas personas comiencen sus turnos. Como las historias todavía necesitan titulares, sin embargo, algunos reporteros los están escribiendo por primera vez en sus carreras. Adicionalmente, las entradas de blogs necesitan buenos titulares y los blogueros que escriben noticias son raramente miembros de la redacción con experiencia en la escritura de titulares.

2.9.6 ¿Cómo se define un buen titular para la Web?

“Los buenos titulares no solo deben contar la noticia, también deben hacer que el lector desee leer la historia”, dice Rick Arthur (2012) editor en periódico ‘The News Tribune’ en Tacoma, Washington, y consultor de periódicos. “Los buenos titulares deberían seducir al lector para que desee saber más. Verdaderamente, si el tema de la historia es apropiado, un buen titular debería hacer que el lector ría, llore, se enfade, en resumen, debería involucrarlo emocionalmente, de una u otra forma”.

Arthur ha ayudado a salas de redacción, desde la MSNBC hasta los principales periódicos metropolitanos, a mejorar su escritura de titulares. He aquí otros de sus consejos:

- Haga que el lector desee saber más.
- Use lenguaje conversacional.
- Tome riesgos.

2.9.7 Los fundamentos: formatos de audio

Es útil tener un entendimiento de los formatos de archivos digitales para comenzar. Si usted descarga o escucha un audio en un sitio Web, probablemente está en un formato de compresión, de manera que se pueda descargar más rápido. Probablemente esté familiarizado con algunos de los formatos, como MP3 y Windows Media. No es necesario que conozca las diferencias técnicas entre ellos, solo saber con cuál está lidiando. He aquí un vistazo a los formatos de audio digital predominantes.

2.9.8 Comprimido (en sitios Web)

- MP3 (el más universal)
- WMA (Windows Media)
- Real (Real Audio)
- MPEG-4 (QuickTime)
- MPEG-4 AAC (iTunes)

2.9.9 No comprimido (no se encuentra en sitios Web)

- WAV
- AIFF (Formato estándar de Apple)

Su meta debería ser suministrar a sus lectores fragmentos de audio en formato MP3. ¿Por qué? Porque virtualmente cualquier computador puede reproducir archivos MP3. Programas como iTunes, Windows Media Player o Real Player pueden reproducirlos también, pero no pueden reproducir otros formatos propietarios. Por ejemplo, usted no puede reproducir archivos Windows Media en iTunes, aunque si no tienen protección anticopia se los convertirá a formato AAC en forma automática), ni un archivo Real Media en Windows Media Player, pero puede reproducir un MP3 en cualquiera de ellos (César Monroy 2010).

2.10 Diagnóstico

En general, el análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.

2.11 Dominio

Se denomina así a los sitios en internet que son clasificados de acuerdo con la información que éstos presentan asignándoles un “dominio” de empresa y respectivo código.

Se hace ver que cada país posee su propio código para localización directa de la información, por ejemplo: **gt para Guatemala, es para España, fr Francia.**

Ejemplo:

<i>Dominio</i>	<i>Tipo de sitio en Internet</i>
com	Comercial
org	Organización
co	Compañía
mil	Militar
edu	Educativa
gob	Gobierno
net	Red propia de la red

Esquema 2, elaboración propia.

2.12 Enlace

Conexión de una página Web, con otra, mediante una palabra que representa una dirección de Internet (URL). “Generalmente un enlace está subrayado y es azul. También sirve para descarga de ficheros, abrir ventanas”.

2.13 E-mail o correo electrónico

Como complemento de Internet es utilizado para enviar información desde y hacia cualquier parte del mundo. “Para ello, es necesario que otras personas tengan su correo electrónico único en el mundo que se caracteriza por el símbolo de arroba (@)”.

2.14 Informática

(Avendaño 2002) expone la teoría de que es el tratamiento sistemático de información mediante máquinas actualizadas contempladas como vehículo del saber humano y de la comunicación en los ámbitos técnico, económico y social.

2.15 Internet

La enciclopedia temática (Siglo XXI 2004) define la palabra Internet es una contracción de Internet work system (Sistema de interconexión de redes). Éste contiene información de texto, imágenes, sonido y video, en forma de noticias, documentos, libros y bases de datos, almacenados en los servidores de la red, además de una gran diversidad de programas de computador y herramientas para facilitar la búsqueda y el acceso a la información.

La red está conformada por computadores servidores, equipos y enlaces de comunicación y computadores clientes ubicados en diversos sitios del planeta. Existen rutas de alta velocidad (y capacidad) llamadas backbones, o columnas vertebrales que enlazan las redes principales y rutas de menor capacidad que conectan las redes locales a las principales. Sin embargo, una de las características de Internet es que no requiere que todas las redes estén conectadas directamente entre sí, sino que a través de diferentes rutas (al igual que en un sistema de avenidas y calles) se puede llegar de un punto a otro en la red.

Internet puede verse también como una red de redes de computadores, un conjunto de redes interconectadas de diferentes organizaciones, que permite compartir recursos informáticos (tanto de hardware como de software) de una manera fácil y amigable para usuarios no expertos. Cualquier computador que disponga de un modem y un programa de comunicaciones puede tener acceso a la red y a sus recursos en todo el mundo, sin importar el sistema operacional que utilice.

¿Cómo se graficaría el uso del Internet?



Esquema 3. Fuente: Imágenes Google: Internet.

2.16 Libertad de expresión en la era digital

El periodista digital (Quim Gil 2000) indica ¿Qué es un periodista digital?, según sus artículos, el primero sería simplemente trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet. El verdadero periodismo digital sería el periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo “rompe con la información lineal y unidireccional” e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, tv o traslados a la red).

Por otro lado, el autor señala unos aspectos básicos:

- La información no es un bien escaso, se procesa en información que sobreabunda.
- La pantalla del ordenador admite más texto que la página del papel.
- También importa la información fuera de la red. Por ello, el periodista digital puede ofrecer un gran servicio a la comunidad.
- El periodista digital puede dar el acceso a las fuentes originales si es necesario.
- El periodista digital ha de valorar la información, si selecciona opina y también cuenta la opinión de los lectores.
- El periodista digital ha de actualizar los contenidos.
- Internet es interactivo, todo el mundo puede contactar con todo el mundo siempre y cuando se posea el equipo necesario e indispensable para conectarse.

2.17 La influencia de las telecomunicaciones y la informática en el entorno de una noticia

El termino telemática o teleinformática conjunción de telecomunicaciones e informática se refiere a la disciplina que trata la comunicación entre equipos de computación distantes. El nombre Telemática se genera de la palabra telecomunicaciones, y la palabra Informática.

La transmisión digital hace que este medio adquiera características propias, que pueden originar un nuevo medio y no una mera derivación de un periódico convencional en un nuevo soporte. Aunque de momento es poco más que eso, es de creer que en poco tiempo se habrá diferenciado en todos los aspectos, adaptándose a los avances tecnológicos. El nuevo periódico es un producto interactivo y multimedia, que va integrando todos los recursos: el texto, la imagen, la fotografía, la infografía, la animación el video y el sonido. Se presentan a

continuación las características tan peculiares de este medio y su influencia en una noticia, según (Navarro 2000).

2.17.1 Lectura no secuencial: se acerca a la forma de pensamiento del ser humano ya que las estructuras de las ideas no son lineales.

2.17.2 Universal: la aldea global se hace realidad.

2.17.3 Instantáneo: se consulta la información casi en tiempo real, se acortan las diferencias en lo relativo a la inmediatez con la radio y la tv.

2.17.4 Actualizable: renueva la información conforme se va generando, no hay que esperar el día siguiente, ni la nueva edición del telediario o el noticiero radial.

2.17.5 Profundidad: ninguna información se queda sin difundir. Además, pueden ser incluidos documentos, legislación, estadísticas, discursos y todo lo que se nos pueden ocurrir y se crea necesario gracias al hipertexto. Puede ofrecer más información con más detenimiento que la televisión, y, además, es capaz de personalizar las noticias y diseminarlas a través de áreas geográficas.

2.17.6 Interactividad: ningún medio logra la interactividad que internet permite. Es posible conocer con bastante exactitud cuáles son las secciones o periodistas favoritos del lector y dialogar con él.

2.17.7 Personalización: ofrece la oportunidad que cada uno de los usuarios del servicio reciba y elija de una amplia gama de posibilidades solamente lo que a él le interesa. Gracias a la interactividad, se conocen cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee.

2.17.8 Disponibilidad: es posible tener el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando tengamos una computadora, un módem, una línea telefónica y un servidor de internet. Esa disponibilidad de estar en el lugar de los hechos y transmitir en vivo desde

cualquier lugar del mundo, es lo que caracteriza a la televisión; pero esa ventaja ya la tiene el periódico web. En teoría, un acontecimiento que ocurra en cualquier lugar del mundo y que genere noticia lo podemos conocer en el periódico de nuestra preferencia y en el momento que nosotros lo necesitemos.

2.17.9 Multimedia: este periódico puede ser la suma de los tres medios masivos de comunicación, radio, televisión y prensa escrita, con las ventajas de todos. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúne la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión.

2.17.10 Confiable: la importancia de los periódicos en internet radica en el prestigio que tienen. El cibernauta no puede consultar la totalidad de páginas que están en la web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la información que proporcionan. Los medios de comunicación con prestigio serán una fuente fidedigna, más que el resto de las páginas.

2.17.11 Servicios gratuitos: la mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. Internet es información y si no se pone mucha información a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no va a entrar a las páginas y no se va a vender publicidad.

2.17.12 Nueva retórica: el usuario dispone de la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, provocan que el nuevo medio informativo tenga una nueva retórica propia a sus características.

2.17.13 El lector como creador de opinión: el lector se convierte en creador de opinión cosa que en la prensa escrita está vedado, sólo aparece tímidamente en las cartas del lector, en el periódico web hay cantidad de secciones en que el lector es el protagonista desde los chats, los foros, debates, charlas, encuestas, votaciones, preguntas y respuestas, cartas, el público responde, sugerencias etc.

2.18 Los nuevos paradigmas de la comunicación

Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos. Él sistematiza los diez cambios de

paradigmas que dan lugar a la e-comunicación, el nuevo paisaje mediático que emerge con la red: el usuario como eje del proceso comunicativo, el contenido como vector de identidad de los medios, la universalización del lenguaje multimedia, la exigencia de tiempo real, la gestión de la abundancia informativa, la desintermediación de los procesos comunicativos, el acento en el acceso a los sistemas, las diversas dimensiones de la interactividad, el hipertexto como gramática del mundo digital y la revalorización del conocimiento por encima de la información (Orihuela 2002).

El autor expone en su publicación que corresponde hoy a los comunicadores, con mayor urgencia que nunca, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de un modo más efectivo a un público que, a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarlo a navegar. A navegar en la información.

Concluye diciendo que la e-comunicación como nuevo escenario de la comunicación pública en la era de internet ha de interpretarse no de un modo apocalíptico, sino como la ocasión para redefinir el perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores, así como los contenidos y los procedimientos de su formación académica, y repensar los medios y las mediaciones.

2.19 Nuevas tecnologías de comunicación

“La importancia de los medios masivos de comunicación -llámense prensa escrita, cine, radio y especialmente televisión- en la formación de las opiniones, valores, expectativas sociales y en la socialización en general, es un hecho evidente, aceptado hoy en día desde los diversos puntos de vista” (Quiroz 2003).

A estos medios se ha incorporado la tecnología digital que abre, potencia los campos de la información y el entretenimiento. Estamos frente a tecnologías del conocimiento y la comunicación que afectan la forma en que actuamos, lo cual ha creado un nuevo ambiente comunicacional que modifica o añade posibilidades a nuestra manera de percibir y vivir en el mundo.

Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, NTCI - denominación y siglas acordadas en la 28ª reunión de la asamblea general de la UNESCO en noviembre, 1995-, incorporan un punto más en la agenda en el quehacer periodístico. “El surgimiento de Internet marca una etapa en la era de la comunicación y se establece como medio independiente y nuevo que no nació del vacío sino que reúne elementos de los ya existentes y supera las prestaciones de los medios clásicos” (Canga 2000).

2.20 Nuevos contenidos periodísticos

Es lo que se refiere a una nueva tipología de contenidos en los periódicos digitales, es decir, son elaborados por el propio usuario sin desempeñar una labor profesional en el medio. Participa de él como lector o consumidor y como productor de contenidos, mientras que en los periódicos impresos, se limita a las cartas al director (Díaz, *et al* 2003).

En coincidencia con lo anterior, pero con especial visión (Albornoz 2007) dice que “las nuevas redes digitales originan un cambio no sólo tecnológico, sino también conceptual, alterando la manera de aprehender el mundo; un modo de acceso al conocimiento, basado en la escritura lineal y textual”.

Los especialistas en periodismo digital también señalan que ha cambiado el modo de publicar el producto informativo, pues se basa en la forma en que se realiza esa producción. “La tecnología digital posee tres características que la diferencian de los periódicos en papel: **La producción informativa, el usuario e interactividad y los nuevos contenidos.**

2.21 Medio de comunicación

Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media), sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales (Slideshar 2013).

2.22 Periodismo

Es un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista.

En otras palabras, el periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual. Para cumplir con su misión, el periodista o comunicador debe apelar a fuentes que resulten creíbles o aprovecha sus propios saberes. Aunque la base del plano periodístico es la noticia, también contempla otros elementos que pueden ser los géneros, como sucede con la crónica, la entrevista, la opinión y el reportaje. Por eso, el periodismo puede tener un perfil informativo, ser de tipo interpretativo o explotar el ámbito de la opinión, por citar algunos ejemplos. Los distintos medios de comunicación, como los periódicos, la televisión, la radio o Internet, hacen que el periodismo pueda ser gráfico, audiovisual, radiofónico o digital (Definiciones.de 2008).

2.23 Periodismo digital

La modalidad del periodismo digital nació en Estados Unidos hace una década, y según (Pavlik 1997), en un inicio los periodistas en los medios digitales, se limitaban a reproducir la información de los formatos impresos o tradicionales. El autor destaca que esta tendencia aún predomina en diversos medios de comunicación, Sin embargo esta estrategia no fue suficiente para atraer más públicos que seguían prefiriendo la información en los formatos tradicionales.

Dentro de este contexto nace el llamado periodismo digital, mismo propone que en las nuevas tecnologías el periodista ya no puede ser sólo un gestor de información sino que debe adaptarse a las exigencias de públicos cada vez más segmentados y exigentes, en cada publicación deben ofrecer un valor adicional a la información para hacerla más atractiva.

La competencia en el ámbito de Internet es amplia por lo que la constante preparación y actualización por parte de los profesionales de la comunicación en este ámbito, será un factor determinante.

(Quim Gil 2000) dice que el concepto de periodista digital no se puede definir de forma clara incluso porque el mismo concepto de “periodista en su expresión tradicional, lleva décadas de discusión. Existen personas con conocimientos específicos que pueden informar muy bien sin ser periodistas”.

Puig, citado por Letona Barillas (2002) indica sobre el papel del comunicador en el nuevo contexto tecnológico, dice que el periodista digital es aquel que utiliza medios digitales para obtener y trabajar la información generando contenidos que luego serán publicados en medios digitales. Estos soportes pueden ser medios “on line” como Internet, o medios “off line”, como por ejemplo los discos compactos, etc.

"La diferencia entre el periodista digital y el periodista tradicional es el soporte con el que trabajan, el proceso de desarrollo, el mercado y la ética de su labor periodística" (Puig 2013).

El manejo básico de la informática será de valor determinante en estos profesionales. El comunicador que quiera convertirse en un periodista digital, deberá familiarizarse con el entorno de Internet, la búsqueda de información, la multiplicidad de fuentes que existen y con la interactividad que propicia este medio por medio de sus servicios de valor añadido como grupos de noticias, foros, chats, listas de correos electrónicos (Sandoval 2005).

2.24 Periódico

La palabra periódico busca identificar de alguna manera a los únicos libros que pierden constantemente su actualidad por depender su contenido de los acontecimientos diarios. Los periódicos son constantes y cambiantes edición con edición, sin embargo, son una rica fuente de consulta pues se convierten en la memoria de la comunidad donde se publica (Ochoa 2004).

2.25 Periódico digital

Por sus características son catalogados como medios interactivos y puede afirmarse que el ejercicio del periodismo en Internet constituye una práctica que posee rasgos claramente exclusivos y distintivos que lo diferencian del periodismo tradicional, aunque su finalidad es la misma: la Producción Informativa (Salaverría 2003).

2.26 Periódicos electrónicos

Los periódicos electrónicos surgen en su fase inicial en 1993 y 1995, cuando un gran número de empresas estadounidenses, tomaron la decisión de aventurarse en la nueva plataforma de internet y otras opciones digitales. El primer diario que lanzó una versión integral fue *The Chicago tribune*, en 1992, a través de *America online*. Por esa misma red de servicios se distribuían entonces al menos otros seis boletines informativos, de menor complejidad (Contreras 2011).

No sorprende el hecho de que estados unidos haya sido el país en donde nace la prensa en línea, puesto que es el país que cuenta con la infraestructura informática empresarial y doméstica más avanzada (Albornoz 2007). El periódico electrónico se define como un producto interactivo y multimedia. Se vale de diferentes recursos que lo vuelven, un medio multimedia con el texto, la imagen, el vídeo y el sonido. Además, está revolucionando los conceptos básicos del periodismo impreso. El periodismo en internet no solamente se encuentra en las páginas de periódicos, televisión, radio en internet, también se encuentra presente en otros sitios que utilizan la web como medio de difusión.

2.27 Periodismo digital en Guatemala

El 6 de diciembre de 1995, Guatemala quedó conectada a la red internacional de internet a través de un enlace satelital, según lo afirma la comunicación electrónica de (Ragie 2011). Esta primera fase del proyecto tecnológico se llamó: red nacional de Guatemala, MAYANet.

2.28 Primer periódico digital en América Latina

Según lo plasman en el portal (Faro 2006) “el 15 de mayo de 1998, aparecía en Internet el primer periódico virtual de El Salvador y de América Latina: El Faro. Y nacía como respuesta a la necesidad de un medio de comunicación alternativo, que hiciera otro tipo de periodismo, más fresco, más ágil y menos encasillado. No era El Salvador un país tan distinto. El presidente Armando Calderón Sol se aprestaba a iniciar su último año en el Gobierno, con el FMLN crecido por las encuestas y ARENA buscando sucesor. El mandatario insistía en haber sembrado las bases del cambio, pero había también terminado la euforia surgida de los Acuerdos de Paz y la esperanza de que se podía construir un país distinto con las principales fuerzas políticas en manifiesta actitud de diálogo y concentración.

2.29 Principios del periodismo digital

El editor inglés (Rusbridger 2010) director de Guardian Media and New, reservó 10 principios básicos del periodismo digital, durante el evento 7 internacionales "Periodismo 2020" realizado en Viena, sobre los principios y recomendaciones de cómo abordar el periodismo en la red:

1. Fomentar la participación y la retroalimentación: Las experiencias de los reporteros y los servicios de foros y comentarios como plataformas de contacto con los lectores.
2. El medio no es para el grupo de periodistas que lo hace, sino para los lectores: El fin es siempre el usuario, el receptor-lector.
3. Animar a otros a iniciar un debate, publicar material o hacer sugerencias: Potencializar la utilización de las redes sociales.
4. Ayudar a crear comunidades en torno a intereses comunes y temas de importancia.
5. Ser abierto y formar parte de la Web: no tenerle miedo a las herramientas en red: Una recomendación que desemboca en el perfil del periodista digital.
6. Reunir y supervisar el trabajo de otros: Siempre estar al tanto de temas de interés, enfoques y abordajes que logran otros medios.
7. Aceptar que los periodistas no son los únicos autorizados y expertos. Hay otras voces interesantes: El usuario activo de la red ya puede participar.
8. Disfrutar, expresar y reflejar la diversidad, y promover los valores compartidos.
9. Aceptar que la publicación puede ser el comienzo del proceso periodístico y no el final: En el mundo digital todo estar en constante construcción.
10. Ser franco y abierto a los desafíos y mejoras, incluyendo las correcciones, aclaraciones y debate: Reinventar la forma de trabajar todos los días.

2.30 Producto digital

El producto llega por medio de bytes en una pantalla electrónica y no sobre el papel. Se transmite por redes telemáticas. Los costos se reducen considerablemente respecto de las ediciones impresas. Enorme ventaja, sobre todo para aquellos que no cuentan con suficiente capital para iniciar un negocio. “Los avances tecnológicos permiten que los periódicos se puedan recibir en cuadernos de papel electrónico. Llegarán las noticias de última hora a medida que se vayan produciendo y las fotos estáticas de la prensa escrita están dejando paso a imágenes animadas” (Monroy 2010).

2.31 Producción informativa

Los diarios digitales replantean la elaboración de la noticia, columna vertebral del quehacer periodístico. Se le denominado explosión de la comunicación por la accesibilidad en la producción de páginas Web, pues un usuario es potencialmente un emisor de información, lo que significa que el periodista no se dirige estrictamente a la fuente, sino que la misma fuente se puede dar a conocer (Díaz, *et al* 2003).

2.32 Redes sociales

Entre los años 2001 y 2002 aparecen por primera vez los sitios que fomentan el uso de redes de amigos. En el 2003 aparecen servicios de redes sociales como Friendster, Tribe y MySpace que se vuelven muy populares. Rápidamente algunas empresas reconocidas ingresan a las redes sociales. Según (Zamora 2006) las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad.

Por otro lado, internet es un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas; que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida.

Actualmente se pueden mencionar algunas de las redes sociales más populares que se caracterizan, por sus diferentes temáticas. Los usuarios se dan de alta en ellas, según sus

intereses y relaciones, entre las redes sociales más populares se encuentran Orkut, Facebook, Hi5, MySpace, LinkedIn, Flickr, YouTube, Dejaboo, Econozco, Neurona, entre otras. Algunas son más populares que otras en las regiones, en el caso de Orkut es la más popular en Brasil, mientras que en Guatemala las más utilizadas son: Hi5 y Facebook, también Twitter.

2.33 Requisitos para ser (buen) periodista online

Según el portal (Grados 2008) el nuevo rol del periodista digital exige habilidades propias del entorno online que, además, van cambiando a medida que internet evoluciona. Dando por supuestas las competencias propias del periodismo tradicional, como criterio periodístico, gramática y estilo, ésta sería la lista ideal de temas que un periodista online debería conocer y manejar con soltura:

- Nociones básicas de Flash
- Edición y grabación de audio y vídeo
- Herramientas de blogs
- Sistemas editoriales (CMS)
- Diseño web
- SEO (posicionamiento en buscadores)
- CSS (hojas de estilo)
- XML y HTML
- Usabilidad y accesibilidad
- Photoshop
- Fotogalerías locutadas

2.34 Claves para ser un buen periodista

Según (Navas 2009) da a conocer once claves para ser un buen periodista web, compartiendo una serie de recomendaciones para los periodistas que trabajen o quieran incursionar en el creciente ámbito del periodismo digital.

- 1. No dejar de ser periodistas:** Más allá de los cambios que han causado los nuevos formatos y las nuevas tecnologías, los fundamentos de investigación, reportería y ética que rigen este oficio siguen vigentes.

2. **Bajarse del pedestal:** Internet ha terminado con la superioridad que los periodistas tenían frente a las audiencias. Hoy esta relación es horizontal, por eso, es necesario que los periodistas se liberen de su ego y aprendan a entender, valorar y aprovechar los intereses y la participación de las audiencias.
3. **Generar debates:** Internet es el medio de participación por excelencia. Su inmediatez, su facilidad de acceso y sus herramientas interactivas son el escenario perfecto para generar opinión, debates y desafiar a las audiencias a que se hagan parte activa de la información.
4. **Sumergirse en la cultura digital:** Es imprescindible que un periodista web esté al tanto y participe activamente en redes sociales, canales de información, blogs, comunidades y sepa aprovechar las herramientas de la web 2.0 en sus labores diarias.
5. **Entender la base de los diferentes medios:** En el tema de la convergencia es clave que el periodista sepa identificar los puntos fuertes de cada medio para saber qué recursos puede aprovechar de cada uno de ellos.
6. **Conocer la narración multimedia:** El periodismo online exige ir mucho más allá del texto. Hoy los usuarios necesitan contenidos con video, fotos, infografías, material descargable y enlaces a informaciones relacionadas. Para eso, se requiere tener muy claro los conceptos que exige la narración multimedia.
7. **Coordinar comunidades online:** Estar al tanto de la interacción social en la red es fundamental para acercarse a las audiencias, sintonizarse con sus intereses y darles visibilidad. Saber aprovechar el potencial que ofrecen las comunidades online es una estrategia clave para mantener un sitio dinámico empujado por la energía de los usuarios.
8. **Leer estadísticas de tráfico y datos de los usuarios:** Gracias a varias herramientas que existen en Internet, los periodistas pueden tener una idea clara de cómo se comporta su sitio, cuántas visitas recibe, cuáles son los contenidos más apetecidos, que secciones y funcionalidades despiertan mayor interés y participación, entre otras. En general, las

estadísticas que ofrecen sitios como Google Analytics y Alexa permiten seguirle el rastro a las audiencias y conectarse con sus necesidades.

- 9. Asumir el rol de autor, editor y publicar su propio material:** La forma intuitiva en la que están diseñadas las herramientas web y la inmediatez que exige este medio, crean un escenario en el que una sola persona puede encargarse de todo el proceso de producción de contenidos.
- 10. Entenderse con los equipos de desarrollo tecnológico:** Una de las barreras que enfrentan los periodistas que tienen algún emprendimiento web, es enfrentarse a un equipo de ingenieros que por motivo técnicos frenan sus iniciativas. Por eso, es importante que el periodista maneje los conceptos tecnológicos para tener argumentos a la hora de solicitar un recurso o una innovación.
- 11. Adaptarse a los ciclos de vida de la información:** El ritmo vertiginoso de la web exige que los contenidos circulen, se complementen, se transformen, se enlacen con gran rapidez y le den paso a otros productos más relevantes cuando sea necesario. Es una lógica muy distinta a la de los medios impresos donde la información queda estática una vez publicada.

2.35 Web

(Definiciones.de 2008) indica que un vocablo inglés que significa “red”, “telaraña” o “malla”. El concepto se utiliza en el ámbito tecnológico para nombrar a una red informática y, en general, a Internet (en este caso, suele escribirse como Web, con la W mayúscula).

El término, de todas formas, tiene varios usos. Además de nombrar a Internet en general, la palabra web puede servir hacer mención a una página web, un sitio web o hasta un servidor web.

Una página web es un documento que incluye un archivo HTML con texto, imágenes, videos, animaciones Flash, etc. Al conjunto de páginas web que suelen formar parte del mismo dominio o subdominio de Internet se lo conoce como sitio web. Dentro del sitio web, todas las

páginas guardan alguna relación entre sí y están vinculadas mediante vínculos (también conocidos como enlaces, hipervínculos, hiperenlaces o links).

El servidor web, por otra parte, es un programa creado para transferir páginas web a través de la implementación del protocolo HTTP. Por extensión, se denomina servidor a la computadora donde se ejecuta dicho tipo de software.

2.36 Web 2.0

El término ‘Web 2.0’ se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios. Con frecuencia el concepto es comparado y contrastado con la ‘Web 1.0’, un término adaptado que describe la teoría y las limitaciones bajo las cuales mucha de la Web actual fue construida, con el concepto de páginas de inicio, servicios invasivos tales como el mercadeo por correo electrónico (con opción cancelar la suscripción) y barreras al contenido del sitio, como el registro.

La ‘vieja Web’ no era toda mala, claro. Las organizaciones de medios tradicionales y negociantes del mundo real construyeron sólidos, aunque poco espectaculares, sitios Web que no llegaron lejos con la bonanza de los puntocom. Experimentaron con nuevas formas de alcanzar las audiencias y clientes, y muchas de ellas, como los boletines por correo electrónico y la personalización de Amazon, todavía proliferan hoy. Estos intentos de innovación establecieron las bases para una segunda ronda de experimentación que fue más abierta e intentó explotar el poder del usuario.

“El cambio comienza en la periferia. Es allí donde la gente -nuestros lectores y espectadores- prueba nuevas prácticas. Es también donde su cultura emergente se está formando, una cultura en la cual ellos miran los medios desde una perspectiva diferente. Y así también el nuevo pensamiento de los periodistas necesita comenzar en la periferia, donde el cambio viene rápidamente entre la generación de usuarios más jóvenes, y mucho más lentamente para nosotros. Los lectores potenciales del mañana están usando la Web en formas que difícilmente podemos imaginar, y si deseamos seguir siendo relevantes para ellos, necesitamos entender cómo. Sin embargo, las organizaciones periodísticas han sido demasiado lentas para notar el movimiento en lugares que están lejos de lo que ha sido su centro” (Definicones.de 2008).

Capítulo IV RESULTADOS

Tabla 1 Resultados de conocimientos del periodismo digital, la primera columna corresponde a las respuestas obtenidas de las 6 páginas web.

Cuestionario sobre los conocimientos del periodismo digital								
Páginas web	¿Periodismo digital?	¿Conocimientos previos?	¿Tradicional a la Internet?	¿Retos?	¿Capacitaciones?	¿Periodista tradicional a lo digital?	¿Las páginas informan mejor?	¿Lo tradicional desaparecerá?
1	Si	No	Bueno	Actualización	Si	Si	Si	Si
2	Si	No	Bueno	Publicidad	No	Si	Si	No
3	Si	No	Bueno	Actualización	Si	Si	Si	Si
4	Si	Si	Excelente	Actualización	No	Si	Si	Si
5	Si	No	Bueno	Publicidad	Si	No	Si	No
6	Si	Si	Excelente	Actualización	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Resultados de equipo tecnológico del periodismo digital, la primera columna corresponde a las respuestas obtenidas de las 6 páginas web.

Cuestionario sobre el equipo tecnológico del periodismo digital										
Páginas web	¿Inventario?	¿Cámara digital?	¿Cámara video?	¿Computadora portátil o escritorio?	¿Grabadora digital?	¿Modem o planta?	¿Usb?	¿Instalaciones?	¿Discos extraíbles?	¿Micrófono?
1	Si	Si	No	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si
2	Si	Si	Si	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si
3	Si	Si	Si	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si
4	Si	Si	Si	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si
5	Si	Si	Si	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si
6	Si	Si	Si	Ambas	Si	Ambas	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3 Resultado de Actividades de periodistas, la primera columna corresponde a las respuestas obtenidas de las 6 páginas web.

Cuestionario de actividades periodísticas											
Páginas web	¿Reportaje?	¿Entrevistas?	¿Editorial?	¿Columnistas?	¿Nota roja?	¿Consulta otras páginas?	¿Transmisión en vivo?	¿Redes sociales?	¿Variedad de temas?	¿Celulares?	¿Equipo humano?
1	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	No	Si	Si	3
2	No	Si	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	5
3	Si	Si	No	No	Si	No	Si	Si	Si	Si	2
4	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	Si	Si	4
5	Si	Si	No	No	No	No	No	Si	Si	No	5
6	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	no	4

Fuente: Elaboración propia

4.1 Discusión de resultados

De acuerdo con los resultados presentados en la tabla 1 de resultados, se reporta, para la pregunta 1 en donde se consultó, si los comunicadores poseen la definición de “Periodismo Digital”, del cual, el 100% afirmó poseer dicha definición (gráfica 1, apéndice 1).

Los resultados obtenidos para la pregunta 2 (Posee conocimientos previos sobre Periodismos Digital) de la tabla 1. El 33% afirmó poseer conocimientos previos, sobre el periodismo digital; y el 67% afirmó, que no posee conocimientos previos sobre el periodismo digital, al momento de incursionar en dicho medio de comunicación. En base a esta información, se puede inferir, que los comunicadores que no poseían conocimientos previos sobre periodismo digital, incurrieran en errores en la ejecución de dicho medio de comunicación digital (gráfica 2, apéndice 1).

Los resultados obtenidos para la pregunta 3 “Opinión sobre la digitalización de los medios tradicionales de comunicación”, reportados en la tabla 1. El 100% de las páginas entrevistadas, opinan que es una práctica muy buena y excelente, el cambio que están realizando, con lo cual, tiene buena perspectiva en la implementación del periodismo digital en los medios tradicionales de comunicación (gráfica 3, apéndice 2).

En la tabla 1 Resultados de conocimientos previos sobre el periodismo digital, correspondiente a la pregunta 4 Cuáles son los mayores retos que ha tenido que enfrentar en este nuevo oficio. El 67% de los cuestionados manifestó que el mayor reto es la actualización, el 33% dijo que es la publicidad. Tomando en cuenta que la actualización está inmersa en los programas que se utilizan para diseñar, editar, los diferentes formatos, por ejemplo: imagen, audio y video. La publicidad la han visto como un reto porque según lo dicen, aun no poseen su propia cartera de clientes, ya que la mayoría de anunciantes solo lo hacen a través de los medios de comunicación tradicionales. Este reto, se puede relacionar con la falta de conocimientos previos al momento de incursionar en el periodismo digital (gráfica 4, apéndice 2).

Los resultados obtenidos para la pregunta 5 Capacitación a los comunicadores por parte del medio de comunicación, se reportan en la tabla 1. En la cual, el 67% indicaron que los medios de comunicación si brindan capacitaciones para el manejo adecuado del periodismo digital; el 33% indicó que no reciben capacitación en su lugar de trabajo. Cabe mencionar, que en la actualidad existen instituciones, que apoyan a los comunicadores, a través de capacitaciones, por ejemplo: Civitas, Sala de Redacción, entre otras. Quienes si reciben la inducción necesaria en su lugar de trabajo y recibe también charlas de otras entidades, dicen conocer y desenvolverse mejor en las diferentes ramas que se utilizan para ejercer el periodismo digital (gráfica 5, apéndice 3).

Los resultados obtenidos para la pregunta 6 ¿Cree usted que un periodista tradicional esté preparado para hacer periodismo digital? el 84% manifestó que si es posible que un periodista tradicional logre hacer la labor de informar a través de las páginas de Internet; el 16% dijo que no es posible. La mayoría que hoy en día hacen periodismo digital en las diferentes páginas de Internet de Chiquimula, laboraban en medios de comunicación tradicional, pero a la llegada de la Internet, fueron adaptándose al cambio, de alguna forma cometiendo algunos errores para poder ejercer el periodismo digital de manera adecuada o correcta. También vale resaltar que hay comunicadores que rechazan el cambio y prefieren continuar haciendo las mismas tareas en el periodismo tradicional (gráfica 6, apéndice 3).

En la tabla 1 Resultados de conocimientos del periodismo digital, se reportan los resultados para la pregunta 7 “Considera que las páginas en Internet brindan mayor información que los medios tradicionales, como los programas de cable, el periódico y la radio?, El 100% dijo estar de acuerdo en que las páginas de la web informan mejor que los medios de comunicación tradicionales, tomando en cuenta que un medio que ocupa un espacio en la Internet, tiene la opción de poder actualizar la información conforme su desarrollo (gráfica 7, apéndice 4).

Los resultados reportados en la tabla 1, pregunta .8, en donde se le preguntó a los comunicadores ¿Cree usted que los medios impresos van a desaparecer dentro de algunos años? En la cual 67% de la muestra consultada indicó que los medios impresos, como la prensa, las revistas, etc. van a caducar según lo indican. El 33% dijo que no desaparecerán. La mayoría coinciden que la tendencia es eso, que entre unos 15, 20 años los medios tradicionales tendrán que desaparecer, porque lo digital ya habrá abarcado a nivel mundial con la implementación de las tecnologías. Sin embargo, la minoría está consciente que no toda la población tiene acceso a Internet, ni mucho menos a una computadora, y sobre todo los costos que conllevan. Este 67% de encuestados que afirman que el periodismo tradicional desaparecerá corresponde al 67% que invierte en capacitaciones, ya que están convencidos, que el futuro de la comunicación será por medio de los medios digitales. Dejando de lado, la comunicación escrita; se debe de tomar en cuenta la influencia de organizaciones que velan por el medio ambiente en donde promueven, dejar de utilizar papel (gráfica 8, apéndice 4).

La tabla 2 Se expone los resultados del cuestionario que fue dirigido a los comunicadores sobre el equipo tecnológico del periodismo digital, en donde se plantea una serie de interrogantes, para inquirir en las herramientas que poseen y utilizan para informar a través de las páginas de Internet del municipio de Chiquimula. Un 84% manifestaron tener las herramientas adecuadas y actualizadas con la tecnología que requiere el informar por la web. Entre el equipo tecnológico destacan: computadoras, grabadoras de audio digitales, cámaras fotográficas digitales y de video, entre otras herramientas del hardware y software. Para difundir y recolectar la información que es colgada en las plataformas, es necesario e indispensable tener al alcance un equipo completo de instrumentos tecnológicos, para la realización correcta de las labores periodísticas que se realizan en el ciberespacio (gráficas de la 1 a la 10, apéndices del 5 al 9).

La pregunta 1 correspondiente a la tabla 3 en donde se cuestiona sobre, si realizan reportajes en las páginas de Internet, el 84 % manifestó que si los elaboran y el 16% dijo que no lo hacen. Esto indica que la mayoría opta por utilizar este género periodístico ya que

en él se informa de una mejor manera y completa de un acontecimiento. Quienes no lo hacen es porque prefieren optar por otros géneros periodísticos, como las notas informativas que son rápidas de elaborar y no necesitan mayor descripción del acontecimiento que informan (gráfica 1, apéndice 10).

En la tabla 3 está dirigida a los comunicadores que laboran en los medios digitales de la ciudad de Chiquimula, en donde se les pregunta sobre sus actividades periodísticas que realizan en el medio digital, la pregunta 2 está relacionado a las entrevistas que realizan a personajes de Chiquimula, de la región o a nivel nacional. El 84% dijo que si hacen entrevistas, el 16% indicó que no lo hacen. El 84% realizan entrevistas a docentes, poetas, escritores y representantes de la política. Mientras que el 16% solo las realizan para obtener información y brindar una fuente para sus notas periodísticas (gráfica 2, apéndice 10).

Los resultados obtenidos en la pregunta 3 de la tabla 3 en donde se cuestiona sobre si el medio digital elabora un editorial, el 67% dijo que no y un 33% manifestó que si los hacen. En la actualidad son pocos los medios digitales que utilizan un editorial para externar la voz del medio de comunicación, cuando están apelando por una noble causa o una injusticia. Cabe destacar que los medios que realizan un editorial hoy en día solo son los periódicos que son impresos y tienen su versión en digital, los medios que han nacido en la Internet, aún no han optado por elaborar un editorial (gráfica 3, apéndice 11).

La tabla 3 relacionada a conocer las actividades periodísticas que realizan los comunicadores digitales de la ciudad de Chiquimula, se obtienen los siguientes resultados de la pregunta 4 en donde se cuestiona si el medio de comunicación posee columnistas, el 84% indicó que no y 16% expresaron que sí. Las páginas web no tienen columnistas que expresen su opinión respecto a cualquier tema; en Chiquimula se sabe que solo existe un periódico llamado La Voz, el cual tiene su versión digital y por ende posee columnistas (gráfica 4, apéndice 11).

Los resultados de la pregunta 5 de la tabla 3 se preguntó si cubrían las notas rojas, el 50% manifestó que sí y un 50% que no. Mostrando que hay páginas que no las cubren porque

sus formatos no les permite informar ese tipo de hechos de sangre, hay también de las que se han vuelto muy visitadas por el tipo de información que brindan, porque sus formatos así son y van dirigidas para un público específico (gráfica 5, apéndice 12).

La tabla 3 muestra los resultados obtenidos en la pregunta 6 donde se cuestionó sobre si consultaban otras páginas web para elaborar alguna nota periodística. El 50% contestó que no y 50% indicaron que sí. Los resultados arrojan que la mitad de los encuestados no consultan otras páginas de Internet para enriquecer la información o como referencia, sin embargo consultan fuentes físicas de instituciones, de igual forma hay páginas que si consultan y hacen referencia de lo publicado en sus notas (gráfica 6, apéndice 12).

En los resultados de la pregunta 7 de la tabla 3 en donde se les preguntó si ¿Transmite algún programa en vivo, de radio o televisión en la página web? El 50% manifestó que sí y 50% dijo que no. En las páginas web hay opción a que puedan enlazar una señas terrestre y transmitirla vía internet, sin embargo algunos no lo hacen, porque no poseen dicho medio terrestre o programa en vivo, pero si hay quienes han hecho convenios con medios de comunicación de enlazar y difundir información en vivo al mundo a través de la página web (gráfica 7, apéndice 13).

La tabla 3 pregunta 8 relacionado a las actividades periodísticas que realizan los comunicadores, se preguntó si ¿Utiliza las redes sociales para dar la primicia de la nota que será ampliada en su portal? El 67% contestó que sí y 33% que no. La mayoría manifestó que sí, porque a través de las redes sociales, principalmente de Facebook y Twitter han encontrado una herramienta social en donde interactúan e informan directamente con los usuarios y así invitarlos a que visiten la página web para leer la nota completa que será actualizada en el sitio, mientras la noticia se encuentra en desarrollo. Las páginas que no utilizan esta herramienta social, prefieren solo informar en sus sitios web y no hacerlo en las redes sociales (gráfica 8, apéndice 13).

Los resultados de la pregunta 9 de la tabla 3 se preguntó ¿Los acontecimientos religiosos, culturales y deportivos, también son publicados en su portal de Internet? El 100% expresó

que sí lo hacen, porque se identifican con su formato al cual está dirigida la página y son los acontecimientos que tienen mayor demanda por los usuarios de Internet (gráfica 9, apéndice 14).

La pregunta 10 tabla 3 se cuestionó si ¿Utiliza los celulares como medio para subir información a su página de Internet? El 67% indicó que sí y 33% que no. Los comunicadores encargados de subir la información a la página web, optan por actualizar sus portales por medio de un dispositivo móvil, lo cual les acorta y ahorran tiempo e informar rápidamente desde el lugar de los hechos. Quienes no lo hacen, prefieren hacerlo a través de un sistema de cómputo que se encuentra fijo y hacer sus actividades periodísticas digitales (gráfica 10, apéndice 14).

Pregunta 11 tabla 3 se interrogó ¿Tiene el medio de comunicación en su equipo humano? Diseñador, editor, Redactor, Fotógrafo, Camarógrafo o Todo lo hace una persona. Esto se hizo para conocer cuántas personas laboran en un medio digital del municipio de Chiquimula. Dos únicas páginas web señalaron que cuentan con las 5 personas que realizan las diferentes actividades periodísticas, siendo esto un 33% Dos medios más indicaron contar con 4 personas encargadas de realizar las 5 funciones periodísticas antes mencionadas, siendo un 33% Un medio digital manifestó que solo cuenta con 3 personas para cumplir con las labores periodísticas que realiza el medio digital, siendo esto un 17% También otro medio digital indicó que solo cuenta entre su personal a 2 personas para el cumplimiento de las 5 actividades antes indicadas, siendo 17% (gráfica 11, apéndice 15).

Las 6 páginas web formaron parte de la muestra en la investigación que se realizó en el municipio de Chiquimula, sobre los conocimientos del periodismo digital, las herramientas tecnológicas y las actividades periodísticas que realizan; los comunicadores encargados de difundir información de carácter social, religioso y deportivo. En primera instancia se da a conocer que las personas que laboran en los medios digitales han trabajado con anterioridad en medios tradicionales, en donde un alto porcentaje da cuenta que inician esta nueva profesión sin conocimientos previos del mismo, sin embargo experimentan y hacen la labor de informar a través de las plataformas de Internet, lo cual ha ocasionado que incurran en

errores a la hora de informar, dejando vacíos de comunicación en la profesión del periodismo digital. Los medios digitales aún no han hecho hincapié sobre la importancia de brindar constantes capacitaciones hacia sus comunicadores sobre el manejo de los diferentes programas que son utilizados para preparar la noticia, lo que ha ocasionado que no se desarrolle el periodismo digital de una forma correcta; porque en un sitio web se maneja el formato o combinación de texto, imagen, audio y video ampliando las variedades para el diseño del portal informativo. Las herramientas son indispensables para la recolección y edición de noticias, entrevistas, reportajes, entre otros géneros periodísticos. Los medios del municipio de Chiquimula, cuentan con el equipo necesario para cumplir los requisitos del ciberperiodismo, el cual no ha sido explotado en su totalidad debido a que no cubren todos los géneros periodísticos.

También las actividades periodísticas hacen la diferencia entre medios digitales, por ejemplo: algunos medios se interesan por las notas rojas, otros se enfocan en acontecimientos sociales; los internautas tienen sus preferencias. De igual forma ocurre en el periodismo tradicional, que hay variedad de medios que se inclinan por sus diferentes grupos objetivos. Vale mencionar que en diferentes países europeos, los medios tradicionales tienden a perder popularidad y eso los lleva a caducar, a menos que lleven paralelamente una versión digital. Lo que marca la tendencia es que los medios impresos desaparecerán en un corto plazo y los medios digitales serán la base fundamental de información que brindará en un futuro que ya hemos empezado a vivir en la aldea digital.

Capítulo V

Propuesta

Introducción

Según la Comunicadora Social Estefani Falla Aroche (2009) editora de contenidos en el sitio Maestros del Web, manifiesta que las universidades que ofrecen la carrera de comunicación o periodismo en Guatemala, contemplan algunos cursos relacionado con la tecnología. Sin embargo, ninguna ofrece especialización en dicho género todavía. Además, muy pocas universidades ofrecen un laboratorio equipado con las herramientas necesarias para dichos cursos; en especial la universidad pública. Los cursos sobre tecnología, en algunas universidades están ligados con tecnologías obsoletas, como Macromedia Freehand, que ya no contempla actualizaciones por la casa creadora, porque ha creado una nueva herramienta que la remplaza. Los comunicadores, estudiantes de periodismo deben conocer sobre servicios sociales como: YouTube, Facebook, Vimeo, Twitter, Google Reader, Google Maps, etcétera. Además, debe conocer cómo crear un blog, videocast, podcast y muchas tecnologías más relacionadas con los dispositivos móviles.

El periodista José Luis Orihuela (2002) conferenciante y catedrático de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, (Pamplona, España) considera que los universitarios y sus docentes tienen que tomarse más en serio su alfabetización digital. Hoy una parte de nuestra cultura se está construyendo sobre los intercambios informales de información entre particulares, al margen de los medios masivos tradicionales. Orihuela afirma que la gente común está usando la red para publicar contenidos propios; las personas mezclan, valoran, comparten y contenidos de terceros para relacionarse y cooperar. Los periodistas deben apropiarse de las nuevas herramientas sin complejos e integrarlas entre sus prácticas cotidianas de gestión de información. De lo contrario, los profesionales de la comunicación y el periodismo no tendrán una voz autorizada para quejarse por los usos triviales que otras personas le den cuando estos se hayan generalizado.

Falla, indica que las tres universidades privadas del país que cuentan con equipo técnico e infraestructura adecuada para incorporar dentro de sus pensum el uso de las nuevas tecnologías, y estas son: Universidad Francisco Marroquín, hace tres años inauguró su

carrera de Licenciatura en Periodismo, con un pensum de gran contenido político; entre los cursos específicos de la carrera, solamente uno está orientado a las nuevas tecnologías de la comunicación. Por otro lado, la reciente aparición de la carrera de Comunicación y Letras de la Universidad del Valle de Guatemala, no contempla dentro de su pensum cursos relacionados con las nuevas tecnologías de la comunicación, prestando mayor énfasis a los cursos de letras. La Universidad Rafael Landívar contempla en su pensum, cursos relacionados con la edición de vídeo, fotografía digital, producción de radio, además posee laboratorios para la producción, sin embargo sus contenidos no incluye las nuevas tendencias del periodismo digital.

Justificación

Es importante incluir cursos sobre las nuevas tecnologías que se utilizan en las diferentes plataformas de la comunicación por Internet, ya que la profesión del periodista está cambiando en sus herramientas y en la forma de comunicar. Es necesario agregar el curso de Periodismo Digital en el pensum académico de la carrera Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Oriente, CUNORI. Esta implementación será de gran ayuda y de actualidad para cada persona que quiera estudiar periodismo y así obtener las mejores técnicas del periodismo digital. La propuesta sugerida indica que el cuarto semestre de la carrera Ciencias de la Comunicación es el adecuado para incorporar el curso de Periodismo digital, porque en los tres semestres anteriores el estudiante ya tiene conocimientos adquiridos de redacción y géneros periodísticos y así abordar con mayor razonamiento el periodismo que se hace por Internet.

Curso Periodismo Digital

Semestre: Cuarto Semestre

Unidad I

Historia del Periodismo Digital

Evolución de la comunicación

Historia del Internet

Historia del periodismo digital

-América Latina

-Europa

Periódicos digitales

Redacción en la web

Unidad II

Conceptos Ciberperiodísticos

- Ciberespacio
- Ciberperiodismo
- Periódicos en línea
- Periódicos multimediáticos
- Nuevo medio cibernético
- Terminología digital

Unidad III

Géneros Ciberperiodísticos

- Reportaje
- Entrevista
- Nota Informativa
- Crónica
- Artículo
- Columna
- Editorial

Ejercicios para implementar Géneros Periodísticos

Unidad IV

Edición de imágenes y audio-video

- Photoshop
- Adobe premiere pro
- Adobe Flash player
- Cool Edit pro.
- Sound Forge pro.
- Vegas pro.

Diseño aplicado de imágenes y audio-video

Unidad V

Herramientas tecnológicas

- Cámaras fotográficas
- Cámaras de video
- Grabadora de audio
- Computadora
- Herramientas de blogs

Uso y manejo de herramientas tecnológicas

Interfaces entre herramientas tecnológicas

Transmisiones en Línea

Unidad VI

Redes Sociales

- You tube
- Facebook

- Twitter
- Google plus +
- Instagram
- Vimeo
- Videocast
- Podcast

Creación de cuentas.

Vinculación de Redes Sociales

Estrategias de posicionamiento en Redes Sociales

Ver apéndice (pág. 104).

Bibliografía que se sugiere.

- Briggs, Mark y Meyer, Phil. Periodismo 2.0 una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información. Estados Unidos, Maryland: Funded by the John S. and James L. Knight Foundation, 2007.
- Díaz Javier, Salaverría Ramón y Sancho José. 2003. Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona, España: Editorial E & M GRAFIC.
- Espiritusanto, Oscar y Gonzalo Rodríguez, Paula. Periodismo ciudadano Evolución positiva de la comunicación. España: Editada por Fundación Telefónica y Editorial Ariel, S.A, 2011.
- Interiano, Carlos. 1998. ABC del Periodismo. Teoría y práctica del Periodismo en Guatemala. Guatemala: Fondo de Cultura Editorial.
- Quim, Gil. “Diseñando el periodista digital (I)”. [on line]. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

Bibliografía consultada.

- Falla Aroche, Estefani Ana Luisa. Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores. Tesis para optar al título de Comunicadora Social en el grado académico de Licenciada, Facultad de Humanidades: Universidad Rafael Landívar, 2009.
- Zamora, M. (2006) “Podcast, la radio de la era digital”. [on line]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/podcast/>
- Zamora, M. (2006). “Redes sociales”. Podcast, [on line]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Conclusiones

- El 100% de los comunicadores de las páginas web del municipio de Chiquimula, definen con precisión el concepto de periodismo digital; sin embargo, el 33% no poseían conocimientos antes de laborar en las plataformas de Internet.
- El 67% de los comunicadores afirma que la actualización es el mayor reto de los periodistas digitales de los sitios de Internet, ya que las herramientas que se utilizan para la buena realización del periodismo digital, son renovadas constantemente.
- El 100% de los comunicadores afirmó que las páginas web brindan mayor información con más rapidez que los medios tradicionales, debido al formato digital.
- El 84% de los comunicadores afirman, que un periodista tradicional puede hacer periodismo digital, siempre que se actualice en las nuevas tecnologías para la realización adecuada del ciberperiodismo.
- El 84% de los comunicadores de las páginas web del municipio de Chiquimula, afirmaron poseer las herramientas tecnológicas adecuadas, que son indispensables para realizar la labor periodista digital, tomando en cuenta el hardware y software.
- Las páginas web, construyen sus propios estilos de perfil y grupo objetivo de lo que informan. Algunos lo hacen con mayor enfoque social, religioso, cultural y hay quienes informan más sobre notas rojas.
- El 67% de los comunicadores afirman que la tendencia en la comunicación es el desplazamiento del periodismo tradicional por el periodismo digital, siendo estas páginas las que invierten en capacitaciones sobre el ciberperiodismo.

- El periodismo digital que se desarrolla en el municipio de Chiquimula, no utiliza todos los géneros periodísticos que conlleva la profesión, únicamente noticias, reportajes, entrevistas, y muy poco la columna y editorial.
- El 33% de los comunicadores no invierten en capacitaciones en materia del periodismo digital, afirmando que el periodismo tradicional prevalecerá.

Recomendaciones

- Que los medios de comunicación digitales brinden capacitaciones constantes de las nuevas rutinas del quehacer periodístico y de las herramientas tecnológicas, también en la redacción de las notas que son publicadas en la web.
- A los comunicadores sean autodidactas y se instruyan en el tema de las nuevas tecnologías de información en comunicación, (Tic's) navegando, consultando y analizando en los sitios web especializados de países que poseen niveles más avanzados en el tema. Para poder aplicar las pericias adquiridas en el municipio de Chiquimula.
- Para que los internautas o usuarios puedan apreciar y conocer la información que se brinda de una mejor forma se debe optimizar el contenido y diseño, para facilitar la navegación de los usuarios y así aumentar las visitas y popularidad de la página web.
- Implementación del curso “Periodismo Digital” en el pensum de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación, en el 4to. Semestre de la carrera técnica.

Bibliografía

- ✓ Albornoz, L. 2007. Periodismo digital, grandes diarios en la red. España, Editorial La Crujía. 27 p.
- ✓ Alegsa, AR. 2011. Diccionario Alegsa (en línea). Santa Fe, AR. Consultado 3 ene. 2013. Disponible en <http://www.alegsa.com.ar>
- ✓ Avendaño, I. 2002. Manual de periodismo. Guatemala, Editorial Paz. 29 p.
- ✓ Barrios Ochoa, CA. 2004. Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala. Tesis Lic. Comunicación. Guatemala, USAC. 19 p.
- ✓ Canga, J. 2000. Un nuevo medio para un nuevo siglo (en línea). España, Sala de prensa. Consultado 5 sep. 2012. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art133.htm>
- ✓ Contreras, K. 2011. Servicios de valor agregado y su nivel de aplicación en versiones digitales (prensa, radio y tv). Tesis Lic. Comunicación. Guatemala, USAC. 25 p.
- ✓ Definiciones.de. 2008. Periodismo (en línea). Consultado 5 feb. 2013. Disponible en <http://definicion.de/periodismo/#ixzz2Jyuvef6e>
- ✓ _____. 2008. Web (en línea). Consultado 5 feb. 2013. Disponible en <http://definicion.de/web/#ixzz2KAu3oz3c>
- ✓ Díaz, J. 1997. Tendencias del periodismo electrónico: una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en internet (en línea). España, EHU. Consultado 09 jul. 2012. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer2/6artdiaz.html>
- ✓ _____.; Salaverría, R; Sancho, J. 2003. Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona, ES, Editorial E & M GRAFIC. 17 p.
- ✓ Falla Aroche, E. 2009. Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores. Tesis Licda. Comunicación Social. Guatemala, URL. 27 p.
- ✓ Faro. 2006. Primer periódico digital en América Latina (en línea). Consultado 4 sep. 2012. Disponible en www.elfaro.net
- ✓ González, E; Reyes, E. 2004. Mega siglo XXI enciclopedia temática. Colombia, Editorial Norma S.A. 4 v.
- ✓ Grados. 2008. Requisitos para ser buen periodista online (en línea). Consultado 12 ene 2013. Disponible en <http://www.233grados.com/blog/2008/08/requisitos-para.html>

- ✓ IECC (Instituto de Capacitación Cívica, GT). 2002. Diccionario municipal de Guatemala. Guatemala. p. 45-49.
- ✓ Interiano, C. 1998. ABC del periodismo: teoría y práctica del periodismo en Guatemala. Guatemala, Editorial Fondo de Cultura Editorial. 48 p.
- ✓ Letona Barillas, A. 2002. Periodismo digital en Guatemala: la oferta de servicios de valor añadido en las versiones digitales de los medios tradicionales. Tesis Licda. Comunicación Social. Guatemala, URL. 30 p.
- ✓ Luján, JC. 2002. Periodismo digital y la relación con los usuarios en la era digital (en línea). Revista Razón y Palabra no. 30. Consultado 15 oct. 2012. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/jlujan.html>
- ✓ Maqueo, A. 2001. Manual de redacción. Guatemala, Editorial Noriega editores. 85 p.
- ✓ Montiel, M. 1998. Innovación tecnológica, globalización de la información y nuevos medios de comunicación. Tesis M.Sc. Maracaibo, VE, Universidad del Zulia. 27 p.
- ✓ Monroy, C. 2010. Propuesta para el funcionamiento del periódico digital institucional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis Lic. Comunicación. Guatemala, USAC. 37 p.
- ✓ Navarro, C. 2000. En busca del periodista digital (en línea). Chile. Consultado 12 oct. 2012. Disponible en <http://www.alaluz.cl>
- ✓ Navas, C. 2009. Once claves para ser un buen periodista web. Revista Sala de Redacción no. 77: 20.
- ✓ Orihuela, J. 2001. Promesas de la era digital (en línea). Revista Hispanoamericana. Sala de Prensa no. 68. Consultado 15 may. 2012. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art170.htm>
- ✓ _____. 2002. Cibercomunidades (en línea). Consultado 20 ago. 2012. Disponible en <http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- ✓ Pavlik, J. 1997. The future of online journalism (en línea). Columbia Journalism Review 97 (4). Consultado 3 ene. 2013. Disponible en <http://www.cjr.org/year/97/4/online.asp> Julio/Agosto 1997
- ✓ Pontificia Universidad Javeriana, CO. 2012. Base de datos Facultad de Comunicación y Lenguaje (en línea). Bogotá, CO. Consultado 16 abr. 2013. Disponible en <http://puj-portal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/>

- ✓ RAGIE (Red Avanzada Guatemalteca para la Investigación y Educación, GT). 2011. Periodismo digital en Guatemala (en línea). Guatemala, RAGIE. Consultado 15 ene. 2013. Disponible en <http://www.ragie.org.gt/index.php/archivo-historico/82-antecedentes/111-historia-de-internet-en-guatemala>.
- ✓ Rusbridger, A. 2010. 10 principios básicos del periodismo digital (en línea). Consultado 12 ago. 2012. Disponible en <http://journalism2020.net/>
- ✓ Sandoval, M. 2005. Los periodistas en el entorno digital hacia el periodista multimedia (en línea). España, Sala de Prensa. Consultado 3 oct. 2012. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art164.htm>.
- ✓ Serrano Zea, MP. 2002. Similitudes y diferencias en el titular y el pie de foto de la nota central en el periodismo electrónico e impreso, de Prensa Libre y Siglo Veintiuno. Tesis Lic. Comunicación Social. Guatemala, UFM. 23 p.
- ✓ SlideShare Inc. 2013. Medio de comunicación (en línea). Consultado ene. 2013. Disponible en <http://www.slideshare.net/luzzitha/medios-de-comunicacion-presentation-810626>
- ✓ Quim, G. 2000. Qué define al periodista (en línea). España, Sala de Prensa. Consultado 16 feb. 2012. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
- ✓ Quiroz, M. 2003. Aprendizaje y comunicación en el siglo XXI. Bogotá, CO, Editorial Norma. 64 p.
- ✓ Zamora, M. 2006. Redes sociales (en línea). Guatemala. Consultado 6 sep. 2012. Disponible en <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

APÉNDICE

Glosario

A

Acknowledgement (acuse de recibo):

Un tipo de mensaje que se envía para indicar que un bloque de datos ha llegado a su destino sin errores. Un acuse de recibo puede también ser negativo (no acknowledgement - NOACK), es decir, indicar que un bloque de datos no ha llegado a su destino.

ActiveX:

Lenguaje desarrollado por Microsoft para la elaboración de aplicaciones exportables a la red y capaces de operar sobre cualquier plataforma a través, normalmente, de navegadores WWW. Permite dar dinamismo a las páginas web.

Address (dirección):

En Internet dícese de la serie de caracteres, numéricos o alfanuméricos, que identifican un determinado recurso de forma única y permiten acceder a él. En la red existen varios tipos de dirección de uso común: dirección de correo electrónico (email address), IP (dirección internet) y dirección hardware o dirección MAC (hardware address o MAC address).

Agent (agente):

En Internet un agente (también llamado agente inteligente) es un programa que recoge información o realiza algún otro servicio de forma planificada y sin la presencia del usuario. Habitualmente, un programa agente, utilizando parámetros suministrados por el usuario, busca en toda Internet, o en parte de ella, información de interés para el mismo y se la facilita de forma periódica, diaria o no.

Antivirus:

Programa cuya finalidad es prevenir las infecciones producidas por los virus informáticos así como curar las ya producidas. Para que sean realmente efectivos, dada la gran cantidad de virus que se crean continuamente, estos programas deben actualizarse periódicamente (cada 15 o 30 días preferentemente).

Apache:

Servidor HTTP de dominio público basado en el sistema operativo Linux. Apache fue desarrollado en 1995 y es actualmente uno de los servidores HTTP más utilizados en la red.

Archie:

Aplicación ya obsoleta, anterior al WWW, cuyo objetivo era recoger, indexar y servir información dentro de Internet automáticamente.

Archive site (lugar de archivo, sitio de archivo):

Ordenador conectado a Internet que permite el acceso de los usuarios a una colección de ficheros en él almacenados. Un anonymous FTP archive site, por ejemplo, permite el acceso a dicho material mediante el protocolo FTP. Los servidores WWW pueden también actuar como sitios de archivo.

Avatar (personaje digital):

Papeles imaginarios que se autoatribuyen los usuarios de determinados juegos y espacios de la red (chats gráficos). Es una palabra de origen sánscrito.

B

Bit:

Unidad mínima de información digital que puede ser tratada por un ordenador. Proviene de la contracción de la expresión binary digit (dígito binario).

Bluetooth:

Sistema de comunicación inalámbrica que permite la interconexión de diferentes dispositivos electrónicos (PCs, teléfonos fijos o móviles, agendas electrónicas, auriculares, etc.); es un estándar creado por importantes empresas del sector de la informática y de las telecomunicaciones. Bluetooth, que en inglés significa literalmente "diente azul", era el apodo de un jefe vikingo del siglo IX D.C.

Beeper (busca, zumbador):

Pequeño dispositivo de comunicación, de tamaño algo menor que un paquete de cigarrillos, que permite la recepción de mensajes escritos, emitiendo un pitido (beep) cuando se recibe el mensaje. El mensaje puede ser enviado a través de Internet.

Body (cuerpo, cuerpo de mensaje):

Área de un mensaje de correo electrónico que contiene el texto que se desea enviar al destinatario/a(os/as).

Byte:

Conjunto significativo de ocho bits que representan un carácter, por ejemplo la letra "a", en un sistema informático.

C

Cache (caché, copia de visitas):

En Internet es la copia mantenida por un navegador de las páginas web visitadas últimamente, de manera que, si el usuario vuelve a solicitarlas, son leídas desde el disco duro sin necesidad de tener que conectarse de nuevo a la red, consiguiéndose así una mejora muy apreciable del tiempo de respuesta.

Chat (chateo, tertulia, charla, conversación):

Comunicación simultánea entre dos o más personas a través de Internet. Hasta hace pocos años sólo era posible la 'conversación' escrita pero los avances tecnológicos permiten ya la conversación audio y vídeo.

Chat room (charlería, espacio para charla, sala de charla):

Lugar virtual de la red, llamado también canal (channel), donde la gente se reúne para charlar con otras personas que hay en la misma sala.

Chip (microprocesador):

Circuito integrado en un soporte de silicio, formado por transistores y otros elementos electrónicos miniaturizados. Son uno de los elementos esenciales de un ordenador y de cada vez más aparatos electrónicos de todo tipo. Literalmente significa astilla o patata frita.

Cibernautas:

Son personas poco sociables e introvertidas, aunque un estudio realizado por expertos de la Universidad de Cataluña, España concluyó en que las personas que utilizan Internet son más sociables, se interesan en la política y tienen relaciones de amistad y familiares más intensas. (Cibernauta): Persona que navega por la red.

Ciberperiodismo:

Se define como el procesamiento y transmisión de información periodística, colocada en determinado formato y recursos informáticos, con destino a un público con acceso a la Internet.

Cibernética:

Es el estudio del control y comunicación en los sistemas complejos: organismos vivos, máquinas y organizaciones. Especial atención se presta a la retroalimentación y sus conceptos derivados.

Computer (computadora, computador, ordenador):

Máquina electrónica capaz de procesar información siguiendo instrucciones almacenadas en programas. Antes que electrónicas estas máquinas fueron mecánicas o electromecánicas.

Cookie (espía, cookie, fisgón):

Conjunto de caracteres que se almacenan en el disco duro o en la memoria temporal del ordenador de un usuario cuando accede a las páginas de determinados sitios web. Se utilizan para que el servidor accedido pueda conocer las preferencias del usuario al volver éste a conectarse. Dado que pueden ser un peligro para la intimidad de los usuarios, éstos deben saber que los navegadores permiten desactivar los (¿o las?) cuquis.

Cybercop (ciberpolicía):

Funcionario policial especializado en Internet o en utilizar la red para sus investigaciones.

Cyber-(ciber-):

Prefijo utilizado ampliamente en la comunidad Internet para denominar conceptos relacionados con las redes (cibercultura, ciberespacio, cibernauta, etc.). Su origen es la palabra griega kibernao, que significa pilotar una nave.

Cybermarketing:

Trabajo de promoción y/o venta de productos, servicios o ideas a través de la red.

D

Digerati (entendidos):

En la jerga internaútica avanzada, dícese de las personas expertas en temas relacionados con la llamada Sociedad de la Información. Es un término construido a semejanza de la palabra latina ligerati (letrado).

Dígitos:

Palabra proveniente del latín con el significado de dedo, es cada una de las cifras que componen un número en un sistema determinado; en el sistema decimal son: 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9. Así, 157 se compone de los dígitos 1, 5 y 7.

Digital:

Es aquel que se puede almacenar sin que se pierda parte del mismo, pues éste es acotado o limitado de origen. En la naturaleza, los valores son analógicos en general, por lo que para almacenarlos deben pasar por la digitalización, con lo que se trunca parte de su valor, lo menos posible, quedando entonces como analógicos digitalizados.

Download (descargar, bajar, bajarse):

En Internet proceso de transferir información desde un servidor de información al propio ordenador personal.

Dynamic HTML:

Variante del HTML (Hyper TextMark-up Languaje) que permite crear páginas web más animadas.

E

Enlace:

Conjunto de dimensión uno, cuyos componentes conexos son nudos.

En línea:

Si se encuentra bajo control directo del sistema, es decir, si se encuentra disponible para su uso inmediato por parte del sistema, sin intervención humana, pero que no puede operar de modo independiente del sistema.

Extranet:

Parte de una intranet de acceso disponible a clientes y otros usuarios ajenos a la compañía.

Eye track:

Registro gráfico de donde se concentran las miradas de los sujetos participantes en la investigación.

F

Flash:

Es un programa que crea gráficos animados para ser mostrados en los navegadores Internet. Lo ha desarrollado la empresa Multimedia y es ampliamente utilizado.

Firewall (cortafuegos):

Dispositivo que se coloca entre una red local e Internet y cuyo objetivo es asegurar que todas las comunicaciones entre los usuarios de dicha red e Internet se realicen conforme a las normas de seguridad de la organización que lo instala.

Formato:

Consiste en los detalles acerca de su presentación (tipo de letra, colores, imágenes, efectos...). Un editor de texto es para crear ficheros de texto plano (sin formato), mientras que un procesador de texto permite usar formatos.

Formato PDF:

Portable document format.

Formato TIF:

Tagged Image File Format.

Formato PNG:

Portable Network Graphics.

Formato HTML:

Lenguaje de marcado de Hipertexto.

Formato XML:

Lenguaje de marcado extensible.

G

Gigabyte -- GB (gigabyte, gigaocteto):

Unidad de medida de la capacidad de memoria y de dispositivos de almacenamiento informático (disquete, disco duro, CD-ROM, DVD, etc.). Un GB corresponde a 1.024 millones de bytes.

H

Hacker (pirata):

Una persona que goza alcanzando un conocimiento profundo sobre el funcionamiento interno de un sistema, de un ordenador o de una red de ordenadores. Este término se suele utilizar indebidamente como peyorativo, cuando en este último sentido sería más correcto utilizar el término cracker. Los hackers proclaman tener una ética y unos principios contestatarios e inconformistas pero no delictivos.

Hardware (maquinaria, equipo físico):

Componentes físicos de un ordenador o de una red, en contraposición con los programas o elementos lógicos que los hacen funcionar.

Hacking (pirateo):

Acción de piratear sistemas informáticos y redes de telecomunicación

Hipervínculo:

(También llamado enlace, vínculo, hiperenlaces o link) es el elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso, por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento. Combinado con una red de datos y un protocolo de acceso, un hiperenlace permite acceder al recurso referenciado en diferentes formas, como *visitarlo* con un agente de navegación, mostrarlo como parte del documento referenciador o guardarlo localmente.

Hypertext (hipertexto):

Aunque el concepto en sí es muy anterior al WWW (fue creado por el físico norteamericano Vannevar Bush en 1945), en Internet el término se aplica a los enlaces existentes en las páginas escritas en HTML, enlaces que llevan a otras páginas que pueden ser a su vez páginas de hipertexto. Las páginas hipertextuales son accedidas normalmente a través de navegadores WWW.

I

Informática:

Proviene del francés *informatique*, acuñado por el ingeniero Philippe Dreyfrus en 1962. El vocablo es acrónimo de las palabras *information* y *automatique* (información automática). En lo que hoy día se conoce como informática confluyen muchas de las técnicas y de las máquinas que el hombre ha desarrollado a lo largo de la historia para apoyar y potenciar sus capacidades de memoria, de pensamiento y de comunicación.

Internet:

Es un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas, que utiliza la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. Sus orígenes se remontan a 1969, cuando se estableció la primera conexión de computadoras, conocida como ARPANET, entre tres Universidades en California y una en Utah, Estados Unidos.

IP:

Protocol Internet.

J

Java:

Lenguaje de programación desarrollado por la empresa Sun para la elaboración de pequeñas aplicaciones exportables a la red (applets) y capaces de operar sobre cualquier plataforma a través, normalmente, de navegadores WWW. Permite dar dinamismo a las páginas web.

Jini:

Estándar de reconocimiento automático por un PC de los dispositivos hardware a él conectados y ponerlos en funcionamiento de forma rápida y sencilla. Lo ha desarrollado la empresa Sun.

K

Kilobyte (KB) (Kilobyte, kiloocteto):

Unidad de medida de la capacidad de memoria y de dispositivos de almacenamiento informático (disquete, disco duro, CD-ROM, DVD, etc.). Un KB corresponde a 1.024 bytes.

L

Link:

Un hiperenlace, referencia de un documento de hipertexto a otro documento o recurso.

M

Malware (software maligno, malgrama(s), malware, programas malignos):

Cualquier programa cuyo objetivo sea causar daños a ordenadores, sistemas o redes y, por extensión, a sus usuarios.

MCSC:

Medios de Comunicación Social Cibernéticos.

Megabits per second (Mbps) (megabits por segundo):

Unidad de medida de la capacidad de transmisión por una línea de telecomunicación. Un Mbps corresponde a un millón de bits por segundo.

Megabyte (MB) (megabyte, megaocteto):

Unidad de medida de la capacidad de memoria y de dispositivos de almacenamiento informático (disquete, disco duro, CD-ROM, DVD, etc.). Un MB corresponde a 1.024.000 bytes.

Modem:

Acrónimo de modulador/demodulador. Designa al aparato que convierte las señales digitales en analógicas, y viceversa, y que permite la comunicación entre dos ordenadores a través de una línea telefónica normal o una línea de cable (módem para cable).

Multimedia:

Información digitalizada que combina texto, gráficos, imagen fija y en movimiento, así como sonido.

MPEG:

El Moving Pictures Expert Group, desarrolla estándares para video digital y compresión de audio. Tiene el auspicio de la ISO

N

Network (red):

Una red de ordenadores es un sistema de comunicación de datos que conecta entre sí sistemas informáticos situados en lugares más o menos próximos. Puede estar compuesta por diferentes combinaciones de diversos tipos de redes.

Networking (conexión mediante redes, redes):

Término utilizado para referirse a las redes de telecomunicaciones en general y a las conexiones entre ellas.

NTCI:

Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información.

Newbie (cibernovato):

Persona recién incorporada al uso de las aplicaciones de la red. Hay que ser razonablemente pacientes y comprensivos con ellos porque todos hemos sido newbies alguna vez.

News server (Servidor de Noticias):

Servidor de Internet cuya misión es servir de distribuidor de grupos de noticias.

Nodo:

Un dispositivo de la red, generalmente una computadora o una impresora.

O

On line (on line, conectado, en línea):

Condición de estar conectado a una red.

On line shopping (compra en línea, compra electrónica):

Compraventa de bienes y servicios, materiales o inmateriales, realizado a través de la red.

Ordenador:

El ordenador es una potente máquina con la que se puede escribir, jugar, dibujar, calcular, realizar multitud de actividades, y además, acceder a Internet.

OSI:

Interconexión de Sistemas Abiertos, norma universal para protocolos de comunicación.

P

Page (página):

Fichero (o archivo) que constituye una unidad significativa de información accesible en la WWW a través de un programa navegador. Su contenido puede ir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos estáticos o en movimiento, sonido, etc. El término página web se utiliza a veces, a mi entender de forma incorrecta, para designar el contenido global de un sitio web, cuando en ese caso debería decirse páginas web o sitio web.

Password (palabra de paso, contraseña):

Conjunto de caracteres alfanuméricos que permite a un usuario el acceso a un determinado recurso o la utilización de un servicio dado.

Petabyte -- PB (petabyte, petaocteto):

Unidad de medida de la capacidad de memoria y de dispositivos de almacenamiento informático (disquete, disco duro, CD-ROM, DVD, etc.). Un PB corresponde a 1.024 billones (2^{50}) de bytes. Todavía no se han desarrollado memorias ni dispositivos de almacenamiento de esta capacidad.

Plug and Play (enchufe y opere):

Característica del sistema operativo de un PC para reconocer los dispositivos hardware a él conectados y ponerlos en funcionamiento de forma rápida y sencilla. Esta capacidad se popularizó a partir de la aparición del sistema operativo Windows 95 de Microsoft, que la incorporaba.

Plug in (pluguín, conector, plug In):

Pequeño programa que añade alguna función a otro programa, habitualmente de mayor tamaño. Un programa puede tener uno o más conectores. Son muy utilizados en los programas navegadores para ampliar sus funcionalidades.

Portable Document Format – PDF (Formato de Documento Portable):

Formato gráfico creado por la empresa Adobe que reproduce cualquier tipo de documento en forma digital idéntica, facsímil, permitiendo así la distribución electrónica de los mismos a través de la red en forma de ficheros PDF. El programa gratuito Acrobat Reader, de Adobe, permite la visualización de los mismos.

Portal:

Sitio web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, compra electrónica, etc.

Point of Presence -- PoP (Punto de Presencia):

Dícese del punto geográfico, especialmente una ciudad, desde donde un Proveedor de Servicios Internet ofrece acceso a la red Internet. No confundir con POP (con O mayúscula).

Protocolo TCP/IP:

Medio de transporte para el traslado de datos. Utilizado en cualquier red de computadoras

Q

Quality of Service -- QoS (Calidad de Servicio):

Nivel de prestaciones de una red, basado en parámetros tales como velocidad de transmisión, nivel de retardo, rendimiento, horario, ratio de pérdida de paquetes.

Queue (cola):

Conjunto de paquetes en espera de ser procesados.

R

Real Audio (Real Audio):

Programa desarrollado por la empresa norteamericana RealNetworks que permite a los usuarios de la WWW escuchar archivos multimedia (audio y video, o solamente audio) en tiempo real (o casi real, dependiendo del tiempo de respuesta). Los ficheros RealAudio tienen las extensiones .ra o ram.

Red:

Dícese de unas formas de conexión u organización unidimensional o multidimensional, manera de regular y armonizar por medio de estructuras cerradas o abiertas, pero comunicadas y desarrolladas en el plano físico, mental o etéreo conexionando entre sí.

Roaming (conexión móvil internacional, roaming):

Tecnología que permite que el usuario de un teléfono móvil pueda utilizarlo en una red celular fuera de la cobertura de la red a la que pertenece, permitiendo así hacer y recibir llamadas, por ejemplo, desde un país a otro. El término roaming significa callejeo o vagabundeo y sólo es posible si hay un acuerdo entre operadores de redes de telefonía móvil.

S

Shareware (programas compartidos):

Dícese de los programas informáticos que se distribuyen a prueba, con el compromiso de pagar al autor su precio, normalmente bajo, una vez probado el programa y/o pasado cierto tiempo de uso.

Server (servidor):

Sistema que proporciona recursos (por ejemplo, servidores de ficheros, servidores de nombres). En Internet este término se utiliza muy a menudo para designar a aquellos sistemas que proporcionan información a los usuarios de la Red.

Site (sitio):

Punto de la red con una dirección única y al que pueden acceder los usuarios para obtener información.

Software (programas, componentes lógicos, software):

Programas o elementos lógicos que hacen funcionar un ordenador o una red, o que se ejecutan en ellos, en contraposición con los componentes físicos del ordenador o la red.

Servidor:

Es una computadora que, formando parte de una red, provee servicios a otras, denominadas clientes.

T

Tag (marca, etiqueta, mandato):

Instrucción que se escribe al elaborar una página HTML. Un ejemplo es <P>, que indica el comienzo de un párrafo de texto. Cada uno de los mandatos que aparecen en una página es interpretado por el programa navegador para visualizar dicha página de forma adecuada en una pantalla.

Talk (charla, conversación):

Protocolo que permite a dos personas conectadas a ordenadores situados en dos lugares distintos comunicarse por escrito a través de la red en tiempo real.

TCP:

Transmission Control Protocol.

Terabyte -- TB (terabyte, teraocteto):

Unidad de medida de la capacidad de memoria y de dispositivos de almacenamiento informático (disquete, disco duro, CD-ROM, etc.). Un TB corresponde a algo más de mil billones de bytes, concretamente 1,024 (2^{40}). Todavía no se han desarrollado memorias de esta capacidad aunque sí dispositivos de almacenamiento.

Trojan Horse (Caballo de Troya, troyano):

Programa informático que lleva en su interior la lógica necesaria para que el creador del programa pueda acceder al interior del sistema en el que se introduce de manera subrepticia (de ahí su nombre).

U

Upload (cargar, subir, subirse):

En Internet, proceso de transferir información desde un ordenador personal a un servidor de información.

USB (Universal Serial Bus):

Es una interfase de tipo plug & play entre una computadora y ciertos dispositivos, por ejemplo, teclados, teléfonos, escáners e impresoras.

User name, Username (nombre de usuario):

Por contraposición a UserID suele ser un nombre intelegible que identifica al usuario de un sistema o red.

V

Virtual:

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua, virtual es algo que tiene existencia aparente y no real. Es un término de frecuente utilización en el mundo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones para designar dispositivos o funciones simulados.

W

Web web (telaraña, güeb, malla, web):

Servidor de información WWW. Se utiliza también para definir el universo WWW en su conjunto. En el primer caso quizás debería ir en minúscula; en el segundo, en mayúscula.

Web editor (editor de Web):

Persona que se encarga de gestionar y organizar los contenidos de un servidor WWW. Si comparamos con un periódico, el editor del web sería el director o el jefe de redacción mientras que el administrador de web (webmaster) sería el director técnico o el jefe de rotativas.

Web page (página web): Ver: "page" Web server (servidor web):

Máquina conectada a la red en la que están almacenadas físicamente las páginas que componen un sitio web. Dícese también del programa que sirve dichas páginas.

Webcam (cámara web):

Cámara de video cuyas imágenes, bien en directo bien en diferido, son difundidas por Internet desde un sitio web.

Website (sitio web):

Colección de páginas web dotada de una dirección web única.

Wetware (materia húmeda):

En la jerga de los piratas informáticos significa cerebro.

Webmail (correo electrónico de sitio web, correo basado en web, correo web):

Servicio que permite gestionar el correo electrónico desde un sitio web. Es de gran utilidad para personas que tienen que desplazarse con frecuencia y lo ofrecen habitualmente los proveedores de acceso a Internet.

Webmaster (administrador de Web):

Persona que se encarga de la gestión y mantenimiento de un servidor web, fundamentalmente desde el punto de vista técnico; no hay que confundirlo con el editor de web (webeditor).

Windows:

Sistema operativo desarrollado por la empresa Microsoft y cuyas diversas versiones (3.1, 95, 98, NT, 2000, Me) dominan de forma abrumadora el mercado de los ordenadores personales. La palabra Windows significa literalmente "ventanas".

World Wide Web -- WWW W3 (Ma- 111 112 Ila Mundial, Telaraña Mundial, WWW):

Sistema de información distribuido, basado en hipertexto, creado a principios de los años 90 por Tim Berners-Lee, investigador en el CERN, Suiza. La información puede ser de cualquier formato (texto, gráfico, audio, imagen fija o en movimiento) y es fácilmente accesible a los usuarios mediante los programas navegadores. Es preciso destacar el hecho poco habitual de que tanto Berners-Lee como el CERN renunciaron a la explotación comercial de este extraordinario invento.

Worm (gusano):

Programa informático que se autoduplica y autopropaga. En contraste con los virus, los gusanos suelen estar especialmente escritos para redes. Los gusanos de redes fueron definidos por primera vez por Shoch & Hupp, de Xerox, en la revista ACM Communications (Marzo 1982). El primer gusano famoso de Internet apareció en Noviembre de 1988 y se propagó por sí solo a más de 6.000 sistemas a lo largo de Internet.

X

X Digital Subscriber Line – xDSL (Líneas de Subscripción Digital):

Tecnología de transmisión que permite que los hilos telefónicos de cobre convencionales transporten hasta 16 Mbps (megabits por segundo) mediante técnicas de compresión. Hay diversas modalidades de esta tecnología, tales como ADSL, HDSL y RADSL, siendo la ADSL la más utilizada actualmente.

Y

Y2K (Efecto 2000):

Es un acrónimo del inglés Year 2000, donde Y= year y 2K=2000.

Z

Zip (zipear, comprimir):

Acción de empaquetar en un solo fichero uno o más ficheros, que habitualmente son también objeto de compresión, con objeto de que ocupen menos espacio en disco y se precise menos tiempo para enviarlos por la red. Existen aplicaciones de compresión de este tipo muy populares: PKZIP para el sistema operativo DOS, WinZip y NetZIP para Windows, MacZip para Macintosh, y Zip y UnZip para UNIX. El resultado es un solo fichero con un sufijo ".zip". Para su posterior utilización, los ficheros contenidos en el fichero .zip tienen que extraerse y, si estaban comprimidos como suele ser habitual, descomprimirlos (unzip). Zip significa literalmente "cierre de cremallera".

Gráficas de los resultados
Sobre los conocimientos que poseen los comunicadores del periodismo digital.

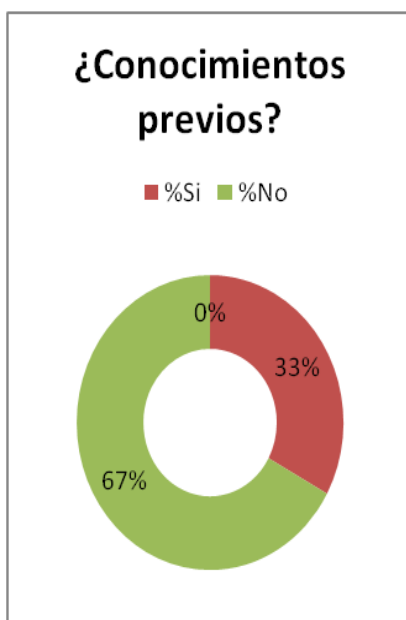
Apéndice 1

Tabla1

Pregunta y gráfica 1

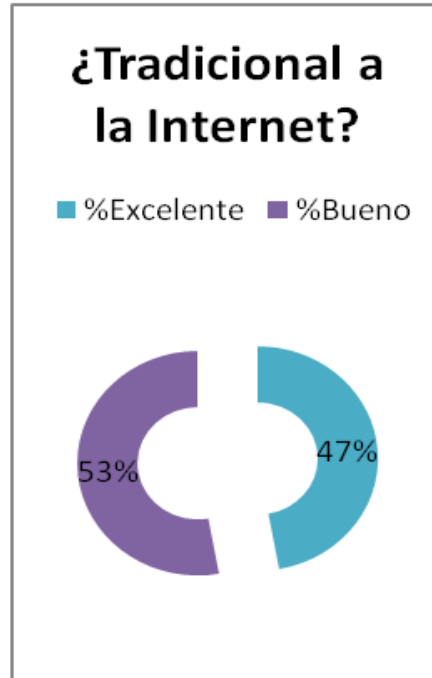


Pregunta y gráfica 2



Apéndice 2

Pregunta y gráfica 3

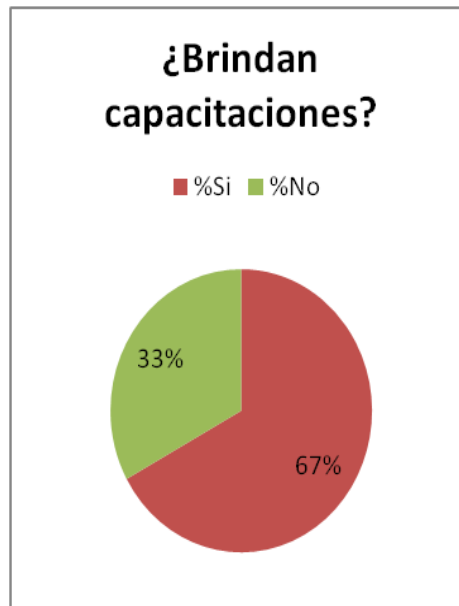


Pregunta y gráfica 4

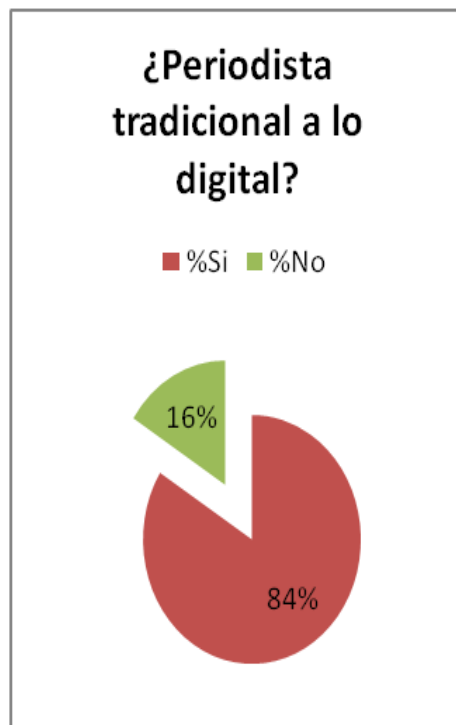


Apéndice 3

Pregunta y gráfica 5

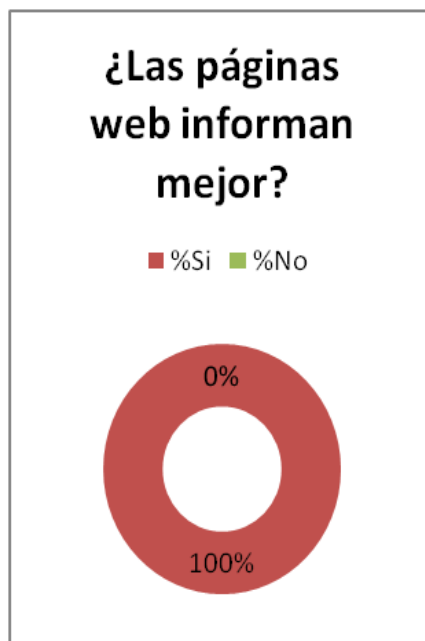


Pregunta y gráfica 6



Apéndice 4

Pregunta y gráfica 7



Pregunta y gráfica 8



Sobre el equipo tecnológico del periodismo digital

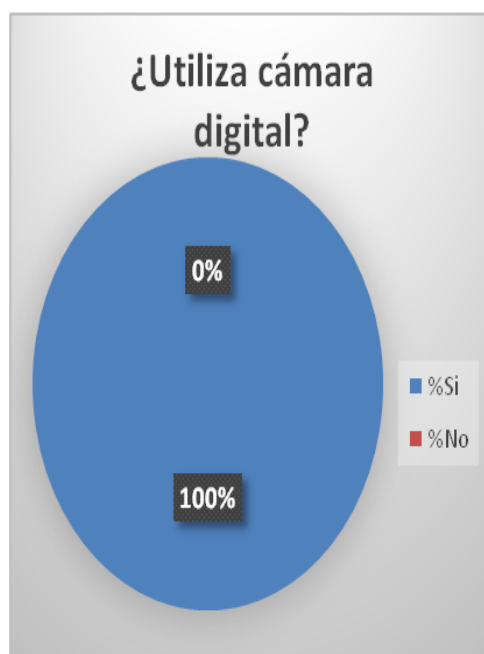
Apéndice 5

Tabla 2

Pregunta y gráfica 1



Pregunta y gráfica 2



Apéndice 6
Pregunta y gráfica 3



Pregunta y gráfica 4



Apéndice 7
Pregunta y gráfica 5



Pregunta y gráfica 6



Apéndice 8
Pregunta y gráfica 7

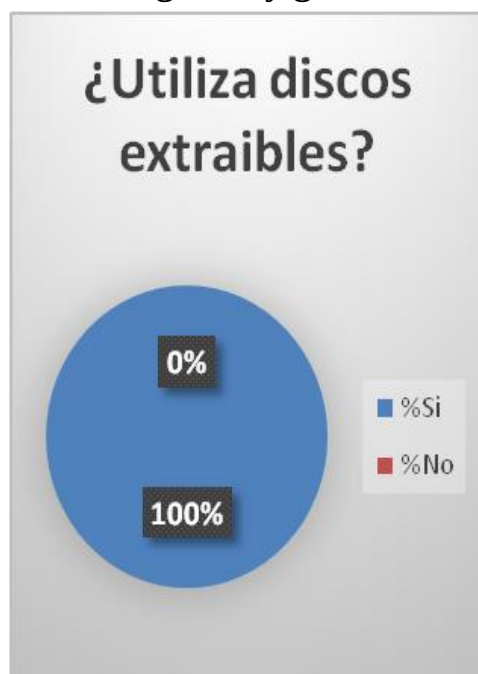


Pregunta y gráfica 8

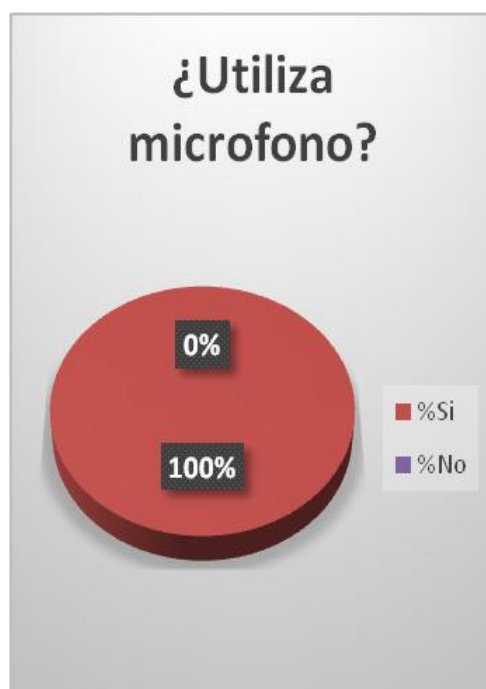


Apéndice 9

Pregunta y gráfica 9



Pregunta y gráfica 10

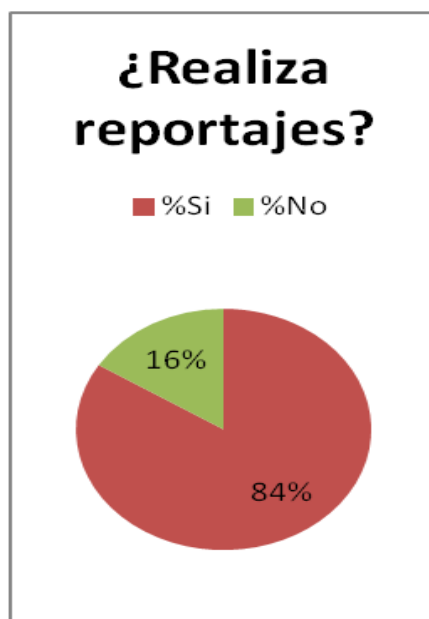


Sobre las actividades periodísticas de las páginas web

Apéndice 10

Tabla 3

Pregunta y gráfica 1



Pregunta y gráfica 2

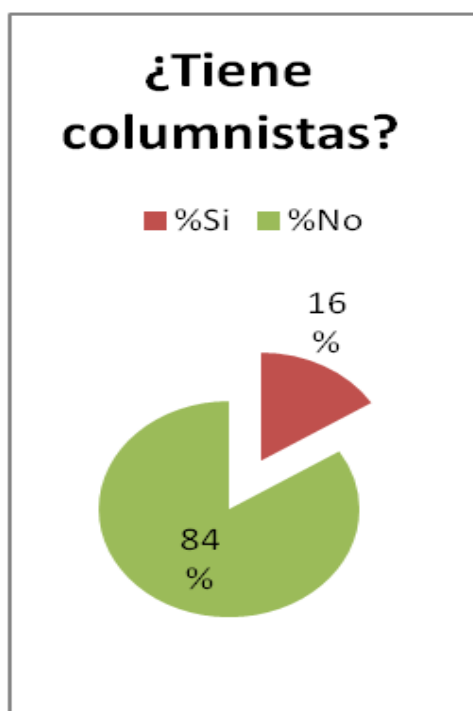


Apéndice 11

Pregunta y gráfica 3



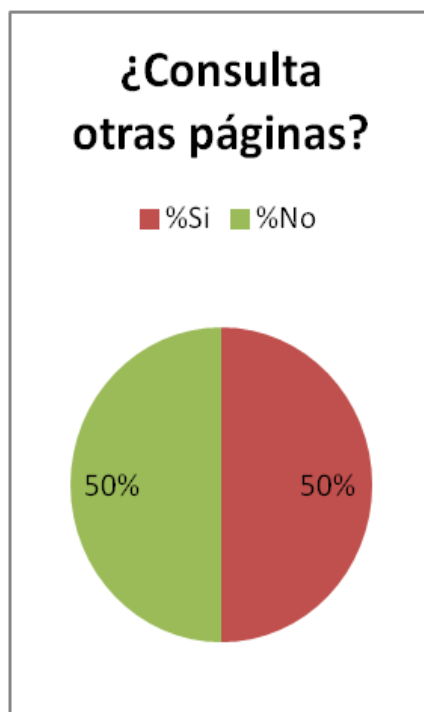
Pregunta y gráfica 4



Apéndice 12
Pregunta y gráfica 5

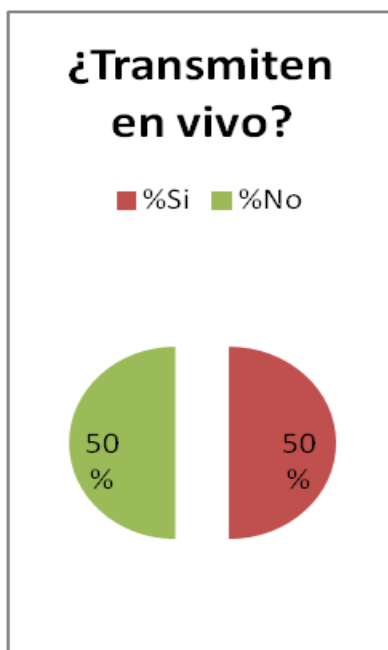


Pregunta y gráfica 6

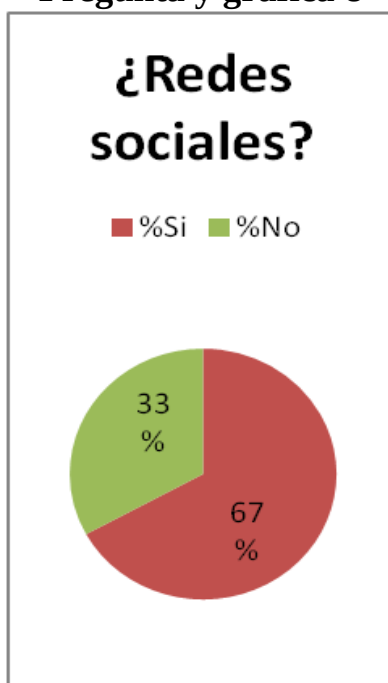


Apéndice 13

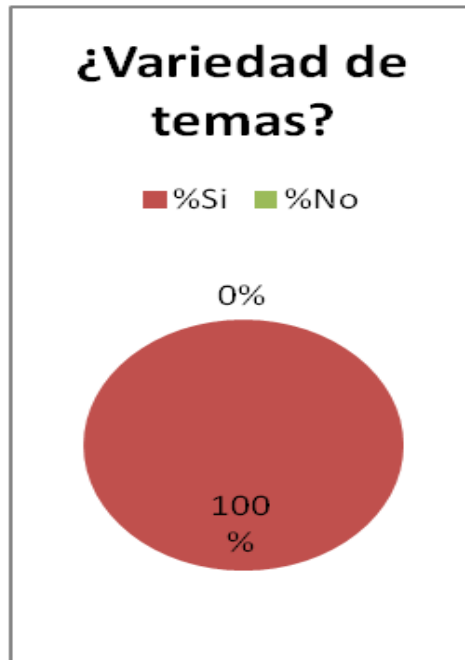
Pregunta y gráfica 7



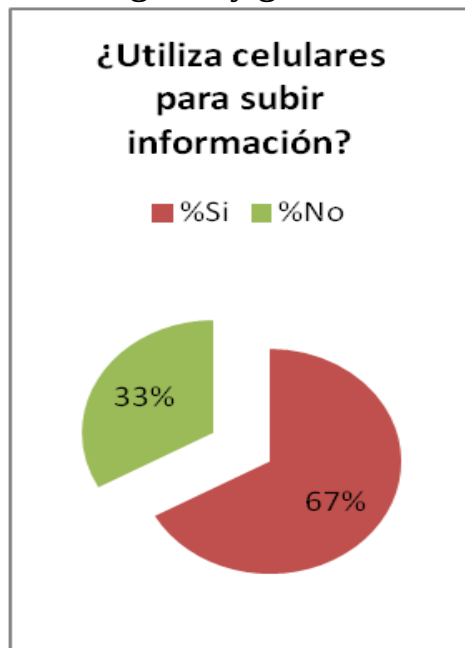
Pregunta y gráfica 8



Apendice 14
Pregunta y gráfica 9



Pregunta y gráfica 10

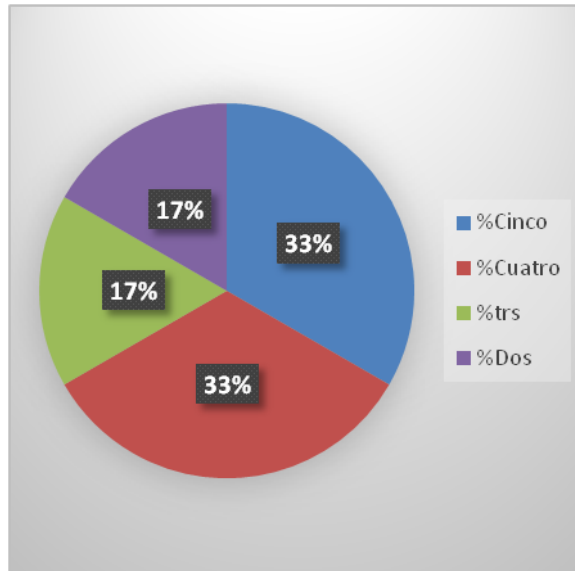


Apéndice 15

Pregunta y gráfica 11

¿Tiene el medio de comunicación en su equipo humano?

- A. Diseñador
- B. Editor
- C. Redactor
- D. Fotógrafo
- E. Camarógrafo
- F. Todo lo hace una persona.





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE, CUNORI.
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Cuestionario dirigido al comunicador sobre los conocimientos del periodismo digital.

Nombre: _____

Edad: _____ Género: M () F () Profesión: _____

Nombre de la página: _____

Instrucciones: responda ampliamente cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

1. ¿Qué entiende usted por periodismo digital?
2. ¿Antes de ejercer el periodismo digital usted tenía conocimientos previos de cómo funcionaba la nueva plataforma de Internet?
3. ¿Qué opina sobre el cambio que hacen algunos medios tradicionales a Internet?
4. ¿Cuáles son los mayores retos que ha tenido que enfrentar en este nuevo oficio?
5. ¿Brinda el medio algún tipo de capacitación sobre las nuevas tecnologías que se utilizan en las páginas de Internet?
6. ¿Cree usted que un periodista tradicional esté preparado para hacer periodismo digital?
7. ¿Considera que las páginas en Internet brindan mayor información que los medios tradicionales, como los programas de cable, el periódico y la radio?
8. ¿Cree usted que los medios impresos van a desaparecer dentro de algunos años?



1. ¿Posee algún inventario del equipo tecnológico que utiliza para informar a través de la página en Internet?

2. ¿Utiliza cámara fotográfica digital?

3. ¿Tiene entre su equipo cámara de video?

4. ¿Usa computadora portátil o de escritorio?

5. ¿Posee alguna radiograbadora para el audio?

6. ¿Utiliza modem o tiene Internet de planta?

7. ¿Cuenta con memorias USB entre su equipo?

8. ¿Cuenta con alguna instalación y equipo para la redacción, grabación y edición de su material periodístico?

- 100 -

9. ¿Utiliza discos extraíbles para transportar información?

Si

No

¿Capacidad del disco?

10. ¿Utiliza micrófonos?

Si

No



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE, CUNORI.
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Cuestionario dirigido al comunicador sobre las actividades periodísticas del periodismo digital.

1. ¿Realiza reportajes?

Si

No

¿Qué Tipo?

2. ¿Hace entrevistas exclusivas a personajes de Chiquimula, de la región o a nivel nacional?

Si

No

¿Quiénes?

3. ¿Elabora algún editorial?

Si

No

4. ¿Tiene columnistas la página de Internet?

Si

No

5. ¿Cubre las notas rojas?

Si

No

6. ¿Consultan otras páginas de Internet para elaborar alguna nota?

Si

No

¿Cuáles?

7. ¿Transmite algún programa en vivo, de radio o televisión en la página web?

Si

No

¿Cuál?

8. ¿Utiliza las redes sociales para dar la primicia de la nota que será ampliada en su portal?

Si

No

¿Cuáles?

9. ¿Los acontecimientos religiosos, culturales y deportivos, también son publicados en su portal de Internet?

Si

No

10. ¿Utiliza los celulares como medio para subir información a su página de Internet?

Si

No

11. ¿Tiene el medio de comunicación en su equipo humano?

A. Diseñador

B. Editor

C. Redactor

D. Fotógrafo

E. Camarógrafo

F. Todo lo hace una persona.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DEPARTAMENTO DE CONTROL ACADÉMICO
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
PERIODISMO PROFESIONAL

Pensum de estudios año 2010

PRIMER SEMESTRE

AC-100 ELEMENTOS DE LINGÜÍSTICA ESPAÑOLA
AC-101 INTRODUCCIÓN A LA SEMIOLOGÍA GENERAL
AC-102 FORMACIÓN SOCIAL GUATEMALTECA I
AC-103 GÉNEROS PERIODÍSTICOS I
AC-104 FILOSOFÍA I

SEGUNDO SEMESTRE

AC-105 TEORÍA DE LA COMUNICACIONES MASIVAS
AC-106 REDACCIÓN
AC-107 FORMACIÓN SOCIAL GUATEMALTECA II
AC-108 GÉNEROS PERIÓDICOS II
AC-109 FILOSOFÍA II

TERCER SEMESTRE

AC-113 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL I
AC-135 PRINCIPIOS DE DERECHO Y ORGANIZACIÓN DEL ESTADO
AC-136 PROBLEMAS ECONÓMICOS DE GUATEMALA
AP-117 HEMEROCRÍTICA
AP-122 TALLER I: FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA

CUARTO SEMESTRE

PERIODISMO DIGITAL

AP-118 PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS I
AP-123 TALLER II: EXPRESIÓN GRÁFICA Y DIAGRAMACIÓN
AP-137 UNIDAD INTEGRADORA: PERIODISMO GUATEMALTECO
AP-138 UNIDAD INTEGRADORA: LA VIOLENCIA SOCIAL

QUINTO SEMESTRE

AC-077 RELACIONES PÚBLICAS
AC-121 PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN I
AC-139 LITERATURA HISPANOAMERICANA
AC-177 PERIODISMO RADIOFÓNICO
AP-140 PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS II

SEXTO SEMESTRE

AC-142 TALLER V: PERIODISMO RADIOFÓNICO II
AC-159 UNIDAD INTEGRADORA: DEPENDENCIA ECONÓMICA Y CULTURA
AP-002 EXAMEN TÉCNICO PRIVADO DE PERIODISMO PROFESIONAL O EPS
AP-127 TALLER IV: INFORMACIÓN AUDIOVISUAL, CINE Y TELEVISIÓN
AP-141 UNIDAD INTEGRADORA: LA OPINIÓN PÚBLICA

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DEPARTAMENTO DE CONTROL ACADÉMICO
CENTRO UNIVERSITARIO DE ORIENTE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SEPTIMO SEMESTRE

CC-001LINGUISTICA GENERAL
CC-002PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION II
CC-003METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION SOCIAL II
CC-004INTRODUCCION A LA ESTADISTICA
CC-005TEORIA DEL CONOCIMIENTO

OCTAVO SEMESTRE

CC-006PLANIFICACION DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES
CC-007ANTROPOLOGIA GUATEMALTECA
CC-008SEMIOLOGIA DE LA IMAGEN
CC-009SEMIOLOGIA DEL DISCURSO PERSUASIVO
CC-010TALLER VI: PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

NOVENO SEMESTRE

CC-011TALLER INTEGRADO I: SALUD Y ECOLOGIA
CC-012TEORIA POLITICA Y SOCIAL
CC-013LAS COMUNICACIONES INTERPERSONALES
CC-014SEMINARIO I: SOBRE PROBLEMAS DE LA COMUNIC EN
GUATEMALA, AREA URBANA
CC-015INGLES I

DECIMO SEMESTRE

CC-016SEMIOLOGIA DEL MENSAJE ESTETICO
CC-017ANALISIS COMPARATIVO DE LAS SOCIEDADES
CAPITALISTAS Y SOCIALISTAS
CC-018TALLER INTEGRADO II: TECNOLOGIA AGROPECUARIA
CC-019SEMINARIO II: SOBRE PROBLEMAS DE LAS COMUNIC EN
GUATEMALA, AREA URBANA
CC-020INGLES II

ONCEAVO SEMESTRE

CC-021EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO A NIVEL DE
LICENCIATURA (EPS)

Fuente: Control académico.