

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS**

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

CARRERA PERIODISMO

**“ANÁLISIS DE LA CONCORDANCIA DEL USO Y
UTILIDAD DEL PERIODISMO DIGITAL CON LA
INNOVACIÓN Y FORMACIÓN DE LOS
COLABORADORES DEL PERIÓDICO LA REPÚBLICA Y
LA NACION”**

PROYECTO DE TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN PERIODISMO

MANFRED PEÑA BONILLA

Prof. LIGIA CÓRDOBA BARQUERO

SEDE ARANJUEZ,

ENERO, 2018

Tribunal Examinador

Esta Tesis es aprobada por el Tribunal Examinador de la Carrera de Periodismo de la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS, como requisito para optar por el grado de Bachillerato.

M.L. Ligia Córdoba Barquero

Tutora

Licda Ana Virginia García Castellón

Lectora

M.Sc. Odith Bolandi Castro

Director de Carrera

Código de ética
Universidad Internacional de las Américas

La suscrita **Manfred Antonio Peña Bonilla**, carné 911141, graduado de la carrera de **Periodismo** en el grado académico de **Licenciatura** de la Universidad Internacional de las Américas, se compromete a cumplir, durante el ejercicio profesional, con el código de ética de la Institución, que se rige por los siguientes principios:

PROBIDAD: Actual siempre con rectitud y honradez.

PRUDENCIA: Actuar con pleno conocimiento de la materia sometida a su consideración.

JUSTICIA: Permanente disposición hacia las funciones de la profesión, bajos los lineamientos legales que debe respetar todo profesional.

RESPONSABILIDAD: Cumplir con los deberes, tanto en calidad como en oportunidad.

DISCRECIÓN: Guardar respeto sobre los hechos o informaciones de los que tenga conocimiento con motivo del ejercicio profesional, sin que esto perjudique las funciones y responsabilidades.

INDEPENDENCIA DE CRITERIO: No involucrarse o comprometerse con situaciones, intereses o actividades contrarias a la moral, a la sana crítica y que, por ley, sean incompatibles con las funciones profesional es correspondientes.

DIGNIDAD Y DECORO: Actual con sobriedad y moderación.

TOLERANCIA: Evidenciar una actitud paciente y de comprensión ante las opiniones divergentes que puedan expresar otras personas.

EQUILIBRIO: Desempeñar las funciones profesionales con sentido práctico, buen juicio y equidad.

ACTUALIZACIÓN: Comprometer parte del tiempo en actualizar los conocimientos en adaptarlos en el desarrollo de la actividad profesional.

VOCACIÓN: Mostrar siempre apego al trabajo y a la educación recibida, como fundamentos para el desempeño laboral.

BUENA FE: Toda conducta o comportamiento, criterio emitido y labor desempeñada debe basarse en los más altos principios éticos y tendrá como fundamento la buena fe.

Manfred Antonio Peña Bonilla

Céd. 1-0798-0327

Dedicatoria

Al finalizar esta investigación, solo puedo recordar que aunque fue un paso difícil, iniciar en un período de tiempo donde ya me encontraba en una edad madura, la perseverancia y las luchas constantes, fueron mi inspiración para poder llegar a culminar este proceso.

No obstante, sin el apoyo de mis seres queridos, nunca lo hubiera logrado.

Es por esto, que deseo en primer lugar dedicar este logro profesional a Dios, nuestro Señor Jesús y a la Virgen María, por ser mis instrumentos de fe y poder sentir en momentos de flaqueza, su acompañamiento.

Igual quiero dedicarles esta Tesis de Graduación a mi esposa, mis padres y mi hijo. Ellos fueron el impulso y la motivación a iniciar este proyecto de mi vida.

Mi familia ha sido mi motor, me levantaron cuando creía caer, me dieron aliento, ánimo, consejos y lo principal: siempre creyeron en que lo podía lograr.

Todos los que iniciamos un proceso de graduación, tenemos momentos difíciles, cansancio, y muchas veces días de frustración. Pero cuando vuelves a ver tu motor de vida, te renuevas como las águilas y cierra los ojos, y te levantas con mayor fuerza.

Por eso, cierro esta dedicatoria con la inspiración más grande que Dios me regaló, la personita que ha sido entre todos ese gran motor de vida, para luchar en conseguir esta meta, donde mi lema fue cada vez que lo miraba: insistir, persistir y nunca desistir. Gracias hijo mío, te amo y siempre te amaré, a ti dejo este ejemplo de vida para que sigas el camino y seas también un gran profesional en el futuro.

En general GRACIAS a todos, porque aquí está el fruto de mi esfuerzo: mi Tesis de Graduación.

Agradecimientos

A Dios, por escuchar siempre mis plegarias y me diera la salud, fortaleza y el apoyo necesario para llegar hasta aquí.

A Don Jaime, por ser guía, consejero y apoyo cuando más lo necesité.

A Yorleny, por motivarme y su apoyo profesional.

A todos mis profesores en lo largo del programa de estudio, por sus consejos sabios y oportunos, que me hicieron corregir y ser mejor cada día.

A mi tutora, por todo el acompañamiento profesional y por el tiempo tan valioso que invirtió en esta investigación con sus aportes para enseñarme alcanzar la excelencia y dar lo mejor de mí. ¡Muchas gracias!

A mi lectora, que se preocupó en mis documentos y me ayudó a cambiar contenidos para que quedara bien esta investigación.

A Don Wilson, por ser apoyo, sus opiniones, sus consejos.

A Don Odith, por su ayuda y respeto con que siempre me trató, el dialogo fue nuestra herramienta principal de comunicación.

A la asistente de carrera María José por su amabilidad, profesionalismo y servicio de atender en forma oportuna las solicitudes de nosotros los estudiantes.

A todos los compañeros y amigos que hice por medio de mi carrera, por el respeto, el apoyo, solidaridad y confianza.

A todos los administrativos, guardas y personal de apoyo de la universidad por su apoyo, generosidad, servicio y humanidad.

Gracias a todos los colegas del periódico La Nación y La República por la ayuda que me brindaron, su tiempo, información y confianza para el desarrollo de esta investigación.

TABLA DE CONTENIDOS

Tribunal Examinador.....	I
Código de Ética.....	II
Dedicatoria	III
Agradecimiento.....	IV
Carta de autorización de la Tutora.....	V
Carta de la Lectora.....	VI
Carta del director de Carrera.....	VII
Carta de Revisión Filológica.....	VIII
Declaración Jurada.....	IX
Tabla de Contenidos.....	X
Resumen Ejecutivo.....	XVI
CAPÍTULO I, Introducción.....	p.1
Objeto del estudio.....	p.4
Objetivo general y objetivos específicos.....	p.7
Justificación.....	p.7
Antecedentes.....	p.1o.

Historia del periodismo digital.....	p.10.
Antecedentes internacionales.....	p.11
Tesis internacionales.....	p.13
Antecedentes en Costa Rica.....	p.15
Referente Institucional.....	p.17
Proyecciones.....	p.19
Público a quien está dirigido.....	p.19
Alcances.....	p.19
Límites.....	p.19
Aportes.....	p.20
CAPÍTULO II, Marco referencial.....	p.21
Periodismo tradicional.....	p.21
Perfil del profesional en comunicación.....	p.21
Sociedad digital.....	p.21
Fenómeno de internet.....	p.23
Periodismo digital.....	p.24
Características del periodismo digital.....	p.26

Elementos del diario digital.....	p.27
Periodista digital.....	p.36
Periódicos electrónicos.....	p.36
Redes sociales.....	p.37
Microblogging.....	p.37
Servicios de distribución de vídeos.....	p.37
Periodismo digital en Costa Rica.....	p.37
CAPITULO III, Marco metodológico.....	p.39
Enfoque de la investigación.....	p.39
Método de la investigación.....	p.40
Metodología.....	p.40
Alcance de la investigación.....	p.42
Fuentes de información.....	p.42
Instrumentos.....	p.43
Proceso para la recolección de datos.....	p.45
Método de análisis.....	p.46
CAPÍTULO IV, Análisis de resultados.....	p.49

Análisis de estructura retrospectiva de la página de resultados de los primeros diarios de cada mes del año 2017, “La Nación”.....	p.54
Análisis de estructura retrospectiva de la página de resultados de los primeros diarios de cada mes del año 2017, “La República”.....	p.58
Análisis de noticias.....	p.63
Diario “La República”.....	p.81
Análisis de noticias.....	p.84
Análisis de entrevistas.....	p.100
Análisis de sondeo.....	p.117
CAPÍTULO V, Conclusiones y Recomendaciones.....	p.125
CAPÍTULO VI, Propuesta.....	p.132
Referencias.....	p.134
Apéndice.....	p.141

Tablas

Tabla 1. Materias afines al periodismo digital en universidades costarricenses.....p.6

Tabla 2. Variables o unidades de análisis.....p.42

Tabla 3. Personas entrevistadas.....p.44

Tabla 4. Cronograma.....p.48

Tabla 5. Elementos por analizar.....p.49

Figuras

Figura 1. Imagen de la pestaña de búsqueda de “La Nación”.....p.61

Figura 2. Imagen de la página de búsqueda del diario digital “La Nación” del 1o. de enero del 2017.....p.63

Figura 3. Imagen del buscador del diario “La República”.....p.81

Figura 4. Imagen de la parte superior de la ventana del diario “La República”p.82

Figura 5. Imagen de la página de búsqueda del diario “La República”p.83

Resumen Ejecutivo

El objetivo principal de este trabajo consiste en “Analizar el grado de concordancia entre el uso, utilidad, del periodismo digital con la innovación y formación de las y los colaboradores de La República y La Nación”, para abarcarlo se realizan entrevistas estructuradas a periodistas que laboran en los medio de “La Nación” y “La República”, análisis de contenido de noticias y sondeos.

Adicionalmente, se buscó explorar el formato de las páginas digitales de estos medios, analizando la actitud de los lectores frente a los sitios en estudio, así como examinar su subsistencia. Como base en la metodología del estudio se realizó cualitativamente.

Después de aplicar el instrumento, realizar el análisis e interpretar los resultados, se determinó que estos medios directamente apenas están acomodándose a las tendencias modernas en la digitalización y que aún quedan aspectos importantes de mejoras en materia de diseño, contenido y manejo de instrumentos multimedia.

Esto se da en un escenario en el que las preferencias por páginas digitales de noticias, crece a pasos enormes, muestra un cambio de patrón en el consumo de la sociedad, que ahora ya no se conforma con leer el periódico al día siguiente, o con esperar la ediciones de radio y televisión; hoy el usuario quiere información al momento, en otras palabras “ya”, que, además, le que permita mezclar la lectura, el audio y vídeo en la misma información de su interés.

Se concluye que los periodistas en su labor diaria aplican los conocimientos adquiridos por medio de capacitaciones prácticas impartidas por los diarios en los que laboran y por aprendizaje “autodidacta”, sin embargo se considera necesaria la profundización en el tema del periodismo digital, debido a que en su mayoría las personas entrevistadas manejan este tema solamente de manera “empírica”.

La idea de la investigación propone que a partir de ahora, en los cursos habituales de la carrera se aborde el tema del periodismo web, como programación en Internet o periodismo en Internet, se creen espacios para trabajar temas como periodismo en redes sociales, monetización de entornos web, creación y edición de fotografía y vídeo, ética en el periodismo digital y creación de espacios de accesibilidad a personas con necesidades especiales en entornos web.

CAPÍTULO I

Introducción

Para Echeverría y Viada (2014, p.15), los periodistas no producen noticias, producen sentidos. Y todo proceso de producción de sentido se encuentra históricamente situado, adecuándose a los discursos y a las condiciones dominantes de consumo en un momento determinado.

De esta forma al producir material para medios de comunicación es necesario tener en cuenta las condiciones de producción, circulación y consumo vigentes. Rosique y Barranquero, (2015), explican que en el ámbito de la comunicación "...la búsqueda de tecnologías para superar las limitaciones espacio-temporales ha sido una constante a lo largo de la historia" (p.452).

Hitos como la invención del telégrafo en el siglo XIX, la radio y la televisión en el siglo XX, han favorecido el proceso histórico de seguimiento de la información. Sin embargo no es sino hasta los años 50 en que esta tendencia alcanza su máximo, con la invención del directo televisivo, a partir de este momento los medios aceleran su carrera imparable en busca de primicias noticiosas (Rosique y Barranquero, 2015, p.450).

Finalizando el segundo milenio los nuevos soportes digitales, internet, celulares, tabletas, han posibilitado acceder a las noticias instantáneamente, esta comunicación digital ha transformado paulatinamente la manera de hacer periodismo. Wolfgang (s.f), citado por Ruiz (2014), rescata que el periodismo es definido como:

...un conjunto de prácticas que, dentro del ámbito mayor de la comunicación, ha adquirido una condición especial a lo largo de una extensa historia que estableció una diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación interpersonal (p.26).

De esta forma, "relatar acontecimientos, informar hechos novedosos y al mismo tiempo discernir la verdad fáctica, son los principales elementos que definen el periodismo como una práctica cultural" (p.26).

El periodismo es también definido por Gomis (1987), citado por Rost (2006), como un "método de interpretación de la realidad social. A partir de la selección de

hechos se jerarquiza, agrupa e interpreta, el periodismo contribuye a construir un presente social de referencia: la actualidad” (p.19).

Es así que puede ser concebido como una plataforma de interpretación de los imaginarios presentes en una sociedad, lo cual permite un desligue de la idea de que el periodismo es mero repetidor de la realidad objetiva, sino un generador activo de realidades.

Los periodistas por medio de su bagaje de experiencias interpretan la realidad y otorgan a determinados acontecimientos mayor importancia (resonancia que podría llegar a tener el hecho en la población), e interés (comentarios que puede suscitar el hecho), lo cual genera una jerarquización según la magnitud posible del hecho en los diarios.

Esta jerarquización de los acontecimientos resuena en el presente social de los usuarios. Así los diarios por medio de sus propuestas de interpretación de la realidad ofrecen modelos de comportamiento que influye en la vida cotidiana de los individuos.

Aunado a esto Ayerdi (2002) afirma que “Internet, quizá más como un nuevo soporte creará un nuevo tipo de periodismo” (p.2). Este nuevo tipo de periodismo es denominado “digital”, ya que posee características distintivas como la interactividad, hipertextualidad, multimedialidad y actualización constante en los contenidos, teniendo además una naturaleza versátil y relativamente horizontal.

De esta forma, el periódico digital se postula como un medio que “permite potenciar la participación del lector en la construcción de la actualidad” (Rost, 2006, p.21), abriendo un espacio idóneo para la participación activa del usuario en el discurso público, convirtiendo así al “lector pasivo” en un “usuario activo”, con incidencia pública.

Este diario ofrece la posibilidad al usuario de interactuar tanto con contenidos, como con individuos, por lo tanto en este trabajo se tendrá al periódico digital como un asimilador y productor de representaciones sociales, así como un espacio de interacción en la construcción de la realidad social. No se analizará el diario digital como un elemento aislado sino que se entenderá como un espacio de interacción, abarcándolo en su relación con los usuarios del medio.

La poderosa intertextualidad que podría tener un diario digital en base a conexiones hipertextuales, la ausencia de límites espaciales, las opciones de gestión y recuperación de información, el ritmo de actualización de los contenidos y las posibilidades de la participación e interacción de los usuarios brindan un espacio ideal para construir un periodismo dinámico y creativo, ajustado a los gustos y exigencias de la población actual, teniendo asimismo como cualidad, la transformación constante en aspectos tanto de contenido como de estructurales. Un periódico digital “ideal”:

...debe ordenar el discurso en capas pero también dar alternativas de navegación y exploración al lector para aprovechar estas ventajas que proporciona el hipertexto. Además de ofrecer enlaces externos que abran el discurso del medio a otras voces, y hemerotecas y motores de búsqueda que permitan un acceso alternativo a la información (Rost, 2006, p.221).

Según Rost (2006) hay seis características que definen a los nuevos medios digitales:

...las posibilidades interactivas de selección y comunicación que permite; la disposición hipertextual de sus contenidos; los recursos multimedia que dispone; la documentación ilimitada debido a su gran capacidad de almacenamiento; la construcción de una actualidad múltiple; y las alternativas de personalización de sus contenidos (p. 151).

Sin embargo, este periodismo web posee ciertas desventajas, ya que la velocidad desmedida a la que circula la información implica que algunos noticieros, en busca de obtener la primicia no completan un “proceso riguroso de verificación y contraste de hechos o fuentes” (Rosique y Barranquero, 2015, p.141).

Es así que a pesar de la fuerza y auge del periodismo digital, este no ha logrado suplantar del todo al periodismo tradicional, ya que este último posee una credibilidad que lo respalda. Esta credibilidad surge de su naturaleza “pausada”, ya que el trabajar con ciclos y horarios determinados es capaz de cumplir con una verificación exhaustiva de los datos, creando contenido con calidad y credibilidad.

La celeridad del periodismo en línea lo hace propenso a utilizar información sin verificar con tal de obtener primicias, en ocasiones utilizando sin querer contenidos tendenciosos o violando el derecho a la privacidad e intimidad. Como explica Micó

(2008), citado por Cruz y Suarez (2017), “La carrera por ser el primero en dar una noticia motiva la difusión de errores y prácticas desdeñables como la publicación de imágenes manipuladas o la emisión de noticias sin contrastar” (p.251).

De esta forma el profesional en periodismo actualmente podría encontrarse “entre dos fuegos”, viéndose impulsado a adaptarse al mundo digital asumiendo todo lo que ello implica o continuar con la manera tradicional de periodismo impreso, cerrándose quizá a grandes públicos.

Estos dos tipos de periodismo tradicional y digital, poseen ventajas y desventajas, sin embargo quizá sea posible optar y elegir lo mejor de ambos, retroalimentado el periodismo tradicional con información verídica obtenida por medios digitales y viceversa.

Objeto del estudio

Paulatinamente la forma de comunicarse e informarse ha cambiado, lo cual, a su vez, ha incidido, tanto sobre el periodismo como sobre el periodista digital. Este profesional se encuentra inmerso en un torbellino de información y velocidad, lo que provoca que se coloquen sobre sus hombros una serie de exigencias impuestas por la lógica de mercado, para brindar la información en el menor tiempo posible llegue de forma eficaz y amena a sus audiencias.

El perfil profesional del periodista digital es demandante, según Barrios y Zambrano (2014, p.10.), este debe poseer aptitudes de adaptación al cambio, conocer la estructura de los medios digitales, implementar elementos innovadores, para captar las necesidades de audiencias constantemente cambiantes, ser capaz de producir contenidos en diferentes “lenguajes” para los distintos medios y aplicaciones.

Conocer y utilizar de manera eficiente los instrumentos multimedia, trabajar la información en “multipantallas”, generar propuestas en congruencia con las necesidades de evolución del medio comunicacional, seleccionar la mejor información según la necesidad, hábitos de consumo y gusto de los usuarios, manejar temas de actualidad e informar por medio de varios medios (Zambrano, 2014, p. 11).

Según Campos (2010.), citado por Zambrano (2014), actualmente el periodista es “multiárea” y debe asumir “múltiples labores de redacción, fotografía, edición, etc., que antes eran realizadas por distintos profesionales” (p. 235).

Este profesional también debe realizar búsquedas avanzadas en la red, utilizando estas como fuente de información, conocer medios como blogs, portales. Debe saber utilizar programas de edición, crear estrategias de circulación de la información.

Es necesario que sea competente en el uso de equipos digitales de registro visual y auditivo (realización y edición). Debe poseer capacidad de comprensión y dominio de modalidades de navegación, manejo de redes sociales. Ser capaz de leer en pantallas, tablas de datos, gráficos y estar atento a la actualización constante (Zambrano 2014, p.240).

Producir información en tiempo real, propiciar una interacción continua con los usuarios, ser hábil y ético al investigar, seleccionar y publicar información, conocer, quién está visitando su medio, ganar públicos y espacios, comprender el ritmo, la lógica y el flujo de la web. Además debe ser un periodista con cultura general, creatividad, pensamiento crítico, ser analítico competitivo y autodidacta (Zambrano, 2014, p.15).

Para lograr este ideal ,el periodista debe poseer una educación integral y mantenerse en actualización constante. García (2009) agrega que “la formación de los periodistas tiene un importante componente de saberes humanísticos, que han de estudiarse teniendo en cuenta el fin específico del periodismo, pero también una enseñanza práctica reflexiva y artística” (citado por Barrios y Zambrano, 2014, p.17).

En el caso de Costa Rica, Arce y Morales (2016, p.86) identifican tres tipos básicos de organización laboral de periodistas (digitales o no), en primer lugar destacan los periodistas que trabajan con insumos del medio tradicional, pero que también trabajan temas solamente para la web.

Como segundo punto se encuentran los periodistas especializados solamente en el área web, adaptando la información del medio tradicional a la web. Y, en tercer lugar, están los periodistas que cubren la nota de manera tradicional y ellos mismos se encargan de ponerla en línea. De este estudio se desprende que en este país, casi ningún periodista (ni el más conservador con su trabajo) logra abstraerse de utilizar de alguna manera los medios digitales en su labor.

En base a los puntos anteriores, en esta investigación se considera relevante cuestionarse, ¿qué características debe tener un periodista que trabaja con medios digitales?; ¿en las universidades costarricenses se está formando correctamente a los

periodistas para ser capaces de desempeñarse de manera eficiente vía web?, de estas interrogantes surge la pregunta base de investigación, ¿Cuál es la concordancia del uso y utilidad del periodismo digital con la innovación y formación de las y los colaboradores del periódico La República y La Nación?.

Se consultan los planes de estudio de diferentes universidades costarricenses que imparten la carrera de periodismo y se constata que en todas ellas cuentan con cursos enfocados en la relación entre el periodismo y las nuevas tecnologías.

Tabla 1. Materias relacionadas al periodismo digital en universidades costarricenses

Universidad	Materia
UACA (Bachillerato)	-Tecnología orientada al periodismo -Periodismo digital
UACA (Licenciatura)	-Problemas actuales
San Judas Tadeo (Bachillerato)	-Actualidad -Nuevas tecnologías Periodismo en internet
San Judas Tadeo (Licenciatura)	Periodismo digital
Universidad Central	Ofrece una especialización en comunicación digital alternativa, la cual contiene materias como comunicación y economía digital, labores on-line, servicios herramientas y gestión de internet, nuevas rutinas en medios digitales, tendencias en redacción digital, mejor manejo de la identidad o reputación digital
Universidad Internacional de las Américas (Bachillerato)	-Programación en internet -Periodismo en internet
Universidad de Costa Rica	-Introducción a la comunicación audiovisual y multimedial -Fundamentos de la comunicación digital

Nota: elaboración propia, Universidades.cr (2018).

Es posible observar que el país sí existen cursos de la carrera de periodismo que enseñan el manejo de medios web, sin embargo dadas las exigencias del perfil del periodista digital, resultaría útil conocer si este conocimiento resulta suficiente y

aplicable a la realidad laboral. Dado esto, este trabajo pretende por medio de revisión bibliográfica, entrevistas estructuradas, sondeos y análisis de contenido indagar en el perfil profesional de las personas consultadas, conocer si utilizan en su labor herramientas digitales y si sienten que la universidad los prepara acertadamente para laborar con herramientas digitales.

Objetivo general y objetivos específicos

Objetivo general

- Analizar el grado de concordancia entre el uso, utilidad, del periodismo digital con la innovación y formación de las y los colaboradores de la República y La Nación.

Objetivos específicos

- Determinar el conocimiento que poseen las direcciones de los medios y los periodistas de “La República”, “La Nación”, con respecto al periodismo digital.
- Identificar los principales recursos tecnológicos utilizados por los comunicadores de los medios: “La República” y “La Nación”, en el área de periodismo digital.
- Establecer las características del periodismo digital de los medios: “La República” y “La Nación”.
- Indagar acerca de la percepción que tienen las personas de los medios digitales “La Nación” y “La República”.

Justificación

Se considera que esta investigación es útil y relevante, ya que en base a la revisión bibliográfica realizada se constata que en Costa Rica los artículos y estudios enfocados en el periodismo digital son escasos, a pesar de ser un tema básico que atraviesa e impela de una u otra forma a todos los medios informativos del país

El “culto a la velocidad” es dominante en las sociedades contemporáneas, “en las que existe una tendencia imparable a la compresión del tiempo y el espacio, la

política, la economía e incluso la cultura avanzan a una celeridad que el ser humano es incapaz de asimilar” (Rosique y Barranquero 2015 p.140).

Además de la celeridad, esta es una época con sobreabundancia de información, en la cual por curioso contraste prima una “economía de la atención”. Las características de esta sociedad están marcando la pauta, obligando a los medios de comunicación a “conseguir una “modulación eficaz entre el caudal informativo y la capacidad de absorción de las audiencias” (Díaz-Nosty, 2013, p. 137 citado por Rosique y Barranquero, 2015).

Esta especie de “obsesión” por la rapidez no parece dejar espacio a la duda, la reflexión y el análisis contextualizado, lo cual ha provocado que en ocasiones se genere un periodismo de fácil consumo orientado a gente que no dispone de tiempo para concentrarse y saborear la información hasta “integrarla en un marco que le dé sentido” (Morin 2011, citado por Rosique y Barranquero 2015, p. 141).

Esta premura de la sociedad actual se encuentra estrechamente vinculada a la utilización masiva de medios digitales, ya que como explican Echeverría y Viada (2014), los seres humanos actualmente se encuentran en una ciber-cultura, en la que la tecnología ha impregnado casi todos los aspectos de la vida. Esta cultura “no es el futuro que va a llegar, sino que es nuestro presente (homebanking, tarjetas inteligentes, celulares, palms, pages, voto electrónico, impuestos vía red, entre otros)” (Echeverría y Viada, 2014, p.35). Cultura que además se caracteriza por la transformación e hibridación en las formas de comunicación.

Los costarricenses no son ajenos a estas realidades y la tecnología en este país es importante, al punto de que en el año 2010. se realizó en la “Sala Constitucional” la declaración de que el acceso a internet es un derecho fundamental, incluyéndose en esta el acceso a las nuevas tecnologías (Muñoz y Nicaragua, 2014, p.5).

Este conjunto de factores que reúne el país aunado a la influencia de tendencias internacionales, ha transformado paulatinamente la forma tradicional de realizar el periodismo, ya que esta profesión ha debido ajustarse a los métodos de consumo de información dominantes.

Así el periodismo digital se presenta como un tema actual, que atraviesa la cultura y la vida tanto de los grandes medios de comunicación, como de particulares. Por lo tanto, resulta un tema significativo a tratar.

Otro aspecto básico, que rescatan Franco y Guzmán (s.f), citados por Quirós (2011), es la formación profesional del periodista, ellos sostienen que en “...el 55% de los 43 medios latinoamericanos analizados, ningún periodista del sitio en línea poseía formación en periodismo digital, pero aunque no tenían formación académica en esta especialidad, deseaban adquirirla” (p. 169).

En este punto es necesario preguntarse acerca de la situación del país, por lo cual resultan de vital importancia investigaciones como la presente, en las cuales se indague en la formación del periodista de medios web y la implementación de ese conocimiento en el mundo laboral, ya que podría existir un gran vacío que llenar en las aulas universitarias.

Esto debido a que el perfil profesional del periodista digital es sumamente demandante, se elige trabajar con medios que nacieron como ediciones en papel, debido a que en Costa Rica, según Carmiol (2013), “Los medios de comunicación impresos han sufrido cambios drásticos con la incorporación de la tecnología a las diferentes facetas de la vida de las personas” (p.13). Se eligen específicamente “La Nación” y la “La República” debido a que ambos poseen credibilidad y larga historia a nivel de país.

Resulta útil tomarlos como referente debido que por su naturaleza son dirigidos a distintos públicos meta, como explica Carmiol, (2013) “...podría decirse que el periódico La Nación tiene una mayor preferencia entre los sectores poblacionales medios y altos, con un nivel educativo universitario” (p.30). “En cambio periódicos especializados como La República, tratan temáticas de economía y negocios” (Carmiol, p.30). Lo cual permite generar contraste entre ambos.

Además estos medios son pioneros en la implementación de herramientas digitales para su difusión. Arce y Morales exponen que:

La Nación Digital lanzó su primera edición el 7 de abril de 1995, pero se mantuvo como un experimento hasta el 23 de mayo, cuando en una ceremonia

formal fue presentada al público, y se convirtió en el primer periódico nacional y centroamericano en contar con una versión en línea.(Arce y Morales, 2016, p.10.3)

“La República”, en el periodo comprendido entre los años 1995 y 1999, realizó intentos por poner en marcha un sitio web, el cual resultó inestable, porque el contenido no era actualizado constantemente (Arce y Morales, 2016, p. 10.3).

Actualmente estos diarios poseen exitosas ediciones en digital “Para el año 2000, La Nación Digital pasó a llamarse Nación.com, incluyendo contenido multimedia, galerías fotográficas y chat” (Arce y Morales, 2016, p. 10.5), además, “La República” en el 2007, se transforma en “República Media Group”, en 2008 se proyectó a nivel mundial, con el lanzamiento del dinámico portal de negocios: www.centralamericaLINK.com” (Soluciones profesionales la República, (s.f), párr. 13). Este trabajo resulta factible, debido a que la información obtenida por medio de las entrevistas y sondeos es de fácil acceso, además en base a los datos expuestos con anterioridad se desprende que el proyecto es relevante.

Antecedentes

Historia del periodismo digital

Respecto a la historia del periodismo digital a nivel mundial es importante rescatar la investigación de Navarro (2009, p.30) quien realiza un análisis del perfil y elementos del periodismo digital, emisores y receptores del proceso de comunicación.

En esta investigación se incluyen datos acerca de 10. medios de comunicación internacionales, 10.0 periódicos mexicanos, 30 cadenas televisivas y 30 emisoras radiales, medios con más de diez años de presencia en internet. Además este autor realizó el envío de 2000 correos electrónicos a periodistas, reporteros y editorialistas.

Asimismo elabora un recuento de los últimos treinta años de periodismo digital, exponiendo que en el siglo XX los medios escritos sufren crisis, la primera de ellas en los años 30 con el surgimiento de la radio y en los años 50 con la aparición de la televisión.

Al inicio de los 70 “la mayoría de los periódicos de circulación nacional contaban con videoterminals donde los periodistas escribían sus textos” (Navarro, 2009, p.35). A mediados de los ochenta aparecen los sistemas integrados de producción con lo cual disminuyen los costos, resultando en una reducción del trabajo humano implicado en la producción y montaje de páginas.

Las primicias de la comunicación online, datan de la época de los setenta “con el desarrollo del videotexto, el teletexto, el periódico por fax, en cd-rom, en disquete flexible y la inserción en las primeras redes de información” (Navarro, 2009, p.35). Estos avances desembocan en la “San José Mercury News”, una red de internet instalada en 1994. Actualmente, no existe consenso acerca de la cantidad de medios informativos presentes en la web.

El autor concluye que “Existe un rezago considerable entre quienes presentan contenidos de acuerdo con la nueva retórica de las redes como Internet y con aquéllos que se concretan solamente a imitar lo que presenta el medio impreso” (Navarro 2009, p.36)

Antecedentes internacionales

Respecto de las experiencias internacionales en investigación sobre periodismo digital es representativo lo que propone de De Assis (2012), quien utiliza el análisis de contenido cualitativo “...para evaluar lo que las versiones online de los principales periódicos de circulación nacional en España están entregando a la población bajo el título de periodismo online” (p. 22).

Él evalúa las versiones en línea de los diarios “El País”, “El Mundo” y “ABC”, su objetivo se centra en examinar los elementos fundamentales del periodismo en estos diarios y determinar si presentan algún rasgo que permita “calificarlos como transmisores de una información de calidad y de una agenda que permita al ciudadano tomar decisiones en una sociedad democrática” (De Assis, 2012, p.23).

Inicia su trabajo comentando que, actualmente, el periodismo empresarial se encuentra en crisis (agravada por la crisis económica). No obstante, este estudio no logra arrojar resultados contundentes adecuados a sus objetivos, como explica

Nuestros resultados contestan que internet modifica el poder de la agenda de periodismo entregando al público un producto travestido de periodismo, pero

que presenta muy poco interés general, caracterizándose el género periodístico como un servicio más de estos medios (De Assis, 2012, p.27).

Barrios y Zambrano (2014, p.200) además, por medio de encuestas, entrevistas a profundidad y grupos focales, delimitan las competencias y el perfil profesional que debe tener un periodista en la actualidad. Argumentando que esta profesión se ha transformado de la mano de las tecnologías, cambiando las tradicionales rutinas de trabajo, los contenidos, la producción, distribución y consumo de información.

Explicando que este nuevo escenario está marcado por la convergencia digital en sus distintas dimensiones, por la multiplicación de nuevas plataformas, herramientas y formatos de recepción, difusión e interacción, "...que invitan a modificar los perfiles profesionales del periodista y a replantear sus nuevas competencias para ejercer la profesión" (Barrios y Zambrano, 2014, p.221)

Estos autores expresan que el perfil profesional del periodista digital es demandante, ya que éste debe poseer aptitudes de adaptación al cambio, conocer la estructura de los medios digitales, implementar elementos innovadores con el fin de captar las necesidades de audiencias constantemente cambiantes, ser capaz de producir contenidos en diferentes "lenguajes" para los distintos medios y aplicaciones, entre otros (Barrios y Zambrano, 2014, p. 223).

Siguiendo esta línea Manfredi y Herranz (2015), en su investigación evalúan el grado de innovación en la producción periodística en España, además rescatan la definición de "narrativa periodística", la cual definen como "...la seña de identidad del periodismo que dota de sentido a la profesión" (p.272). Explicando que "La diferenciación reside en cómo contar las historias, en explicar los detalles de lo sucedido, y en cómo presentar la información, de forma que ésta resulte lo más atractiva y original para alcanzar al público al que se dirige" (p. 272).

Argumentando que si la narración es innovadora transforma el quehacer periodístico, permitiéndole evolucionar, adaptándose a las posibilidades presentes en el entorno digital, adaptándose de manera eficiente a las necesidades de los usuarios. Este estudio concluye que actualmente existe poca innovación en el periodismo deportivo español, primando la traslación de modelos convencionales al entorno digital, con escasa producción audio visual y poca atención al diseño.

Calvo (2015), realiza una investigación en la cual plantea que “hoy todo el periodismo es digital” (p.45). Buscando contrastar su hipótesis con información obtenida por medio de congresos, encuentros y seminarios organizados en España relacionados con el periodismo digital y las redes sociales. Su metodología consistió en el análisis exhaustivo de los diferentes congresos, observando tanto sus programas y contenido, como el perfil profesional de los ponentes.

Llega a la conclusión de que el futuro del periodismo se muestra inestable, argumentando que, “Algunos de los ponentes consultados han pasado, en pocos años, por diferentes puestos laborales lo que indica la inestabilidad del empleo digital” (Calvo, 2015, p.45). Para este autor el modelo periodístico está en crisis, ya que “El periodismo ha pasado a ser una vocación de la que ya muy pocos pueden comer” (Calvo, 2015, p.46)

Varona y Sánchez (2016) realizan una investigación cualitativa con carácter exploratorio por medio de grupos focales, en la cual explican que “a lo largo de la última década, las redes sociales han ocupado un espacio cada vez más amplio en las salas de redacción” (p.796). Estas autoras determinan que la mayoría de periodistas considera que los contenidos de redes sociales deben ser utilizados con extrema cautela como medio para obtener información, ya que los datos provenientes de estas fuentes en muchas ocasiones no son verificables.

Tesis internacionales

Pérez (2003) en su tesis plantea la idea de que:

...si el hipertexto es el lenguaje de estructuración de contenidos en la red; y las noticias como contenido e información se vehiculan por medio de ésta; entonces deben adaptarse a este nuevo lenguaje y no reproducir los heredados del medio impreso (p.8).

Esta autora concluye que las ediciones noticiosas digitales deben desarrollar su propia idiosincrasia desligándose de su referente impreso para poder ser denominadas “prensa online”. Explica que los cambios paulatinos que los medios tradicionales de información implementen, generarán a largo plazo un desligue total entre la prensa digital y el medio escrito.

Destaca que las ediciones digitales se caracterizan por la actualización y generación constante, sin embargo estas ediciones conservan la estructura de “pirámide invertida” (Pérez, 2003, p.314) propia de las noticias tradicionales.

Además, Rost (2006), en su tesis plantea como objetivos investigar “en qué medida el nuevo medio es un periódico digital interactivo” (p.20), pretende elaborar propuestas teóricas de aplicación para un periódico digital interactivo. Este autor compila una serie de etapas en las que se puede encontrar un medio noticioso impreso que se acerque al mundo digital:

- 1) Etapa de la presencia corporativa: En esta fase los sitios se presentan en la web con información básica, solamente para reforzar su imagen corporativa.
- 2) Etapa del volcado de contenidos: En esta fase se intentan replicar en el medio digital, las noticias del medio impreso.
- 3) Etapa de los contenidos propios: Los cybermedios exhiben contenidos elaborados especialmente para la web, con un lenguaje adaptado al medio digital.
- 4) Etapa de la interactividad: En esta etapa los medios ofrecen contenidos y comunicación interactiva.

Saézn (2011, p.47), en su tesis realiza una descripción detallada del perfil del periodista digital y los retos que enfrenta. Este estudio se basa en la opinión de periodistas y empleadores que laboran en la versión digital de los medios de comunicación escritos de la ciudad de Guatemala.

Por medio de su trabajo concluye que en ese país los medios impresos locales se encuentran en proceso de desarrollo de su versión en línea, ya que emplean periodistas tradicionales con algún conocimiento en el uso de redes sociales, computadora y celular.

Argumenta que las oportunidades laborales de los periodistas se amplían con la implementación de la versión digital, explicando que el lector digital no es el mismo lector del medio impreso, ya que los usuarios vía web tienden a ser jóvenes.

Además concluye que uno de los mayores retos a los que se enfrenta un periodista inmerso en la web, es que este debe lograr comunicarse de manera eficaz con otros profesionales de la información, incorporando a su formación disciplinas como “fotografía, publicidad, programación, diseño de páginas y otros” (Saézn, 2011, p.52).

Peñaloza (2013, p.23), en su tesis plantea como objetivo describir la presencia curricular del periodismo digital en el programa de “Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Autónoma del Caribe de Barranquilla”. Utilizando una metodología de trabajo de campo y descriptiva, por medio de la cual llega a las siguientes conclusiones:

- No se ha profundizado en el estudio de las teorías de “continuidad y transtemporalidad, integralidad, interactividad, versatilidad y multiplicidad, lo cual representa un estancamiento en el plan de formación, ya que no se están abriendo opciones propias del periodismo digital” (Peñaloza, 2013, p.64).
- El personal docente de la “Universidad autónoma del Caribe de Barranquilla”, se encuentra capacitado para enseñar nuevas competencias tecnológicas en el campo periodístico, sin embargo no tienen los espacios para transmitir ese conocimiento ya que los estudiantes presentan muchas dificultades en el manejo y desarrollo de contenidos de las páginas web.

Antecedentes en Costa Rica

Respecto de la investigación en Costa Rica destaca la tesis de Zúñiga y Saborío (2006, p. 126), en la cual argumentan que el periodismo y los noticiarios de televisión en este país se encuentran ante cambios vertiginosos en las ideas, tendencias y formas de producción.

Agregan que la incorporación de la tecnología al ambiente laboral ha transformado la forma tradicional de trabajo del profesional en comunicación, ya que en cuestión de 30 años “pasó de máquinas de escribir a estar conectado con el mundo por medio de la computadora y de internet” (Zúñiga y Saborío, 2006, p.134). Afirman que los adelantos en un futuro cercano, obligarán al profesional a trabajar contra reloj, lo cual afectará la forma de elaboración de noticias.

Asimismo en la investigación cualitativa realizada por Quirós (2011, p.98) se compara el contenido periodístico digital del sitio web de la revista “Perfil” de “Grupo Nación” y el de la revista “Eka Empresarial” de “Eka Consultores” en Costa Rica. Como resultado esta autora ofrece una guía de cómo debe ser el proceso de digitalización de una revista al integrar el papel de la tecnología y el quehacer periodístico.

Al finalizar el estudio se determina que ninguna de las dos revistas trabaja bajo el modelo “óptimo de convergencia mediática, el cual se relaciona con la utilización de texto, información, fotografías, hipervínculos, vídeo, audio y gráficos interactivos” (Dimitrova & Neznanski, 2006, citados por Quirós 2011, p. 171). Por lo cual es posible observar que si bien hay un acercamiento de estas revistas a los medios digitales, aún falta camino por recorrer, para llegar a un nivel óptimo en el uso de estas herramientas.

Carmioli (2013), en su tesis, explica que en Costa Rica los medios clásicos de comunicación se han transformado gracias a la incorporación de tecnología en la cotidianidad. Agregando que “La inmediatez y la facilidad de obtener información en tiempo real son variables que más han afectado el comportamiento de los lectores” (p.13), de esta forma el periodismo ha evolucionado para adaptarse de manera eficaz a los nuevos hábitos de consumo de información.

Estas modificaciones han tenido mayor impacto durante los últimos 10 años, tanto así que “El descenso continuado de las ventas y la reducción de los ingresos por publicidad arrojan serias dudas sobre el futuro de los periódicos en papel. (Carmioli, 2013, p.13), agregando que “Internet y los nuevos soportes técnicos, como las cibertabletas, aparecen como un posible relevo al papel para los próximos años” (Carmioli, 2013, p.13).

Además expresa que el periodismo de prensa está viviendo uno de sus peores momentos, debido a la falta de anunciantes, a la crisis económica y a los cambios en el estilo de vida de las personas que buscan información por vías diferentes. Explicando que:

...los periódicos tradicionales han abierto ediciones digitales gratuitas, como elmundo.es, elpais.com, abc.es, lavanguardia.es, larazon.es... Todos ellos gozan de un gran número de visitantes, ya que aúnan tradición, credibilidad y funcionalidad. Sin embargo, estos medios de comunicación se financian por medio de la publicidad y no es suficiente” (Carmioli, 2013, p.14).

Añade el ejemplo del diario “Universidad”, de cuyos lectores un 63% opta por la versión digital y un 72% prefiere la versión impresa, con lo cual es posible observar cómo se va cerrando la brecha entre el medio impreso y el digital.

Describe avances internacionales en el área del periodismo digital, ejemplificando el “Formato de encarte”, método “en el que se utilizan técnicas audiovisuales con piezas de comunicación colocadas en delgadas y milimétricas pantallas y que se incluyen en periódicos y revistas” (Carmioli, 2013, p.156). Y la técnica de “Realidad aumentada”:

...utilizada en los diarios más importantes del Japón y que permite llamar la atención e ir posicionando el periódico entre los públicos jóvenes. Consiste en la colocación de un teléfono inteligente (o Smartphone) sobre diferentes áreas del periódico lo que produce posteriores imágenes de textos y gráficos animados (Carmioli, 2013, p.156).

Respecto a la evolución del perfil de los periodistas en Costa Rica, Arce y Morales (2016), explican que esta inicia con la reestructuración de los sistemas laborales y las exigencias de mercado. Arce (2012), citado por Arce y Morales (2016, p.143), identifica que en este país existen tres tipos básicos de organización:

- 1) Periodistas que trabajan con insumos del medio tradicional, pero que también trabajan temas solamente para la web.
- 2) Periodistas especializados solamente en el área web, adaptando la información del medio tradicional a la web.
- 3) Periodistas que cubren la nota de manera tradicional y ellos mismos se encargan de ponerla en línea.

Referente institucional

Diario “La Nación”.

Dos años después de que Costa Rica adquiriera acceso a internet, el periódico “La Nación inició sus primeros intentos por tener presencia en la red” (Arce y Morales, 2016, p. 10.1). Manuel Quesada, ingeniero de informática quien intentó realizar la primera carga de una versión básica del diario en la red.

Esta innovación despertó el interés de don Manuel Jiménez Echeverría (presidente ejecutivo y principal propietario del periódico), en tener una versión en línea mejor estructurada, empleando con este fin a Alejandro Urbina como coordinador de un

equipo que empezó a subir unas cuantas páginas del diario a la web (Arce y Morales, 2016, p. 1o.3).

“La Nación Digital lanzó su primera edición el 7 de abril de 1995” (Arce y Morales, 2016, p.1o.1), esta fue una versión experimental, la cual solamente contaba con noticias principales, convirtiéndose así en el primer diario centroamericano en tener una versión en línea. Además, como recurso multimedia, se incluyó una foto por cada historia (Arce y Morales, 2016).

En mayo de 1995, La Nación Digital tenía en promedio 600 lectores diarios. Cinco meses después, la página registraba 10.000 visitas por semana, y en el momento del primer aniversario había 45.000 accesos diarios a la edición digital, de lunes a viernes, y 25.000 los sábados y domingos (Bravo, 2013 citado por Arce y Morales, 2016, p.1o.1)

Para el año 2000, “La Nación Digital” pasó a llamarse “Nación.com”, incluyendo contenido multimedia, galerías fotográficas y chat. No pasó mucho tiempo antes de que otros periódicos siguieran los pasos de “La Nación”. “The Tico Times”, un periódico semanal en inglés dirigido sobre todo a turistas, y el “Semanao Universidad”, periódico semanal publicado por la Universidad de Costa Rica, fueron los primeros seguidores. Cada uno de ellos lanzó un sitio web básico en 1995 (Arce y Morales, 2016 p.1o.3).

Diario “La República”.

En el lapso comprendido entre los años 1995 y 1999, el diario “La República” intentó crear un sitio web, el cual fue inestable, ya que inhabilitaban la página constantemente o no publicaban durante largo tiempo. “Para el año 2000 ya este diario contaba con una edición en línea estable” (Arce y Morales, 2016 p.1o.3).

El diario sale a la venta el primero de noviembre de 1950, en representación del partido Liberación Nacional. Desde su creación se incentiva a los periodistas a optar por un trato más personalizado con sus fuentes de información evitando las conferencias de prensa.

En este diario participaban personalidades políticas e intelectuales, tanto nacionales como latinoamericanas. En el año de 1960 “La República” inicia un proceso de despolitización. “En los años 70 La República fue el primer periódico costarricense

en utilizar color en su impresión y trabajar con la batería de levantado de textos “Compugraphic” (Soluciones profesionales La República, s.f., párr. 6).

Para el año de 1994 este diario es adquirido por el grupo “Hollinger”, una editorial independiente. A partir del año 2000 se convierte en un diario con énfasis en los negocios, sin dejar de lado temas de desarrollo social, cultura, entretenimiento y deportes (Soluciones profesionales La República, s.f. párr. 14).

En el 2007, el grupo “Hollinger” vendió el diario a un grupo de socios locales, de esta forma “La República”, se transforma en “República Media Group”, expandiéndose a productos como la revista mensual “Estilo Ejecutivo”, “Casa Ideal”, “Código Salud”, “Motores Elite” y otros suplementos. “En 2008 RMG se proyectó a nivel mundial, con el lanzamiento del dinámico portal de negocios: www.centralamericaLINK.com” (Soluciones profesionales La República, s.f, párrafo 13).

Proyecciones

Público a quien está dirigido

La investigación está dirigida al siguiente público:

- Directores de las carreras de ciencias sociales y periodismo de las universidades del país.
- Docentes universitarios de las carreras de ciencias sociales y periodismo de las diferentes universidad del país, que estén interesados en las nuevas tecnologías de comunicación para impartir sus cursos.
- Estudiantes universitarios de las carreras de ciencias sociales y periodismo de las universidades públicas o privadas del país.
- Profesionales de la comunicación que laboren en cualquier medio de comunicación en Costa Rica.
- A la sociedad en general, para dar a conocer sobre el tema y sus características.

Alcances

Las nuevas tecnologías influyen en la forma de hacer periodismo, el periodismo digital es tema de discusión entre los profesionales de la comunicación del país. Por tanto esta investigación permitirá el planteamiento de diferentes puntos de vista, generando información sobre las nuevas tendencias en tecnologías de la comunicación en el país.

Límites

Por tratarse de un tema nuevo en el periodismo se encontraron pocos profesionales nacionales dispuestos a ser entrevistados por falta de tiempo o de conocimientos técnicos adecuados.

Aportes

Al elaborar el trabajo sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores, se proporcionará información a los estudiantes universitarios de ciencias sociales y periodismo acerca de las nuevas tendencias en periodismo. El trabajo hace énfasis en la necesidad que tiene el profesional en comunicación en actualizarse en el uso de herramientas tecnológicas

CAPÍTULO II

Marco referencial

Periodismo Tradicional

El periodismo es una forma de comunicación mediante la que se dan a conocer y se analizan hechos de interés público. El periodismo es importante, puesto que si no existiera, las personas conocerían su realidad únicamente por medio de versiones orales, resúmenes e interpretaciones históricas y anecdóticas.

Como lo señalan Leñero y Marín (s.f), citados por Falla (2009, p.29), “La información periodística responde a las preguntas esenciales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué respecto del acontecer social” (p. 18). De esta forma el periodista actual además de escribir notas también debe saber redactar, corregir y manejar herramientas tecnológicas, si en realidad quiere estar en consonancia con la dinámica actual.

Perfil del profesional en comunicación.

Falla (2009) explica que toda persona o todo grupo que participe en la producción social, es comunicador, el mensaje se envía de acuerdo a su contenido, forma, a quién se dirige, los medios de difusión y su alcance.

Se consideran profesionales de la información a los periodistas, tanto de la prensa escrita de los medios digitales que tienen una labor relacionada con la producción noticiosa. Sin embargo existen distinciones, ya que a quien redacta notas informativas, entrevistas y reportajes se le llama reportero; al que elabora artículos, articulista; al que hace editoriales, editorialista; al que hace columnas, columnista y al que ejerce la crónica, cronista, señala Falla (p.29).

Sociedad digital.

Orihuela (2001, párr.1), afirma que la era digital ha llegado para quedarse y como cada revolución tecnológica, suscita miedos y alienta esperanzas. El autor expresa que pensar en la contribución de los modernos sistemas de comunicación al proceso de paz y a la integración regional implica un desafío ya que se deben examinar

críticamente y con cautela las promesas que acompañan a la era digital. Él postula las siguientes premisas:

- Para que la revolución digital deje de ser una promesa se deben conocer y utilizar de manera crítica y creativa las nuevas tecnologías.
- Las nuevas tecnologías pueden contribuir de modo decisivo a la integración regional, la paz, la defensa de nuestra lengua común y extender el acceso a los bienes culturales. En la medida en que las condiciones de diseño y utilización no se dejen libradas a la propia inercia del proceso de innovación tecnológica.
- Además considera que hay que apropiarse de la tecnología con prudencia y sobriedad, “superando tanto la tecnofobia recalcitrante como el fetichismo tecnológico” (Orihuela, 2001, párr.2) Por último señala que es necesario hacer una vasta pedagogía social en el uso y producción de nuevas herramientas tecnológicas.

Castells (2003) menciona también “la era digital”, marcada por el uso masivo de internet. Este autor expresa que la difusión del internet ha sido tan extraordinaria y ha abierto tantos espacios de comunicación que se podría utilizar el término de “Galaxia de internet”, haciendo alusión al término acuñado por McLuhan (s.f), citado por Castells (2003, p.16), de “Galaxia Gutenberg”, con el cual se hace referencia a la inmensa difusión de la imprenta, ya que actualmente, las principales actividades económicas, sociales, políticas y culturales de todo el planeta se están estructurando por medio de internet.

Trejo (2001) por su parte reflexiona en el hecho de que a diario los seres humanos están expuestos a la “Sociedad de la Información”. Planteando que los diez rasgos distintivos de esta sociedad son: exuberancia, omnipresencia, irradiación, velocidad, multilateralidad, interactividad, desigualdad, heterogeneidad, desorientación y ciudadanía pasiva. (párr.4)

Además, afirma que en esta sociedad los medios de comunicación se renuevan constantemente merced a desarrollos como la posibilidad de propagación y acopio de sonidos, textos y vídeo, los cuales son formas de digitalización y almacenamiento de la información. Así para este autor la posibilidad de almacenamiento y la digitalización son el sustento de la nueva revolución informática.

Rosique y Barranquero (2015), explican que la velocidad es el signo que define las sociedades actuales, aspecto al que se ha adecuado el periodismo. Al finalizar el segundo milenio, las herramientas digitales, internet, telefonía móvil, entre otras, permiten acceder a la información de manera instantánea “y hoy las agendas informativas están marcadas por el devenir noticioso de redes sociales como Twitter que se caracterizan por un flujo informativo imparabile, veloz y de formato breve” (Revers, 2014, citado por Rosique y Barranquero, 2015, p. 452).

En respuesta a esta vorágine de inmediatez y velocidad surge la corriente denominada “periodismo lento”, la cual “emerge como reacción a la tendencia dominante a la inmediatez y la primicia y que invita a repensar los tiempos necesarios para producir y consumir una información rigurosa, creativa y de calidad” (p.452). Optando así por la ética “lenta” de la verificación de información y el contenido con sentido.

Fenómeno de internet.

El internet es vital en esta denominada “era de la información”, ya que por medio de él millones de personas tienen acceso a datos de la manera más rápida, económica y eficaz. Esta herramienta satisface las necesidades de comunicación e interacción humanas. Además, día a día se incrementan las herramientas y los servicios que permiten que las personas estén más conectadas.

Echeverría (2000, párr.3) cita a Fox (s.f.), director adjunto del periódico español “La Vanguardia”, quien señala que el fenómeno internet es el paradigma de la sociedad digital. Con ello afirma que internet es el nuevo medio de comunicación, con redes de que conforman un espacio cultural y social, un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo. (párr.3)

Echeverría (2000) añade que las redes de telecomunicaciones no sólo son un medio de comunicación, sino que también es posible ver en ellas un nuevo medio de producción, que se irá mostrando cada vez con mayor claridad, conforme se desarrolle el teletrabajo. Agrega que las interacciones vía web suponen una nueva forma de memoria, debido a que intercambios sociales que anteriormente no dejaban rastro duradero quedan ahora archivados en los discos duros de los ordenadores. (párr.1) De esta forma:

...las redes telemáticas rompen estrictamente con la noción clásica de territorio. Por todo ello, es conveniente analizar cuidadosamente la estructura de internet, así como el nuevo espacio social que la red crea, antes de afrontar el problema del periodismo electrónico (párr.2).

Falla (2009), explica que la revolución digital se centra alrededor de internet, ya que paulatinamente la red se ha convertido en un instrumento que nadie puede pasar por alto. La relación entre computadores y redes comunicativas transforma la manera en que las personas se informan y comunican, las actividades económicas y hábitos de consumo. (p. 120)

Internet está cambiando casi todo aquello que se hace y produce. “En la nueva economía, de forma creciente, la información, la comunicación y todas las formas de transacción humanas están volviendo digitales, reducidas a bites almacenados en ordenadores que se mueven a la velocidad de la luz” (Tapscott 2000, citado por Falla, (2009) p. 21).

Periodismo digital.

Quim (1999), afirma que la información recibida día a día por los medios electrónicos es llamada por muchos “periodismo digital”, argumentando que la definición de “periodismo digital”, “es mucho más compleja y no sólo por la poca concreción del término "digital" y debido a que el propio concepto de "periodista" viene discutiéndose desde hace décadas, especialmente desde la implantación masiva de la radio y la televisión” (párr.1).

Casciari (2006) explica que hace más de 20 años era difícil pensar en la posibilidad de que alguien lograra comunicarse de manera móvil, sin embargo hoy resulta complicado hacerse la idea contraria, agregando que la comunicación actual es multidireccional y global. (p.7)

Bullón (1999) por su parte, afirma que para el año de 1999 más de 4,000 periódicos en todo el mundo contaban ya con una versión online, de estos algo menos de 2,000 se encontraban en Estados Unidos. Concluye que los medios de comunicación, dentro de poco tiempo necesitarán nuevos periodistas con una mezcla de habilidades tradicionales e innovadoras, que sean capaces de trabajar con textos, fotos, gráficos, audio y vídeo, así como con los componentes de edición multimedia. (párr.5)

Hace un llamado al uso adecuado del internet y al aprendizaje de nuevas tecnologías. Por supuesto, saber estructurar una crónica o un reportaje, separar información y opinión, sigue siendo lo más importante, pero la estructura tiende a cambiar, señala.

Además este autor, se enfoca en que la lectura on-line no es lineal; sino un proceso de reconstrucción. Mientras el lector de periódicos puede cambiar de página raramente pierde su fidelidad, el lector on-line siente a cada minuto la tentación de huir por medio de la red si el artículo no ha sabido captar su interés. Finalmente concluye, señalando que por esto, los futuros periodistas deberían aprender más sobre la naturaleza de los recursos tecnológicos a su alcance (Bullón, 1999, párr. 6).

Sánchez, (2008) señala que con la aparición de los periódicos en línea se empieza a manejar el término de “periodismo digital”, generando la duda de si esa sería una nueva forma de hacer periodismo. Afirmando, que durante el siglo pasado las telecomunicaciones en el mundo cambiaron de forma crucial. (p.67)

El Internet revolucionó la dinámica de los medios de información masiva que conjuga las ventajas de la televisión, la radio y la prensa tradicionales. Sánchez (2008), aborda su concepto de periodista digital tomando como referencia el postulado de Gil (1999) quien afirma que existe una diferencia real sobre el periodista digital y el periodista electrónico, que no es sólo cuestión de la forma sino también del fondo de la comunicación. (p.68)

El periodismo digital, le recuerda al periodista el origen del periodismo como tal, la búsqueda de la verdad, la investigación exhaustiva, transmitir los mensajes y realizar análisis. Concluye señalando que por medio del periodismo digital se habla de una cuarta etapa denominada la del “periodismo global”.

Casciari (2006), intenta comprender a cabalidad, qué es el periodismo digital y llega a la conclusión de que este es como un enorme rompecabezas de aficionados con teléfonos, cámaras y un espacio en línea. Desde esta visión el autor fantasea con el nacimiento de un “testigo directo sin la intermediación de una empresa de noticias (ni tradicional ni confidencial), lo que está ocurriendo en aquel barrio bombardeado, en el avión a punto de estrellarse, en este mundial de fútbol, en el concierto” (p.180).

Corresponsales anónimos que comuniquen en tiempo real lo que sucede frente a ellos. Concluyendo que el periodismo digital no es una cuestión profesional, es más una cuestión de tendencias y recursos.

Albornoz (2006, p. 21), explica que existe una tendencia en la cual disminuye el número de lectores “en papel” y aumentan los lectores vía web. Por medio de un análisis comparativo entre los sitios web de los diarios El Mundo.es (España), Clarín.com (Argentina), Reforma.com (México), ElPaís.es (España), Abc.es (España) y LaNación.com (Argentina), realiza una categorización en la cual destaca cuatro aspectos básicos del diario digital, contenidos (información-noticia, información-servicio, información-ocio, información institucional), servicios (adaptación de los contenidos a las demandas/necesidades de los lectores; recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos; servicios comerciales), áreas de participación de lectores, y recursos audiovisuales y multimedia, e hipervínculos (audio, vídeo y gráficos animados; enlaces con otros sitios web) (Albornoz, 2006, p.22).

Además este autor expresa en repetidas ocasiones su preocupación por el hecho de que la frontera entre el contenido periodístico y el publicitario, es cada vez más difícil de establecer, debido a la diversidad de fuentes de financiación vía web, publicidad, contenidos de pago, comercio electrónico, desarrollo de material para dispositivos móviles.

Características del periodismo digital

La web implica un cambio tanto tecnológico como conceptual el cual altera la manera de aprehender el mundo. “Tanto así que se considera que la escritura lineal y textual está siendo progresivamente sustituida por un nuevo modo basado en los tres principios fundadores de internet postulados por Pélissier (2001), citado por Falla (2009, p.28) que son:

- **Multimedialidad:** Permite integrar en un mismo soporte formatos como texto, audio, vídeo, gráficos, animaciones.
- **Hipertextualidad:** Es una forma multidireccional de acceder a la información por medio de links.
- **Interactividad:** La audiencia es también usuaria.

La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad caracterizan el periodismo en línea y lo diferencia de las formas anteriores de hacer periodismo, permitiéndole generar productos inalcanzables para el periodismo impreso, radial o televisivo (Falla, 2009, p.28)

Es así que la interconexión mediática, producto de los cambios en el periodismo tradicional ha producido la configuración de un lenguaje diferente para los medios cibernéticos, el cual pasa por incluir sobre todo, novedosos ingredientes para el periodismo, que serían la multimedialidad, la hipertextualidad e la interactividad. Tanto así que la prensa, la radio y la televisión nacional no han logrado hasta ahora difundir informaciones hipertextuales, multimediáticas e interactivas (Falla, 2009, p.28).

Elementos del diario digital.

Interactividad.

La interactividad específicamente en el ámbito periodístico es entendida como “el fomento de la participación del lector en determinados servicios ofrecidos por el periódico” (Pérez, 2003, p. 67), centrándose en el contacto del medio con los usuarios. Rost (2006) a su vez entiende la interactividad en un sentido amplio como:

...la capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos (lo que llamamos Interactividad Selectiva) como posibilidades de expresión y comunicación (que denominamos Interactividad Comunicativa)” (p.151).

Para Bertolotti, (2001, p.30) la característica distintiva de la interactividad en los “mass media”, es que esta posibilita que la comunicación sea de tipo “dialógica”, es decir, que el flujo de información se pueda establecer de manera multidireccional.

Es así que el concepto de interactividad se asocia a la participación de los usuarios en los procesos comunicativos, lo cual incide en el discurso público, debido a que rompe el flujo tradicional de comunicación unilateral y vertical que tradicionalmente ha caracterizado a los medios impresos. Sin embargo, Rost (2001), citado por Rost (2006), explica que:

...a pesar de las nuevas vías de participación que se abren para los lectores (foros, chats, encuestas, correo con editores, cartas de lectores, noticias más

leídas), el periódico digital se reserva siempre el control de los momentos clave en la producción de contenidos” (p.241).

El periódico digital, permite el vínculo más eficaz entre lectores y creadores de contenido, entre usuarios y usuarios, entre usuarios y personas invitadas a los medios. Este tipo de comunicación existía de una manera incipiente con las cartas de los lectores o llamadas telefónicas de los lectores a los funcionarios de los diarios impresos, esta comunicación se caracterizaba por ser unidireccional y en muchas ocasiones con dificultades para que los lectores obtuvieran respuestas.

Es así que un periódico digital correctamente estructurado, se convertiría en un espacio de comunicación rápido, cómodo y eficaz. Facilitando conocer el tipo de noticias que interesan más al lector y qué aspectos del medio digital no les son agradables. Como explica Luque y Perea (1998), “Los lectores, como resultado de esta interactividad, comienzan a considerarse miembros de la cibercomunidad que se crea en torno al servicio informativo online” (p.5). La interactividad en el diario digital podría asimismo crear diferentes entornos de interacción como son:

- 1) De uno a muchos: Un productor se dirige a una cantidad inespecífica de receptores, esta es la modalidad que adquieren la mayoría de las interacciones, es el punto en el que el diario digital se asemeja al impreso, con la diferencia de que el entorno web facilita el diálogo. Ejemplo de este tipo de interacción son las noticias generales de periodismo digital y las cartas a lectores dirigidas a públicos inespecíficos (Rost, 2006, p.242).
- 2) De uno a uno: Un emisor se dirige a un receptor específico. Ejemplo de esto son las comunicaciones entre usuarios, entre usuarios y periodistas, entre fuentes y periodistas e incluso entre el protagonista de una noticia y el lector (Rost, 2006, p. 242).

Esta modalidad se subdivide en cuatro posibilidades, a) el contenido se realiza y es conocido solamente por los interactuantes, b) el contenido del intercambio no se hace público inmediatamente, pero desencadena una noticia que sí adquiere relevancia pública, c) el intercambio se realiza de forma personalizada, ejemplo de esto son los chat (con un número variable de interactuantes), en un contexto propuesto por el medio, al que pueden acceder otros receptores que leen la charla sin participar activamente, d) de muchos a muchos, en este caso hay varios emisores

actuando al mismo tiempo, en vías diferentes de visibilidad e intervención en el diálogo y un número inexacto de receptores. Ejemplo de esto son los foros y las entrevistas en línea (Rost, 2006, p.242).

Interactividad selectiva.

Interactividad selectiva es un término acuñado por Rost (2006, p.151), el cual implica la interacción del usuario con la información dispuesta por el diario digital, el usuario elige a qué tipo de contenidos se expone y cuándo. En este caso el consumidor del diario es un receptor activo de información, controlando la dinámica de la comunicación

Esta interactividad se refiere a la relación que establece el lector con los contenidos del medio web. El medio le presenta al usuario una variedad de opciones predeterminadas para seleccionar.

Esta capacidad de selección se da sobre una lista de contenidos predeterminados que ofrece el medio, el grado de interactividad se ve influenciado por factores como la extensión de la lista de contenidos (a más ofertas más interactividad), la pertinencia de las opciones de la lista, ya que en la medida en que esas opciones respondan a las necesidades de los usuarios, será mayor el grado de interactividad selectiva (Rost, 2006, 151).

Esta interactividad permite que el usuario provoque a su antojo modificaciones en textos, gráficos, desplace objetos, solicite búsquedas, ejecute vídeos. El hipertexto es la herramienta por excelencia que tienen los medios para crear opciones de interactividad selectiva. Tanto el hipertexto como los sistemas de búsqueda permiten al usuario profundizar en la documentación

Interactividad comunicativa.

“Interactividad comunicativa”, es un concepto acuñado por Rost (2006), este término alude:

... a las distintas posibilidades de expresión y comunicación que tienen los lectores con los periodistas del medio, con otros lectores y con personajes de la actualidad (por medio de foros, chats, correo electrónico con los editores, etc.). El lector es aquí productor de contenidos (p.151).

La diferencia de este tipo de interactividad radica en el hecho de que el usuario se convierte en productor de contenidos, por medio de la expresión de opiniones y la comunicación con personas por medio de foros, entrevistas, cartas de lectores, encuestas, chats, entre otros.

Lo cual crea espacios de comunicación eficaces y dinámicos entre usuarios y creadores de contenido, entre usuarios y otros usuarios, anunciantes y usuarios, entre otras. Estos espacios decantan en la creación de “comunidades virtuales”, las cuales son nuevos “espacios de producción simbólica colectiva de mundos representados y compartidos” (Rost, 2006, p.200).

Esta interactividad puede darse de forma “sincrónica” (entrevistas en línea) o “asincrónica” (cartas de lectores, correos...). La forma “sincrónica” hace referencia al contacto e interacción en tiempo real, en este tipo de interacciones se utilizan los textos cortos. La interacción diacrónica se caracteriza por la expresión individual, los mensajes tienden a ser más largos y conllevan un mayor proceso de reflexión (Rost, 2006, p.158).

Interactividad selectiva e interactividad comunicativa.

Según Rost, (2006, 235) para realizar un mejor análisis de ambos tipo de interactividad es necesario tomar en cuenta en ambas factores como:

- Grado de elaboración de los contenidos: Corresponde a la lista de opciones interactivas presente en el sitio web. En las cuales puede participar activamente, como en encuestas, foros; o participan sin conocimiento explícito de esta participación, como en el ranking de noticias más visitadas.
- Grado de trascendencia pública: Se refiere al grado de visibilidad que puedan tener los contenidos aportados por el usuario, esta visibilidad varía según aspectos como la ubicación del aporte del lector en la ventana web y el tiempo que se mantiene expuesta al público.
- Integración de contenidos: Alude a la integración de los contenidos creados por los usuarios, con los contenidos del medio.
- Rol del usuario: Mayor será el grado de interactividad del medio cuando el lector pueda ocupar los distintos roles que juegan los periodistas y “...tenga un menú de opciones que le permita un buen grado de elaboración de contenidos, con trascendencia pública y que estén perfectamente integrados a los contenidos de actualidad que circulan en el medio” (Rost, 2006, p. 235).

Hipertexto.

Pérez (2003) explica que el hipertexto corresponde a una estructura textual que permite “organizar y acceder a la información, basada en una tecnología [la informática] que ofrece la posibilidad de interconectar elementos textuales por medio de enlaces electrónicos. Estos pueden ser documentos independientes (nodos) o secuencias diferentes del mismo documento” (p.7). El hipertexto otorga una estructura organizativa a los textos, brinda acceso a mayor información por medio de enlaces hipertextuales que conectan bloques de contenido.

Multimedialidad.

La multimedialidad es considerada por Rost (2006), como la expresión perfecta del hipertexto y es definida por Pérez (2003), como la “la posibilidad de agrupar datos de todos los formatos (texto, imágenes fijas o en movimiento, secuencias sonoras o visuales...), traducidas a un lenguaje digital y que son visualizadas bajo un mismo soporte, en este caso el ordenador” (p.119).

Por medio de la multimedialidad el periodismo digital tiene la posibilidad de crear contenidos utilizando gran variedad de códigos, como texto, audio, fotografía, infografías animadas, dibujos interactivos. La multimedialidad genera un componente lúdico muy importante, permitiendo la exploración, animando al lector a aventurarse a “clickear” y observar qué sucede. Como explica Friedlander (1997) “Esta tecnología invita a prestar atención al proceso, disfrutar del viaje más que de la meta” (citado por Rost, 2006, p.154).

Documentación ilimitada.

Para Rost (2006), esta propiedad se basa en “la ausencia de límites de espacio y de tiempo en la acumulación y disposición de la información” (p.155). El medio impreso posee un espacio limitado, lo cual genera una enérgica selección de los contenidos por imprimir, la web en cambio carece de límites de espacio, brindando la oportunidad de almacenar toda la información que se desee. Para Rost (2006, p.155) la documentación vía web se divide en:

- Almacenamiento de textos en bruto

- Acceso al archivo y bases de datos del medio por medio de enlaces hipertextuales en cada noticia, hemerotecas online y buscadores (Rost, 2006, p.155).

Es así que los diarios digitales podrían ofrecer al usuario fuentes y escritos originales, sin procesar periodísticamente, de interés para usuarios especializados. Esta capacidad de almacenamiento permite que el diario ponga a disposición del usuario el acceso a distintas bases de datos y archivos. Es así que el diario digital:

...puede ofrecer enlaces a noticias anteriores publicadas por el periódico, a grandes reportajes especialmente creados para el hecho noticioso en cuestión, a bases de datos en la red, a las bases de datos multimedia disponibles en el servicio informativo y a artículos especialmente escritos para mejorar la comprensión del evento”. (Rost, 2006, p.56).

Existen tres tipos diferentes de buscadores, como explica Rost (2006) “algunos medios permiten acceder a cada ejemplar en forma completa; otros tienen buscadores para recuperar información específica y un tercer grupo combina ambas modalidades” (p. 157), estos buscadores permiten un acceso ágil a la información almacenada.

Actualidad múltiple.

“La actualidad múltiple implica que el medio ofrece al mismo tiempo un menú de contenidos con diversas temporalidades internas” (Rost, 2006), esta lista de contenidos se encuentra en distintas temporalidades internas, de actualidad reciente, actualidad sincrónica, actualidad prolongada, actualidad permanente y no actualidad. (p.158)

Actualidad reciente.

Esta actualidad corresponde a los hechos “que se conocen a lo largo del día y que son renovados en forma constante o, como mucho, al día siguiente” (Rost, 2006), los contenidos de este tipo de actualidad constituyen casi la totalidad de los contenidos del diario digital. Esta característica se relaciona con la tendencia de que las noticias de último momento ocupen los primeros lugares en la ventana principal. (p.158) Esta se divide en dos:

- La actualidad diaria: La cual corresponde a las notas y secciones creadas para ese día.
- La de último momento: Acontecimientos relevantes, que acaecieron recientemente.

Actualidad sincrónica.

Alude a los “hechos que están siendo difundidos en tiempo real” (Rost, 2006), las transmisiones en vivo son características de este tipo de actualidad, generalmente estas transmisiones se colocan en la página principal del medio y en un lugar prioritario, de fácil acceso. Posterior a la transmisión son editadas y colocadas entre los contenidos. (p.158)

Actualidad prolongada.

Se refiere a hechos que “tienen elementos que se prolongan en el tiempo y por lo tanto pueden permanecer entre los contenidos del medio” (Rost, 2006). Las “noticias anteriores” y los “especiales” son espacios característicos de este tipo de actualidad, ya que en estos espacios las notas tienden a ser más elaboradas, tocando temas que tienen vigencia durante un tiempo determinado, como campañas electorales o procesos judiciales. (p.158)

Actualidad permanente.

Hace referencia a “hechos que son siempre de interés para el público y están presentes en secciones especiales” (Rost, 2006, p.158). La información de actualidad permanente no tiene un período definido de vencimiento, generalmente el diario digital tiene un espacio dedicado a estas notas, se caracterizan por ser grandes reportajes que merecen una cobertura amplia y profunda.

No actualidad.

Rost (2006), explica que esta actualidad se relaciona con “hechos que ni siquiera tienen que ver con este presente social de referencia que es la actualidad pero a los que el lector accede por medio de buscadores y hemerotecas online” (p.158).

Personalización.

Para Quirós (2011), la personalización es la “cibercaracterística” que permite a un usuario consumir contenidos digitales a su manera” (p. 176), esta autora explica que es necesario que el diario digital ofrezca todas las plataformas de distribución

disponibles “para que el usuario pueda escoger cuándo y por cuál vía consumirá la información que le interesa, además, debe ofrecerle la posibilidad de que el usuario seleccione su menú informativo de acuerdo con sus intereses temáticos” (p.176).

Esta propiedad implica que el diario se ajuste a los intereses, expectativas y necesidades del usuario. El usuario desde esta óptica debería poder decidir sobre los contenidos a los que desea exponerse y cómo estos deben estar presentados. Rost (2006), distingue las siguientes opciones de personalización presentes en diarios digitales:

- Recibir noticias por correo: El diario envía al usuario que así lo desee, un resumen de las noticias que presenta en su versión digital, algunos medios permiten elegir las secciones y suplementos específicos de interés del usuario.
- Sindicación de contenidos: Es similar a la opción anterior, sin embargo la información en esta modalidad es enviada a una aplicación de lector de noticias, que permite almacenar y administrar grandes cantidades de datos.
- Imprimir y enviar por correo una noticia: Gran cantidad de medios permiten el acceso del usuario a una versión de impresión sencilla y permiten recomendar su lectura a otra persona enviándola por correo electrónico.
- Alertas: El usuario al solicitar este servicio recibe en su correo un recordatorio de noticias o eventos, incluso alertas con breves noticias de último momento. El tipo de evento a recordar es seleccionado por el usuario. En ocasiones el medio digital también permite crear una agenda personal con el registro de los eventos tareas y contactos del usuario.
- Páginas a la carta: Algunos diarios digitales permiten la modificación del aspecto visual y los contenidos que se muestran en sus páginas, principalmente la ventana de inicio. Es posible seleccionar páginas sin contenido multimedia, con sólo texto, la posibilidad de abrir páginas importantes por medio de contraseñas, agrandar o achicar el tamaño de la letra y organizar el texto en la cantidad de columnas deseada, incluso diarios digitales han lanzado alternativas “sin barreras”, las cuales son versiones del sitio especialmente diseñadas para personas con discapacidad visual. (p. 161)

Lenguaje.

El lenguaje es definido por Sapir (2010.) como un “método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada” (p.3). El lenguaje en el ámbito periodístico debería ser comprensible al usuario, conciso, fluido, ágil, deber captar el interés del lector y retenerlo, este se divide en:

Lenguaje informal.

“El lenguaje utilizado en los canales de comunicación se ha vuelto más informal, mediante un periodismo breve, este tipo de lenguaje se utiliza para generar cercanía con el espectador y de esta forma adquirir su confianza” (Sánchez, 2017, p. 7).

Lenguaje especializado.

“En muchos casos el lenguaje especializado se utiliza en noticias informativas, con palabras que dependen del tema del que se trate, es un lenguaje que busca informar, no es informal y utiliza términos específicos” (Sánchez ,2017, p. 7).

Lenguaje inclusivo humanizado.

Este es un lenguaje de respeto verbal, no es muy utilizado en los medios de comunicación, permite mediante la elaboración de una comunicación clara y organizada, incluir a los géneros en la confección lingüística, además de presentar una recepción del lenguaje más humanizado. A la vez, incluye el respeto a las libertades personales, así como el respeto a la diversidad en todas sus manifestaciones (Sánchez ,2017, p. 7)

Número de visitas.

“Una visita es cada vez que un visitante llega a tu sitio desde una fuente de referencia fuera de tu dominio Web”. (¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.2)

Visitantes.

Un visitante es alguien que visita tu sitio. Se monitorea a un visitante por medio de la cookie colocada en el navegador por el código de monitoreo instalado en tu sitio (¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.1)

Estilo informativo.

“Este tipo de estilo busca informar a usuarios otorgando datos de forma objetiva, clara, concisa, mediante la utilización de verbos y con una audiencia muy concreta. Es el estilo más utilizado en las noticias” (Sánchez, 2017, p. 6).

Estilo interpretativo.

“En los sitios web el estilo interpretativo se vuelve menos recurrente y con un enfoque basado en el hipertexto, por lo que toda la información queda fragmentada en hipervínculos. Este estilo es riguroso y al mismo tiempo requiere más tiempo y esfuerzo” (Sánchez ,2017, p. 6).

Estilo explicativo.

Este estilo es nuevo en el periodismo, se compone de un lenguaje más llano, informal, directo cercano y fácil de comprender por las audiencias, se enfoca más en los públicos jóvenes y se compone mediante el uso de datos para explicar la actualidad y las noticias con elementos más interactivos, infografías y gráficos visualmente atractivos donde desarrolladores gráficos y periodistas trabajan en conjunto con más fuerza (Sánchez ,2017, p. 6).

Periodista digital.

Quim (1999), explica que el Diario “El País” (España) abre el espacio “Yo periodista digital”, en el que otorga espacio a cualquier persona que tenga una noticia y sea capaz de contarla, creando un espacio de información. Convirtiéndose en el primer medio español en abrir sitios de este tipo. En base a esta experiencia el autor argumenta que el componente que diferencia al periodista de otros profesionales de la comunicación, es su responsabilidad social. (párr.2)

Menciona que la digitalización de los medios de comunicación convencionales “convierte automáticamente a los periodistas habituados a las rutinas tradicionales en periodistas en red” (párr. 4). Agregando que en muchas ocasiones no es necesario que todos los periodistas cambien sus rutinas tradicionales en aras de convertirse en periodistas en la red, ya que estas rutinas continúan aún vigentes.

Periódicos electrónicos.

Los diarios electrónicos surgen a inicios de los noventa, cuando empresas estadounidenses se aventuran con diferentes opciones digitales. Estados Unidos se convierte en pionero en la utilización de la prensa en línea (Salaverría, 2016, p.23).

Navarro (2001) a su vez define el periódico electrónico como un “producto interactivo y multimedia, integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido; y revolucionará los conceptos básicos del periodismo impreso” (párr.1).

Redes sociales.

Falla (2009) explica que entre los años 2001 y 2002, aparecen los sitios que permiten la interacción y creación de redes de “amigos”. Específicamente en el año 2003, surgen servicios como “Friendster”, “Tribe” y “MySpace” los cuales adquieren popularidad rápidamente (p.23). Estas redes sociales son definidas por Falla (2009) como “...formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad” (p. 23).

Microblogging.

El microblogging consiste en sintetizar en 144 caracteres lo que se desea expresar, Bravo (2007), citado por Falla (2009), afirma que “el microblogging es una aplicación web que permite insertar mensajes reducidos a modo de post de un blog, con un límite de alrededor de 144 caracteres el tamaño aproximado de una página de SMS y con una elevada frecuencia de actualización” (Falla, 2009, p. 24). Existen servicios populares para utilizar el microblogging, entre ellos están “Twitter”, “Jaiku”, “Pownce” y “Mugshot”, los cuales son redes en las que el usuario debe inscribirse.

Servicios de distribución de vídeos.

La distribución de vídeos inicia con el proyecto de “YouTube”, plataforma que es adquirida por Google en el año 2006. La distribución de vídeos es un servicio en Internet que permite a los usuarios “enviar y subir vídeos los cuales pueden ser vistos por medio de su página oficial de servicio. Entre las características más significativas de la distribución de vídeo, se destaca por ser un servicio que surge de la tendencia” (Falla, 2009, p.26).

Periodismo digital en Costa Rica

En el caso específico de Costa Rica, Arce y Morales (2016), realizan un recuento de la evolución de los medios periodísticos en el país, a partir de la introducción de internet. Estos autores exponen que en el año 1990 en el país existían pocos periódicos (todos regionales o locales), solamente siete estaciones de televisión con cobertura nacional y aproximadamente una docena de estaciones de radio. (p.10.2). Para efectos de la presente investigación nos centraremos en la información recabada acerca de los diarios “La Nación” y “La República”.

En los últimos tiempos, las personas han querido más inmediatez en la información, han elegido opciones diferentes a diferencia de los medios tradicionales noticiosos para saciar ese detalle informativo de su importancia.

Costa Rica es un país muy tecnológico, se ha demostrado desde hace pocos años atrás del gran avance en nuevas tendencias, las empresas han buscado estar al día con tecnología de punta, por lo cual los medios de comunicación no podían quedarse sin dar ese paso rumbo a una información más moderna. Hoy en día a las personas no les gusta leer, según Sagot (24 de setiembre del 2009). El costarricense no lee. La Nación. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2009/septiembre/24/opinion21o.0290.html, hoy vivimos en una sociedad donde tenemos más cantinas que bibliotecas o librerías.

Por lo cual, “La República” y “La Nación”, medios pioneros en ingresar a este nuevo mundo de información, Periodismo Digital, han tratado de buscar formas no solo con texto para atraer a los informados, sino técnicas para hacer que las personas utilicen sus web dentro de la inmediatez en que ocurra la información. La opción de la construcción de buenos titulares, viene a darle que las personas les interese la noticia en el momento que ocurra, además que ese titular sea el generador de una comunicación unilateral en la que no hay interacción.

Por lo cual el Periodismo Digital se ha manejado en sus inicios con el Periodismo Tradicional, donde se cometía el error de utilizar fuentes que no aportaban veracidad exacta de la información. Por eso la importancia en esa inmediatez hace que debamos para lograr un objetivo bueno en comunicación que nuestra fuente sustente de forma correcta la noticia en la veracidad que el público digital busca. Recordemos que (Briggs, 2007) “... si usted trasciende la retórica encontrará oportunidades sin precedentes para hacer mejor periodismo abrazando la tecnología”. (p.51)

CAPITULO III

Marco Metodológico

Enfoque de la Investigación

Se elige el enfoque cualitativo, ya que éste se adecúa de manera idónea a las preguntas y objetivos de la presente investigación. El enfoque cualitativo es aquel que “postula una concepción fenomenológica, inductiva, orientada al proceso. Busca descubrir o generar teoría. Pone énfasis en la profundidad y sus análisis” (Barrantes, 2009, p.71).

Algunas de las principales características que destacan Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 51o.) son: el diseño de la investigación es flexible; lo cual quiere decir, que se construye durante la realización del estudio, además el investigador desde este enfoque tiene una mayor participación con respecto al fenómeno en estudio. Este tipo de investigación se basa en una lógica y proceso inductivo, partiendo de lo particular a lo general, descubriendo, construyendo e interpretando de manera sistemática la realidad.

Barrantes (2009) expresa que desde este enfoque el trabajo de campo se caracteriza por una participación intensa, donde se da una interacción con los participantes, el registro de la información es detallado y su análisis minucioso, desarrollando preguntas a lo largo del proceso de análisis y recolección de la información, recabando “datos expresados por medio del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula” (p.9).

El investigador se centra en la vivencia y subjetividad de los participantes, Patton (2011) citado Hernández, et al. (201o.); explica que los datos cualitativos son descripciones de situaciones, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. Agregando que este enfoque permite “examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (p.9)

Este trabajo busca “Analizar el grado de concordancia entre el uso, utilidad, del periodismo digital con la innovación y formación de las y los colaboradores de “La República” y “La Nación”, este objetivo solamente logrará ser abarcado, escuchando y examinando la forma en que los individuos se relacionan con las nuevas tecnologías, indagando en su percepción acerca de los medios digitales, acercándonos a su conocimiento y eficacia para manejarse en el mundo actual, para lo cual resulta idóneo este enfoque.

Método de la Investigación

Para la presente investigación se utilizará el método inductivo ya que este permite la creación de leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado (Dávila, 2006).

Este método es ideal ya que “el enfoque cualitativo es inductivo” (Hernández, et al., 2010., p.358), resultando útil para conocer con mayor profundidad el “terreno que estamos pisando”. (Hernández, et al., 2010., p. 358). Este proceso inductivo se relaciona de manera estrecha con la lógica de las investigaciones cualitativas, ya que permite explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas.

Metodología.

Análisis de contenido (Apéndice A).

1. En primer lugar se realizará una suscripción a cada uno de los diarios, ya que estos en su versión gratuita presentan información limitada.
2. Se recolectarán los diarios digitales de la “La Nación” y “La República” del 1° de cada mes del año 2017, desde enero hasta diciembre.
3. Se realiza un análisis de contenido de la página de búsqueda y de una noticia de cada mes, analizando aspectos como interactividad, hipertextualidad, personalización, entre otros.

Entrevista (Apéndice B).

1. Se realizará un contacto inicial con los participantes solicitando una cita, de estar de acuerdo, concertar la entrevista.
2. Se explicará acerca del proceso de la entrevista, la naturaleza del trabajo y sus objetivos, se entregará el consentimiento informado antes de iniciar las entrevistas.

3. Se entrevistará a cada participante el día y hora acordados, se explicará que no hay respuestas ni buenas ni malas, que todo lo que diga enriquecerá la investigación, además se le solicitará permiso para ser grabado en audio durante la entrevista. Las entrevistas tendrán una duración variable, si al finalizar el tiempo establecido no se han abarcado la totalidad de los temas, se concretará otra sesión para completar la información.
4. Finalizadas las entrevistas, se procederá a realizar la transcripción y análisis de las mismas.

Criterio de inclusión de participantes para la entrevista

- Laborar en el diario “La Nación”
- Laborar en el diario “La República”

Sondeo (Apéndice C).

1. Se creará un cuestionario con preguntas abiertas atinentes al tema, por medio de la herramienta de “Formularios de Google”.
2. Esta herramienta permitirá compartir un enlace con personas por medio de correo electrónico y redes sociales, con el fin de que estas llenen el cuestionario.
3. Se utilizará una muestra no probabilística de 10.0 personas.
4. Se procederá al análisis de las respuestas recabadas.

Criterio de inclusión de participantes para el sondeo

- Tener acceso a internet (correo o redes sociales)
- Haber visitado la página web del diario “La Nación” o “La República”.
- Ser mayor de edad.

Protección de los participantes.

Es importante destacar que el presente estudio toma en cuenta los principios éticos para la realización de la investigación. El consentimiento de los participantes es de suma importancia para alcanzar los resultados deseados. A los participantes se les solicitará permiso para grabar la entrevista.

Alcance de la investigación

La presente investigación tendrá un alcance descriptivo ya que “con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan” (Hernández et al., 2010., p.125).

Este tipo de estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Lo cual permite medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández et al. , 2010., p. 125) Los estudios descriptivos permiten mostrar con precisión las dimensiones de un suceso o situación

Fuentes de información.

- Revisión bibliográfica
- Entrevista estructurada
- Sondeo
- Análisis de contenido

Tabla 2. Variables o unidades de análisis.

Objetivo	Variable	Variable conceptual	Variable operacional	Variable instrumental
Estimar el conocimiento que poseen las direcciones de los medios: “La República”, “La Nación”, con respecto al periodismo digital.	Conocimiento en periodismo digital	Modalidad del periodismo que tiene a internet como entorno principal de desarrollo, así como a las redes y dispositivos digitales en general como sus medios auxiliares.	-Definición -Periodismo digital -Periódicos -Medios	Entrevista Preguntas de la 1 a la 5 Análisis de Contenido

Identificar los principales recursos tecnológicos utilizados por los comunicadores de los medios: “La República” y “La Nación” en el área de periodismo digital.	Identificar recursos propios del periodismo digital	Facultad del ser humano para comprender por medio de la razón	-Conocimientos -Programas -Ventajas -Desventajas -Retos -Capacitación	Entrevista Preguntas de la 6 a la 10.
Establecer las características del periodismo digital de los medios: “La República” y “La Nación”.	Establecer características del periodismo digital	Diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones	.recursos -hipertexto -interactividad -rentabilidad -multimedialidad -Información -Periodismo digital -Opinión -Expectativas -Estructura -Forma -Cambios -Permanencia -Secciones	Entrevista Preguntas de la 11 a la 14 Sondeo

Nota: Elaboración propia

Instrumentos.

Análisis de contenido.

Se realizará la recolección de los diarios digitales de la “La Nación” y “La República”, del 1º. de cada mes del año 2017, desde enero hasta diciembre, ya que se pretende obtener la información más actualizada de un año completo de noticias digitales, siendo el año 2017, el año más próximo a la realización de esta investigación.

Se realizará un análisis de contenido de la página principal del diario del día requerido y un análisis de una noticia de cada mes. Estas noticias se tomarán de manera aleatoria con el fin de analizar si existen cambios significativos en la dinámica digital

dependiendo de la sección del diario elegida y del tipo de noticia. Este análisis se enfocará en aspectos como interactividad, hipertextualidad, personalización, entre otros. El análisis de contenido es definido como:

...una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados..., u otra forma diferente donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, vídeos,... el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social (Abela, 2002, p.2) .

Para Abela, (2002), el análisis de contenido “como instrumento de recogida de información” (p.2), debe realizarse siguiendo el método científico, realizando una lectura “sistemática, objetiva, replicable, y valida” (Abela, 2002, p.2).

Entrevista estructurada.

Asimismo se utilizará la entrevista estructurada ya que según (Hernández, et al., 2010.), en este tipo de entrevistas, “...el entrevistador realiza su labor basándose en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué ítems se preguntarán y en qué orden) (p.460). Dado que esta dinámica permite abordar el tema específico de interés, intentando salirse de este al mínimo Esto permite profundización en el tema de estudio. Con este objetivo se utilizó una “muestra de expertos” (Hernández, et al., 2010., p. 358), consultando a seis profesionales en periodismo del país.

Tabla 3. Personas entrevistadas

Medio	Nombre	Profesión	Fecha de entrevista
Diario “La República”	Johnny Castro	Gerente Comunicación	19/1/2018
Diario “La República”	Javier Carvajal	Periodista	16/02/2018
Diario “La República”	Walter Herrera	Director de la sección de deportes	16/02/2018
Diario “ La Nación”	Arnoldo Rivera	Experiodista, Revista puro deporte	19/02/2018
Diario “ La Nación”	José Pablo Alfaro	Director “Puro deporte”	22/02/2018
Diario “ La Nación”	Juan Diego Villareal	Periodista “Puro deporte”	21/02/2018

Nota: Elaboración propia

Sondeo.

Se realizará un sondeo vía web, para Vélez (2014), “...todo sondeo es una investigación, en la mayoría de los casos, una investigación social. El sondeo investiga acerca de un aspecto de la realidad social, como las opiniones de ciertas personas, o los ingresos de un grupo familiar u hogar” (p. 7). Estos sondeos permiten acceder a opiniones y actitudes medidas a partir de preguntas “expresadas en las denominadas escalas para la medición o registro de las actitudes de las personas” (Vélez, 2014, p. 21).

Para realizar este sondeo se utilizarán cuestionarios enfocados en el tema del periodismo digital en Costa Rica, específicamente en los diarios “La República” y “La Nación”. Con este fin se utilizará la herramienta denominada “Formularios de Google” (**Apéndice C**), la cual permite compartir el formulario por medio de correo electrónico y redes sociales.

Para este sondeo se utilizará una muestra no probabilística de 10.0 personas, en este tipo de muestra “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador”, (Hernández et al, 2010., p.176) En este caso la muestra es no probabilista, ya que los participantes del sondeo deben ser mayores de 18 años, tener acceso a internet y haber ingresado alguna vez a las páginas web de “La Nación” y “La República”.

Proceso para la recolección de datos

En primer lugar se realizará una revisión bibliográfica, la cual supone hacer una investigación documental, resumir volúmenes de información procedente de fuentes variadas,

...establecer relaciones intertextuales, comparar las diferentes posturas frente a un problema y, finalmente, escribir un texto coherente que sintetice los resultados y las conclusiones, y que debe pasar por varias revisiones y correcciones, antes de llegar a su versión definitiva (Behar, 2008, p.1).

En base a esta revisión se definirá una batería de preguntas, las cuales fungirán como base de la entrevista estructurada. Posteriormente, se realizará un sondeo con preguntas abiertas atinentes al tema basadas tanto en la revisión bibliográfica como en la entrevista, creado por medio de la herramienta de “Formularios de Google”. Esta

herramienta permitirá compartir un enlace con personas por medio de correo electrónico y redes sociales, con el fin de que contesten. Y, por último, se procederá al análisis de las respuestas recabadas.

Por medio la revisión bibliográfica también se realizará un análisis de contenido, para esto en primer lugar se concretará una suscripción a cada uno de los diarios digitales en estudio, ya que estos en su versión gratuita presentan información limitada. Posteriormente se recolectarán los diarios digitales de la “La Nación” y “La República” del 1º. de cada mes del año 2017, desde enero hasta diciembre. Como último punto se realizará un análisis de contenido analizando aspectos como interactividad, interactividad selectiva, interactividad comunicativa, hipertexto, entre otros.

Método de Análisis

Análisis de contenido

Para realizar el análisis de contenido se observará la presencia o ausencia de las siguientes características del medio digital: interactividad, interactividad selectiva, hipertexto, interactividad comunicativa, multimedialidad, documentación ilimitada, actualidad múltiple, actualidad reciente, actualidad prolongada, actualidad permanente, no actualidad, personalización, lenguaje, visitas, visitantes y estilo.

Análisis de entrevistas

Las entrevistas realizadas se analizarán por medio del método denominado “fenomenología empírica”, sistema que permite la sistematización y análisis de las perspectivas de los participantes. Específicamente “se explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno (categorías que comparten en relación a éste)” (Hernández et al., 2010., p.493).

Es así que el método fenomenológico trabaja directamente con las declaraciones e información suministrada por los participantes, buscando encontrar la esencia de la experiencia compartida. Para Creswell (2013b) y Wertz *et al.* (2011) citados por Hernández et al., (2010., p.494), los procedimientos básicos de este sistema incluyen:

- Determinar y definir el problema o fenómeno a estudiar

- Recopilar los datos sobre las experiencias de diversos participantes con respecto al mismo
- Analizar los comportamientos y narrativas personales para tener un panorama general de las experiencias
- Identificar las unidades de significado y generar categorías, temas y patrones, detectando citas o unidades clave.
- Elaborar una descripción genérica de las experiencias y su estructura
- Desarrollar una narrativa que combina las descripciones y la estructura a fin de transmitir la esencia de la experiencia en cuanto al fenómeno estudiado (categorías, temas y elementos comunes: ¿qué cuestiones comparten las narrativas?) y las diferentes apreciaciones, valoraciones u opiniones sobre éste (categorías y elementos distintos: ¿en qué cuestiones difieren las múltiples narrativas de las experiencias?) (Hernández et al., 2010., p. 494).

El método fenomenológico permitirá comprender la experiencia de seis periodistas, con respecto a los diarios digitales en el país, tres del diario “La Nación” y tres del diario “La República”.

Pasos

En primer término se extraerán los temas comunes a todas las entrevistas, lo cual quiere decir que es información existente en las representaciones de estas personas, relacionada directamente con el periodismo digital, esto con la finalidad de que se cumpla la característica base del método fenomenológico –encontrar la esencia de la experiencia compartida- (Hernández *et al.*, 2010., p. 493).

Este paso permitirá “identificar las unidades de significado y generar categorías, temas y patrones, detectando citas o unidades clave” (Hernández, et al., 2010., p. 494). Por medio de la revisión exhaustiva de las entrevistas se rescataron 10. temas que están presentes en la narración de todos los sujetos entrevistados y se seleccionaron las frases alusivas a ese tema, con la finalidad de posteriormente, crear una “narrativa que combina las descripciones y la estructura a fin de transmitir la esencia de la experiencia en cuanto al fenómeno estudiado” (Hernández et al., 2010., p. 494).

Análisis de sondeo.

Se revisarán de manera exhaustiva las respuestas del sondeo, con el fin de captar cuáles son las respuestas que se repiten, determinar tendencias y crear una narrativa en base a ellas. La herramienta nos permitirá de forma clara, llegar a poder analizar la percepción de las personas que ven estos medios, cual es su resultado, positivo o negativo del trabajo que se realiza para el desarrollo de la información. Una medición muy exacta de un criterio de las personas que día a día necesitan informarse y buscan los medios de esta forma.

Tabla 4. Cronograma

Actividades	Periodo 2018																							
	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
	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 capítulo I y II	X																							
Corrección de capítulo I y II		X																						
Entrega del capítulo III			X																					
Realización de guía de entrevista			X																					
Realización de preguntas para sondeo			X																					
Corrección del capítulo III				X																				
Revisión del capítulo I y II				X																				
Aplicación de entrevistas					X	X		X																
Creación de sondeo					X																			
Aplicación del sondeo					X	X	X	X	X															
Creación del cuadro de categorías de análisis							X																	
Entrega del capítulo IV								X																
Entrega de capítulos V y VI									X															
Entrega final																								

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

Análisis de Resultados

En el presente capítulo se realizará en primer lugar un análisis de contenido, observando la presencia o ausencia de características como interactividad, interactividad selectiva, hipertextualidad, entre otras, en las ventanas de las noticias de cada mes del año 2017 recolectadas.

Posteriormente se realizará un análisis fenomenológico de las entrevistas realizadas a don Johnny Castro, don Javier Carvajal y don Walter Herrera del diario “La República” y a don Arnoldo Rivera, don José Pablo Alfaro y don Juan Diego Villareal del diario “La Nación”. Por último se realizará el análisis del sondeo realizado a 10.0 personas con el fin de conocer sus opiniones respecto a estos diarios digitales.

Análisis de contenido

Para el presente análisis de contenido se observará la presencia o ausencia de las siguientes características tanto la página de resultados de los primeros diarios de cada mes del año 2017, como en una noticia recolectada de cada mes:

Tabla 5. Elementos a analizar

Elementos por analizar	Definición
Interactividad:	Se refiere a “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como de expresión y comunicación” (Rost, 2006, p. 14). De este aspecto se desprenden la interactividad selectiva y la interactividad comunicativa.
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el diario permite la interactividad, comunicación entre usuarios, expresión, selección de contenidos según gustos personales.

Interactividad selectiva:	Corresponde "...a la relación que establece el lector con los contenidos del medio o con el sistema informático. Consiste en que el lector "pregunta" y el sistema le responde automáticamente"(Rost, 2006, p.15)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el lector puede interactuar con los contenidos del medio digital.
Interactividad comunicativa:	Esta interactividad "implica relaciones más complejas debido a que aquí todos los actores son personas que entran en contacto en contextos diversos. El lector es aquí no sólo un receptor (interactivo) sino también un productor de contenidos". (Rost, 2006, p.15)
Aspectos por observar en el diario:	Se observarán las relaciones entre usuarios del medio, entre usuario y trabajadores del medio, si el lector tiene la posibilidad de expresar opiniones, de comunicarse con otros por medio de foros, chats, encuestas, entre otros.
Hipertexto:	Es la principal herramienta de la interactividad selectiva, "permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados" (Rost, 2006, p.15).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará la relación de contenidos por medio de hipervínculos, si o no existe una jerarquía en las noticias, si hay una participación activa de los lectores y la posibilidad de abrir el medio desde otras fuentes.
Multimedialidad:	Posibilidad del medio digital de "proporcionar contenidos utilizando toda una variedad de códigos: textos, fotografías, audios, vídeos, infografías animadas y dibujos interactivos" (Rost, 2006, p.149).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará la presencia de íconos dinámicos, imágenes en movimiento (gifs), imágenes adicionales que aparezcan al tocar un texto o un gráfico, objetos que el lector

	pueda trasladar en la pantalla, textos, fotografías, vídeos, audios.
Documentación ilimitada:	Se refiere a la "...ausencia de límites de espacio y de tiempo en la acumulación y disposición de la información" (Rost, 2006, p.152)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará la existencia de almacenamiento de textos, noticias, páginas, acceso a archivos por medio de enlaces hipertextuales, hemerotecas en línea o buscadores. Almacenamiento de textos originales o datos en bruto.
Actualidad múltiple:	La actualidad múltiple implica que el medio ofrece al mismo tiempo un menú de contenidos con diversas temporalidades internas. Esta se divide en "actualidad reciente", "actualidad sincrónica", actualidad prolongada, actualidad permanente, "no actualidad". (Rost, 2006, p.155).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el diario presenta contenido en diferentes actualidades, por ejemplo, presenta contenidos en directo, pero además tiene un registro de contenidos anteriores.
Actualidad reciente:	Hechos que se conocen a lo largo del día y que son renovados en forma constante o, como mucho, al día siguiente (Rost, 2006, p.155).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el diario presenta contenido diario, actualizado en forma constante.
Actualidad sincrónica:	Se refiere a los "hechos difundidos en tiempo real" (Rost, 2006, p.155).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el medio ofrece contenido en tiempo real.
Actualidad prolongada:	Se refiere a los "hechos que tienen elementos que se prolongan en el tiempo y, por lo tanto, pueden permanecer entre los contenidos del medio (Rost, 2006, p.155).
Aspectos por observar en el diario:	Observar si el medio posee elementos noticiosos constantes en el tiempo.
Actualidad permanente:	Se refiere a los hechos "que son siempre de

	interés para el público y están presentes en secciones especiales” (Rost, 2006, p.155)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el medio posee hechos de interés público permanente.
No actualidad:	Se refiere a “...hechos que ni siquiera tienen que ver con este presente social de referencia que es la actualidad pero a los que el lector accede por medio de buscadores y hemerotecas online. (Rost, 2006, p.155)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el medio tiene contenido “atemporal”.
Personalización:	La propiedad de “la personalización implica que cada lector pueda acceder a un periódico que responda lo más fielmente posible a sus expectativas e intereses” (Rost, 2006, p.158).
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si el lector puede decidir, a qué contenidos exponerse, cambiar la forma de presentación de los contenidos, recibir noticias por correo, sindicación de contenidos (las noticias se reciben en una aplicación que permite manejar grandes cantidades de información, eligiendo las secciones que más interesan del diario), imprimir o enviar por correo noticias, es posible crear “alertas”, en las cuales el usuario recibe en su correo recordatorios de noticias y eventos. Se observará si el sitio permite modificar el aspecto visual y los contenidos. La página permite agrandar o achicar el tamaño de la letra o de otros elementos.
Lenguaje:	El lenguaje es un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada (Sapir, citado por Ríos, 2010., p.3)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará el tipo de lenguaje que utiliza el sitio, formal o informal, si este es o no especializado, o dirigido a determinado sector poblacional
Lenguaje informal:	“El lenguaje utilizado en los canales de

	comunicación se ha vuelto más informal, mediante un periodismo breve, este tipo de lenguaje se utiliza para generar cercanía con el espectador y de esta forma adquirir su confianza” (Sánchez ,2017, p. 7).
Aspectos a observar en el diario:	Presencia de un lenguaje ameno e informal.
Lenguaje especializado:	“En muchos casos el lenguaje especializado se utiliza en noticias informativas, con palabras que dependen del tema del que se trate, es un lenguaje que busca informar, no es informal y utiliza términos específicos” (Sánchez ,2017, p. 7).
Aspectos a observar en el diario:	Jerga de algún campo de especialidad, lenguaje formal
Lenguaje inclusivo humanizado:	Lenguaje de respeto verbal, permite la inclusión de los géneros en la confección lingüística, además de presentar una recepción del lenguaje más humanizado. (Sánchez, 2017, p. 7)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará la presencia de lenguaje inclusivo.
Visita	Una visita es cada vez que un visitante llega a tu sitio desde una fuente de referencia fuera de tu dominio Web. (¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.2)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará si la página cuenta con un herramientas que permitan la numeración de las visitas, tanto diarias como mensuales y totales.
Visitante:	Un visitante es alguien que visita tu sitio. Se monitorea a un visitante por medio de la cookie colocada en el navegador por el código de monitoreo instalado en tu sitio (¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.1)
Aspectos por observar en el diario:	Se observará la presencia o ausencia de notificaciones de “cookies” que permitan el monitoreo de visitantes.
Estilo periodístico informativo:	“Este tipo de estilo busca informar a usuarios

	otorgando datos de forma objetiva, clara, concisa, mediante la utilización de verbos y con una audiencia muy concreta. Es el estilo más utilizado en las noticias” (Sánchez, 2017, p. 6).
Aspectos por observar en el diario:	Observar si la nota es concisa, clara e informativa.
Estilo periodístico interpretativo:	“Este estilo se basa en el uso constante del hipertexto, es un estilo riguroso que requiere más tiempo y esfuerzo” (Sánchez, 2017, p. 6).
Aspectos por observar en el diario:	Constante presencia de enlaces hipertextuales dentro de la narración, estilo riguroso de escritura.
Estilo periodístico explicativo:	“Este estilo es nuevo en el periodismo, se compone de un lenguaje más llano, informal, directo cercano y fácil de comprender por las audiencias, se enfoca más en los públicos jóvenes y se compone mediante el uso de datos para explicar la actualidad y las noticias con elementos más interactivos, infografías y gráficos visualmente atractivos donde desarrolladores gráficos y periodistas trabajan en conjunto con más fuerza” (Sánchez ,2017, p. 6).
Aspectos por observar en el diario:	Lenguaje simple y ameno, noticias con alto contenido multimedia.

Nota: Elaboración propia.

Análisis de estructura retrospectiva de la página de resultados de los primeros diarios de cada mes del año 2017, “La Nación”

Para la realización de este trabajo fue necesario realizar una suscripción al diario “La Nación” digital, ya que de otra forma el contenido resulta limitado, esta es una característica de la anteriormente denominada “personalización” del medio, ya que si se desea el sistema permite la participación como “usuario registrado”, brindando una serie de datos personales.

Esta suscripción es realizada por medio del pago de 600 colones el primer mes, 3 000 colones los meses siguientes y de desearse así es posible realizar una suscripción anual con un

monto de 36000 colones. El usuario registrado tiene acceso a todas las páginas digitales del denominado “Grupo Nación”.

Esta “personalización”, forma parte de la denominada “interactividad selectiva”, ya que esta implica la interacción con la información dispuesta por el medio digital, en este caso es necesario el pago para “exponerse” a todo el contenido del diario, el pago da al sujeto la posibilidad de elegir entre la lista de opciones brindada por el medio, de no realizarse este pago es el medio quien controla totalmente a qué tipo de información se tiene acceso y a qué no.

El registro permite que “Los lectores, como resultado de esta interactividad, comiencen a considerarse miembros de la cibercomunidad que se crea en torno al servicio informativo online”, señalan Pérez y Perea (1998), citados por Rost (2006, p. 241). Esta estrategia permite que el diario adquiera ingresos, ya que según Borrat (1989) citado por Rost, (2006, p.146), “Los medios tienen dos objetivos permanentes y prioritarios que dejan su huella en la construcción de la actualidad: lucrar e influir”, este lucro representa la posibilidad de adquirir recursos económicos y de ser posible, acrecentarlos.

“La Nación” digital en su página de inicio posee la opción de un “buscador”, este se utiliza con base en la necesidad de recolectar los diarios digitales del año 2017, se accede a él por medio de dar clic a un ícono de una lupa, el cual permite escribir palabras clave de lo que necesitemos buscar en el diario. En el caso del presente trabajo se buscó la fecha de los días primero de cada mes del año 2017, la búsqueda de los diarios se realiza de esta forma, porque el diario “La Nación” no posee un archivo específico con los diarios o las noticias anteriormente publicadas, solamente es posible realizar una búsqueda por “palabra clave”.

Como explica Rost (2006, p. 438). Este buscador guarda registro de las búsquedas anteriormente realizadas, con el fin de darlas como opción cada vez que el usuario inicie con palabras similares, esta es una característica de la “personalización”, ya que se va creando un registro de las palabras y las búsquedas anteriormente realizadas por el usuario, lo cual a la larga le permite un acceso más dinámico y personalizado.

Este sistema de “recuperación” de información que posee la página corresponde a una de las características principales del hipertexto, ya que un “hipertexto ideal ofrece dos interesantes posibilidades de acceso a los contenidos: la navegación y la recuperación de la información” (p.226).

El objetivo de este tipo de sistemas es proporcionar herramientas para que ante grandes volúmenes de información el usuario logre separar la información que le es útil, de la que no lo es. Específicamente en los buscadores por “palabra”, como en este caso, se realiza una “pregunta” al sistema, este rastrea y recupera la información presente en los archivos del medio web.

La opción de los buscadores es una de las formas más novedosas de recuperación de la información que presenta el nuevo medio y uno de sus valores añadidos más importantes. No sólo permiten llegar a noticias de “no actualidad” de una forma rápida, sino que, utilizando combinaciones inteligentes en sus palabras clave, un lector curioso o un investigador social puede relacionar y cruzar información que no podría descubrirse a simple vista (Rost, 2006, p.157).

Este buscador hace visualizar en una ventana notas relacionadas con el día consultado y notas elegidas por el medio que contienen en alguno de sus párrafos las palabras “clave” digitadas. Esta búsqueda específica permite observar la “actualidad múltiple”, presente en esta ventana, ya que el buscador ofreció un menú interno de contenidos con diversas temporalidades, ya que junto a las noticias del día requerido, encontrar hipervínculos en la sección denominada “Vídeos más recientes” y “Lo más leído”, ambos representan temas actuales, que resultan contrastantes junto a las noticias del año 2017.

Las noticias y los archivos en sí recuperados de los primeros días de cada mes del año 2017, hacen referencia a la “no actualidad”, la cual está relacionada con hechos que no tienen ya que ver con este presente social, a los cuales “el lector accede por medio de buscadores y hemerotecas online” (Rost, 2006, p.158).

La sección denominada de “Vídeos más recientes” forma parte de la denominada “Actualidad prolongada”, la cual corresponde a hechos que tienen elementos que se pueden prolongar por un determinado tiempo en el medio, ya que a esta sección se ingresó durante días distintos en una semana y el contenido seguía siendo e este.

La sección denominada “Lo más leído”, cambia a lo largo del día, esta corresponde a la denominada “interactividad selectiva”, en la cual es posible participar sin conocimiento explícito, por medio del ranking de noticias más visitadas que la página genera de manera automática.

El que la sección “Lo más leído” se encuentre presente en esta ventana alerta sobre el uso de cookies en la página web de “La Nación”, curiosamente la página no muestra este mensaje explícitamente, este uso de cookies significa que el diario “monitorea” la cantidad de visitantes que accede a la página y el uso específico que hace de ella. esro significa que el diario posee un conteo por “número de visitas”.

En esta ventana se observa una fuerte presencia de “hipertexto” el cual “corresponde a una estructura textual que permite “organizar y acceder a la información, basada en una tecnología [la informática] que ofrece la posibilidad de interconectar elementos textuales por medio de enlaces electrónicos Estos pueden ser documentos independientes (nodos) o secuencias diferentes del mismo documento” (Rost, 2006, p.7).

Ya que todos los elementos visibles en la página poseen enlaces hipertextuales que conectan con bloques de contenido en otras ventanas. En el caso de las noticias estas son presentadas en lista, con un pequeño extracto del título, un párrafo bajo cada una de ellas que permite dar una breve idea del contenido total de la nota y una pequeña fotografía al lado, estas noticias varían según el día de búsqueda sin embargo la estructura y formato de la página es exactamente el mismo en todas las búsquedas realizadas. Tanto la noticia, como el título y la fotografía poseen hipervínculos que conectan con la nota extensa, abierta en otra ventana.

Es posible observar que la cantidad de noticias presentes en la página varía según el día de búsqueda, por ejemplo en la búsqueda del día primero de noviembre del 2017, el diario permite observar solamente 3 noticias y en la búsqueda de otros primeros de mes del año 2017, es posible visualizar 10. noticias en la ventana y abajo un hipervínculo que dice “Cargar más”, lo cual quiere decir que la búsqueda para ese día recuperó gran cantidad de contenido.

Respecto del componente multimedia, es posible observar que en la ventana de recuperación de las noticias de los primeros días de cada mes del año 2017, los elementos multimedia son relativamente escasos, ya que a pesar de la fuerte presencia de hipertexto, por medio de hipervínculos, las fotografías son pequeñas y poco atractivas, no hay gráficos, infografías, no existen elementos de audio, ni de vídeo presentes en la ventana. La ventana es funcional, sin embargo no resulta atractiva, se pierde el elemento “lúdico” o llamativo propio de la multimedialidad.

Análisis de estructura retrospectiva de la página de resultados de los primeros diarios de cada mes del año 2017, “La República”

Para acceder a la versión completa de este diario digital es necesario realizar una suscripción, por medio de la cual se adquiere un “acceso total a LaRepública.net”, “Newsletters informativos”, versión para dispositivos móviles y la aplicación para dispositivos móviles “IOS” y “Android”.

Este diario también combina una característica llamativa y es el hecho de que es posible, por medio de la suscripción, que le sea entregado el diario impreso en su casa u oficina, combinando así el diario digital y el impreso, como medio de información para el suscrito.

Este diario cuenta con el cobro de cuotas mensuales, trimestrales, semestrales, anuales y bi-anuales. Esta creación de una cuenta de usuario se relaciona con la denominada “interactividad selectiva”, la cual corresponde a la interacción del individuo con los contenidos del sistema, ya que el individuo tiene la opción de “solicitar” al sistema el ingreso como usuario y el sistema le responde de manera automática.

El hecho de que el diario digital brinde las herramientas y las opciones para que el lector pueda “consumirlo” como desee, por medio impreso, por medio de dispositivos móviles o tener una suscripción con una duración determinada por el mismo, remite al tema de la personalización ya que esta propiedad implica que el diario brinde una lista de opciones que se ajusten a los intereses y necesidades del usuario.

Esta “personalización” otorga al usuario un papel activo en la selección de contenidos. La página principal del diario “La República” digital, posee un buscador el cual redirecciona a otra ventana, sin la necesidad de escribir ninguna palabra. En esta ventana se abre un buscador más extenso, en el cual es posible realizar búsquedas por título, contenido, autor, sección y fecha, además es posible ordenar la búsqueda por fecha o por relevancia.

Con motivo del presente trabajo se realiza la búsqueda por fecha de los primeros diarios de cada mes del año 2017, con esto, se presentan todas las notas del día exacto, esto nos habla de que este diario posee una “documentación ilimitada” término que

alude la ausencia de límites en la acumulación, disposición y recuperación de la información. Los buscadores de este diario digital no guardan registro de la información buscada o recuperada con anterioridad.

Esta documentación ilimitada genera que en una misma ventana se conjuguen diferentes temporalidades, lo cual es denominado “actualidad múltiple”, la cual implica que el medio ofrece al mismo tiempo contenidos con distintas temporalidades internas.

Ya que las noticias recuperadas corresponden a elementos de la “no actualidad”, la cual se relaciona con hechos desligados del presente social, a los que se accede por medio de buscadores o archivos. Esta no actualidad es presentada en esta misma ventana junto a la “actualidad reciente”, ya que la página muestra contenido denominado de “Última hora”, al cual se le van agregando notas a lo largo del día. Este tipo de actualidad corresponde a los hechos que son renovados a lo largo del día.

Además es posible leer una sección denominada “Lo más leído”, esta se va construyendo de forma automática con las noticias más visitadas por los usuarios. Se lleva un registro el cual permite a los diarios conocer las preferencias de los usuarios.

“Lo más leído”, alude al tema de la “interactividad selectiva” porque este tipo de interactividad hace referencia a la relación que establece el usuario con los contenidos del medio, esta interactividad varía según el grado de “elaboración de los contenidos”, ya que el medio genera una interacción sin que el usuario esté consciente de ello, como explica Rost (2006) “En ocasiones, el lector participa sin ser consciente de ello (ranking de noticias más leídas)” (p.235).

De esta forma se genera una interactividad, debido a que el diario necesita la participación del lector, esto debido a que el periódico digital se reserva siempre el control de los momentos clave en la producción de contenidos (Rost, 2006, p.241).

La sección “Lo más leído”, hace referencia al uso de cookies, que rastrean el número de visitas y las interacciones del usuario con el medio. Es posible argumentar que este medio realiza un conteo de número de visitas y de visitantes.

Es posible, además, observar una presencia del hipertexto, el cual es la herramienta por excelencia en la creación de interactividad selectiva. Este corresponde a “una estructura textual que permite “organizar y acceder a la información, basada en

una tecnología [la informática] que ofrece la posibilidad de interconectar elementos textuales por medio de enlaces electrónicos (Rost, 2006, p.236).

Estos pueden ser documentos independientes (nodos) o secuencias diferentes del mismo documento (Pérez, 2003, p.7). Es así que todos los elementos en la ventana contienen enlaces hipertextuales que permiten acceder a mayor cantidad de información en otras ventanas o páginas. Cada una de las noticias posee nodos que generan que al dar clic, estas abran en otra ventana a fin de observar la noticia completa.

Resulta interesante el hecho de que las notas presentadas varíen en número de un mes a otro, por ejemplo el diario del primero de abril contiene una ventana solamente con ocho notas periodísticas, cuando otros de los diarios de este mismo medio consultados del primero de mes del 2017, contienen once notas en una ventana y una numeración bajo las notas, con hipervínculos que permite acceder incluso a seis páginas más cada una con once notas de ese mismo día. Es así que la cantidad de contenido “subido” a la web varía colosalmente de un día al otro, lo cual genera la sensación de inestabilidad en el diario digital.

La multimedialidad es considerada por Rost (2006) como la expresión perfecta del hipertexto” (p.213), esta alude la posibilidad de integración de texto, sonido, gráficos, imágenes bajo un mismo soporte. En la ventana que permite la revisión retrospectiva de los diarios, a pesar de la fuerte presencia de hipervínculos solamente es posible observar como elemento “interactivo” y multimedia “Las noticias de última hora”, que cambia constantemente. No hay presencia de fotografías, vídeos, gráficos ni audios. La página posee un formato claro y funcional, sin embargo carece de elementos llamativos y dinámicos.

Revisión de los diarios.

Diario digital “La Nación” 1° de enero del 2017.

Para obtener la información en retrospectiva del 1° de enero del 2017, se debe acceder desde la página principal a una ventana denominada “Página de búsqueda”, a la cual se accede desde la página principal del día por medio de un buscador.

En la parte superior izquierda de la página es posible observar un buscador con el ícono de un lente de aumento, junto a esto se presenta un enlace denominado

“Secciones” que hace referencia a las secciones diferenciadas por tema que posee este diario digital.

Al centro, en la parte superior de la página se encuentra el nombre del diario “La Nación”, en la esquina derecha es posible observar un enlace con el nombre del suscrito Manfred Antonio y junto a esto se encuentra una pestaña denominada suscribirme.

Figura 1. Imagen de la pestaña de búsqueda de “La Nación”



Nota: Nación.com, (2018).

En la página diario “La Nación”, se muestran las noticias denominadas:

- Estrenos y salidas de Netflix para enero 2017- La Nación
- Aumento salarial del sector privado será de 1,14% - La Nación
- ¿Despegará el mercado de aerolíneas de bajo costo en Latinoamérica?
- Salario base para calcular multas se fijó en ¢426.200 – La Nación
- Supermercados amplían horarios por Navidad y Año Nuevo – La...
- Conozca el horario de su banco en Navidad y fin de año – La Nación
- Entradas para algunas corridas de toros en Zapote bajan de precio...
- Ministra de Justicia Cecilia Sánchez asumirá el 1.º De enero...
- No habrá restricción vehicular entre el 21o. de diciembre y el 1.º De...
- Marchamo se podrá pagar en 2 240 puntos de recaudación a partir...

En esta página principal cada noticia cuenta con una pequeña fotografía al lado y justo bajo estas se coloca un enlace denominado “Cargar más”. Estas noticias no son todas del 1º. de enero del 2017, el buscador de “La Nación” recolecta las palabras 1º - enero-2017 y muestra todos los resultados, aún si son de fechas diferentes. Resulta complicado extraer las secciones específicas de ese día, ya en la búsqueda se encuentran

distribuidas las noticias que mencionan en alguno de sus párrafos el 1° de enero del 2017, debido a que este diario digital no posee la herramienta de búsqueda por fecha.

Junto a las noticias, al lado derecho de la ventana es posible observar una sección denominada “Vídeos más recientes”, en primer lugar se encuentra un vídeo denominado “(Vídeo), Diálogos con la presentadora de televisión, Inés Sánchez”, colocado en una posición principal, bajo este se muestra otro enlace con el mismo vídeo denominado “Diálogos con la presentadora de televisión, Inés Sánchez”, bajo este se encuentra el vídeo denominado “Diálogos con el técnico de Alajuelense, Nicolás Dos Santos”. Junto a cada vídeo se coloca una fotografía alusiva. En la zona derecha de la ventana en la que se presentan las noticias del 1° de enero del 2018, por curioso contraste se ubica la sección denominada “Lo más leído”, con las siguientes notas del año 2018:

1. Antiguas Mansiones josefinas mostrarán sus secretos al público.
2. Rector de la UNA ordena investigar divulgación de encuesta electoral de Idespo.
3. Walter Centeno siente que ya comió suficiente zacate para llegar a Saprissa.
4. Cámaras del Liceo de Costa Rica ayudarán a aclarar muerte de colegial atropellado por tren
5. Carlos Alvarado: Marcas y empresas no van a quedarse en el país si hay odio e intolerancia.

Como último punto, la ventana presenta en la parte inferior derecha los logos de Facebook, Twitter e Instagram pequeños en color gris. Bajo eso se colocan enlaces que dicen “Anúnciese, Noticias Grupo Nación, Condiciones de uso, Políticas de privacidad, estados financieros” y por último se coloca el logo del “Grupo Nación”.

Figura 2. Imagen de la página de búsqueda del diario digital “La Nación” del 10. de enero del 2017.

The screenshot displays the search results for the date 10 de enero 2017 on the website of 'LA NACIÓN'. The main content area is organized into a grid of news items. Each item includes a title, a short introductory paragraph, and a small thumbnail image. The articles cover various topics such as Netflix releases, pension calculations, salary increases in the private sector, and local events. On the right-hand side, there is a vertical sidebar. The top section, 'VIDEOS MÁS RECIENTES', features a video titled 'Diálogos con la presentadora de televisión, Inés Sánchez'. Below this, the 'LO MÁS LEIDO' section lists five popular articles, including one about 'Antiguas mansiones Josefinas' and another about 'Reactor de la UNA ordena investigar'. At the bottom of the sidebar, there are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube, along with a link to 'Anúnciese' and 'Noticias Grupo Nación'.

Nota: Nación.com, (2018).

Análisis de noticias

Elementos presentes en todas las noticias analizadas del diario “La Nación”.

Se determina que existen una serie de elementos en común presentes en todas las noticias analizadas del diario “La Nación”, los cuales son:

Interactividad

Es posible observar que existe un alto grado de interactividad en todas las noticias analizadas, ya que la página ofrece la posibilidad de seleccionar contenidos, así como la posibilidad de expresión y comunicación.

Actualidad múltiple

La actualidad múltiple está presente en esta ventana, debido a que junto al a noticia analizada se presenta una sección denominada “Lo más leído” con las notas más leídas del año 2018. Este elemento “Lo más leído”, se clasifica dentro de la denominada actualidad múltiple, debido a que esta sección se va creando con las noticias a las que más acceden los usuarios indistintamente de su fecha de creación.

Personalización

La ventana en la que se presentan las noticias posee gran variedad de elementos que entran dentro de la categoría denominada “personalización”, ya que las páginas poseen gran cantidad de hipervínculos por medio de los cuales el usuario puede decidir a qué anuncios o enlaces accede. Este además puede si así lo desea compartir la nota por medio de redes sociales, recibir las noticias por correo e imprimir la noticia.

Elementos ausentes en todas las noticias analizadas del diario “La Nación”.

Documentación ilimitada

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar elementos con documentación ilimitada.

Actualidad reciente

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar elementos con actualidad reciente.

Actualidad sincrónica

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar elementos con actualidad sincrónica.

Actualidad prolongada

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar con actualidad prolongada.

Actualidad permanente

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar elementos con actualidad permanente.

No actualidad

En ninguna de las ventanas que contienen las noticias es posible observar elementos con no actualidad.

Número de visitas

En esta página no es posible determinar si la página contiene un contador de visitas.

Visitantes

No es posible determinar si esta página monitorea la cantidad de visitantes, ya que no se advierte del uso de “cookies”.

Los elementos anteriormente mencionados se repiten de la misma forma en todas las noticias consultadas, porque corresponden al formato de la ventana que contiene la noticia analizada. Con el fin de no repetir, a continuación se mencionarán solamente los elementos que varían de una noticia a otra.

Análisis de noticia “¿Despegará el mercado de aerolíneas de bajo costo en Latinoamérica?” (10. de enero del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, debido a que la ventana ofrece la posibilidad de seleccionar la mayoría de objetos presentes, ya que la página presenta vídeos que el lector puede o no ejecutar a su antojo, solicitar búsquedas. Además los anuncios de esta página se dirigen de manera directa al usuario “Solicítala aquí”, “Suscríbese”, “Anúnciese”, “Conózcalas aquí”, “Aquí le contamos más”, con lo cual es posible observar que el sistema se “comunica” con el usuario, creándose un interactividad sistema-usuario, característica de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, es posible observarla en el hecho de que los usuarios tienen la posibilidad de colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota, además es posible enviar un correo a los editores del diario.

Hipertexto

Esta noticia presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 51 enlaces hipertextuales. Estos enlaces se encuentran distribuidos en torno a la noticia, el texto en sí de la noticia no contiene ningún enlace.

Multimedialidad

Esta nota contiene 3 imágenes en movimiento, estas poseen enlaces que redirigen a nuevas ventanas, contiene una imagen alusiva a la noticia del día, posee un anuncio de tarjetas de crédito que solamente con pasar el cursor sobre la imagen esta se mueve, junto a esta imagen hay un ícono que dice “Solicítala aquí”, el cual salta apenas se coloca el cursor encima.

Lenguaje

La nota se compone de 20 párrafos cortos, en los que se utiliza un lenguaje especializado, enfocado a usuarios con una educación media-alta, dentro de la narración se utilizan palabras como viraje, densificación, exorbitantes.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1°. de febrero del 2017.

Es posible observar que el diario recopilado del 1°. de febrero del 2017 es en todo idéntico al del 1°. de enero descrito anteriormente, solamente varían las noticias de ese día, las cuales son:

- Subsección – La Nación
- Repase los estrenos y salidas de Netflix para febrero, llega ‘El caso...
- Hernán Medford: ‘Estoy enojado y la afición también, pero están...
- Herediano llega a tres partidos consecutivos sin ganar tras caer...
- Subsección – La Nación
- Domingos familiares sin humo volverán al paseo Colón con espacio...

- Cartaginés pide los puntos de juego en el que perdió 3 a 0 ante la...
- Padre e hijo detenidos como sospechosos de homicidio y amenazas
- Milésimas marcan las diferencias en el CTCC – La Nación
- Usuarios pagarán combustible más caro desde febrero por...
- Cada noticia cuenta con una pequeña fotografía alusiva al lado.

Análisis de la noticia “Estoy enojado y la afición también” (1º febrero del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, debido a que la ventana ofrece la posibilidad de seleccionar la mayoría de objetos presentes, el lector puede solicitar búsquedas y abrir enlaces a su antojo.

Existen elementos interactivos, con mensajes como “Viaje más seguido”, “suscríbese”, “regístrese now”, “¿Quiere ver una historia inspiradora?”, por medio de estos enlaces se crea una diálogo entre el sistema y el usuario, característico de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Se observa en que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota, además es posible enviar correos y contactar por medio de redes sociales a la periodista Fiorella Masís, creadora de la nota.

Hipertexto

Esta noticia presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 48 enlaces hipertextuales. Estos enlaces se encuentran distribuidos alrededor de la noticia, el texto de la nota no contiene ningún enlace.

Multimedialidad

Esta nota contiene 1 imagen con movimiento, 5 imágenes y 5 vídeos.

Lenguaje

La nota se compone de 14 párrafos cortos, se relata un empate, 3-3 entre el Real Madrid y el Barcelona, la noticia contiene jerga futbolística.

Estilo

Informativo

Diario digital “La Nación” 1º. de marzo del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1º. de mayo del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Keylor Navas comete un error y el Real Madrid pierde el liderato...
- Subsección – La Nación
- Subsección – La Nación
- Combustibles
- Estrenos y salidas de Netflix para marzo: se va ‘Kill Bill’, llega ‘The...
- Noticias de sucesos en Costa Rica – La Nación
- Saprissa
- Inflación de marzo alcanza el valor más alto en casi dos años: 1,58...
- Juramentación Juegos Centroamericanos Managua 2017 – La Nación
- Siete errores agrietan temporada de Keylor Navas en el Real Madrid

Análisis de la noticia “Keylor Navas comete un error y el Real Madrid pierde el liderato” (1o. de mayo del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, debido a que la ventana ofrece la posibilidad de seleccionar la mayoría de objetos presentes. Existen elementos interactivos, con mensajes como “Ingrese aquí”, “suscríbese”, “anúnciese”, “conozca más aquí”, “estrená tu crédito”, “formalizá tu crédito”, por medio de estos enlaces se crea una interacción característica de este tipo de interactividad, entre el usuario y el medio.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, esta se puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota, además es posible enviar correos al periodista Juan Diego Villareal, quien es el creador de la noticia.

Hipertexto

Esta noticia presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 52 enlaces hipertextuales. Estos enlaces se encuentran distribuidos en torno a la noticia, el texto de la nota no contiene ningún enlace.

Multimedialidad

Esta nota contiene 4 imágenes en movimiento, posee una imagen y un vídeo alusivos a la noticia de ese día.

Lenguaje

La nota se compone 8 párrafos cortos, los cuales contienen jerga futbolística y lenguaje informal, dentro del cual se destacan frases como: “timonel rojiamarillo”, “cualquier equipo cae en baches” y “una rachita de dos partidos”.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1° de abril del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1° de abril del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Alajuelense sonrojó al líder y lo venció 3-1 – La Nación
- Crisis manuda devalúa precio de entradas para el clásico – La Nación
- Eclipse parcial de sol, lluvias de meteoros y observación de...
- Volcán Poás lanzó el sábado varias explosiones freáticas que...
- Lysalex Hernández A. – autores – La Nación (Autora de la Nación, este enlace lleva a la página de una columnista de “La Nación”, página que contiene los reportajes de esta periodista)
- Cómo votar en la convención del PLN? – La Nación
- Alta radiación ultravioleta cae este fin de semana sobre el Valle...
- Volcán Poás registró dos erupciones ‘violentas’ a las 3:46 p. m. de...
- Administrador de hotel en San José halla mujer estrangulada – La...

Análisis de la noticia “Alajuelense sonrojó al líder y lo venció 3-1” (1o. de abril del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, debido a que la ventana ofrece la posibilidad de interactuar con los objetos presentes. Además los anuncios de esta página se dirigen de manera directa al usuario, “Sea cuidadoso con su dinero, “Esto le interesa”, “con esta nueva tecnología usted podrá reservar su espacio de parqueo”, “existen los vehículos que se superan a sí mismos, conózcalos aquí”, existe una especie de “diálogo con el usuario, característico de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, esta se puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota, además es posible enviar correos y contactar por medio de redes sociales a Kenneth Meléndez, autor de la noticia.

Hipertexto

Esta noticia presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 44 enlaces hipertextuales. Esta noticia tiene la peculiaridad de poseer tres enlaces hipertextuales intercalados en la redacción, los cuales dicen “Lea más”.

Multimedialidad

Esta nota contiene 2 imágenes en movimiento, estas contienen enlaces que redirigen a nuevas ventanas, además posee dos grandes fotografías intercaladas en el texto, con imágenes de los jugadores de la Liga Deportiva Alajuelense y del deportivo Saprissa.

Lenguaje

La nota se compone de 17 párrafos cortos (de dos oraciones cada uno), con un lenguaje informal y ameno.

Estilo

Explicativo.

Diario digital “La Nación” 1°. de mayo del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1°. de mayo del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Traje blanco y chancletas rompieron el protocolo este 1. ° de mayo...
- Congreso levanta sesión sin juramentar nuevo directorio por... Militares y policías lanzan gases para frenar marcha contra Nicolás...
- Cuba marcha el 1. ° De mayo, el último de Raúl Castro en el poder...
- Slayer tocará en Costa Rica el 1. ° de mayo – La Nación
- Alianza opositora se resquebrajó en la víspera del 1. ° De mayo – La...
- Iglesia pide evaluar y buscar responsables por crisis de pensiones...
- Con otros ojos: la extraña ciencia del 1. ° de mayo – La Nación
- Marcha de trabajadores se llenó de reclamos contra reforma a...
- Net Gala 2017: Los ‘looks’ más extravagantes y hermosos – La Nación.

Análisis de la noticia “Cuba marcha el 1. ° de mayo, el último de Raúl Castro en el poder” (1.º. mayo del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, porque la ventana ofrece la posibilidad de interactuar con los elementos presentes, los anuncios de esta página se dirigen de manera directa al usuario, “visítanos en...”, “suscríbese aquí”, “deja que la pasión te capture...”, “conózcalos aquí”, este tipo de mensajes dirigidos del sistema al lector son propios de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, esta se puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota en el cual dice “Manfred Antonio, escribe tu comentario aquí”, esta noticia no presenta la posibilidad de enviar correos al editor.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 34 enlaces hipertextuales. No posee enlaces hipertextuales dentro de la redacción.

Multimedialidad

Esta nota contiene 5 anuncios en movimiento, cuenta con 2 vídeos y posee 4 grandes fotografías a todo color, relacionadas con la información.

Lenguaje

La nota se compone de 23 párrafos, estos párrafos son más densos que los anteriores, ya que contienen entre 3 y 4 oraciones cada uno. La redacción posee un lenguaje especializado, intercalada con citas textuales de lo expresado por quienes vivieron la noticia.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1º. de junio del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1º. de junio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Shirley Cruz y el PSG pierden en penales la final de la Champions...
- Bancrédito
- La final de la Champions League se podrá ver en el cine – La Nación
- Sindicatos mantienen protesta por pensiones frente a CCSS sin...
- CCSS eleva en un punto porcentual aporte de los trabajadores al IVM
- Disfrute los conciertos al aire libre del FIA 2017 – La Nación
- Averigüe cuánto le rebajará la CCSS de su salario a partir de julio...
- Motociclista fallece luego de derrapar en Nicoya – La Nación
- Diputados aprueban en segundo debate Ley de Bienestar Animal...
- Inflación interanual de Costa Rica fue de 1,77% en junio y sumó...

Análisis de noticia “Sindicatos mantienen protesta por pensiones frente a CCSS sin afectar aún servicios de salud” (1o. de junio del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia posee la característica de interactividad selectiva, porque la ventana ofrece la posibilidad de seleccionar los objetos presentes. Los anuncios ofrecen mensajes como “encontramos en el stand número 1”, “suscríbese”, “anúnciese”, “entérese aquí”, “ver vídeos aquí”, dirigiéndose directamente al usuario, lo cual es característico de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, esta se puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota en el cual dice “Manfred Antonio, escribe tu comentario aquí”, además la ventana brinda la opción de comunicarse por medio de Facebook y de correo con Ángela Ávalos, creadora de la noticia.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 45 enlaces hipertextuales. Esta noticia posee la peculiaridad de tener entre párrafos hipervínculos que dicen “Lea” seguido de títulos de notas relacionadas con la realidad de la Caja Costarricense del Seguro Social, los cuales están estrechamente relacionados con la noticia en revisión.

Multimedialidad

Esta nota contiene 2 anuncios en movimiento, cuenta con 1 vídeo y 1 fotografía alusiva al tema.

Lenguaje

Esta noticia se compone de diez párrafos densos, con 4-5 oraciones cada uno. Con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1º. de julio del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1º de julio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Falla eléctrica en Panamá generó apagón en Costa Rica y Nicaragua
- Ocho grandes series dejarán la cartelera de Netflix en julio – La...
- Disfrute los conciertos al aire libre del FIA 2017 – La Nación
- Averigüe cuánto le rebajará la CCSS de su salario a partir de julio...
- “influenza”
- Alejandro Valverde abandona el Tour por caída; Andrey Amador en...

- Guía de espectáculos internacionales de teatro, danza y circo del...
- Apagón eléctrico no detendrá espectáculos al aire libre del FIA...
- Banco Central proyecta mayor déficit del Gobierno y menor...
- Costa Rica es ideal para explorar zonas profundas – La Nación

Análisis de noticia “Falla eléctrica en Panamá generó apagón en Costa Rica y Nicaragua” (10. de julio del 2017).

Interactividad selectiva

Esta ventana contiene elementos de interactividad selectiva, además los anuncios presentes en la ventana “hablan” directamente al usuario, por medio de frases como “anítese, este es su año, aprenda de bisnes”, “vos decidís, nosotros te asesoramos”, “aprenda a hacer más y mejores bisnes”, “suscríbese a La Nación”, “descubre la magia de dormir bien”. “conózcalos aquí”, lo cual es propio de la interactividad selectiva.

Interactividad comunicativa

Respecto de la interactividad comunicativa, esta puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto. Esta nota fue creada en conjunto por ocho periodistas, esta ventana ofrece la posibilidad de comunicarse con todos ellos por medio de redes sociales o de correo electrónico.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 73 enlaces hipertextuales.

Multimedialidad

La noticia contiene 3 anuncios en movimiento, dos vídeos y una fotografía alusiva al tema.

Lenguaje

Esta nota es extensa, posee 41 párrafos, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo

Diario digital “La Nación” 1°. de agosto del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1°. de agosto del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Jordania deroga norma que permitía a violador casarse con su...
- Luis Guillermo Solís anuncia esta noche medidas por falta de dinero...
- Banco Central espera recibir en octubre \$1 000 millones para...
- Turquía enjuicia a casi 500 personas por presunta participación en...
- Colaborador acusa a Fox News de divulgar acusaciones falsas...
- Humanidad vivirá a crédito en su cuenta ambiental a partir de agosto
- Douglas Sánchez se integra a ‘Noticias Repretel’ el lunes 7 de agosto
- Este viernes 4 de agosto salen a la venta las entradas para Fonseca...
- Obispos dejan por fuera mensaje de presidente en celebración de 2...
- ICE realiza ‘riesgosas’ compras millonarias a parientes de...

Análisis de la noticia “Douglas Sánchez se integra a ‘Noticias Repretel’ el lunes 7 de agosto” (1o. de agosto del 2017).

Interactividad selectiva

La ventana posee elementos con frases como “Prepárese para cualquier escenario financiero”, “aprenda a hacer más y mejores bisnes”, los cuales “se comunican”, directamente con el usuario, permitiendo la interactividad selectiva.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, esta se puede observar en el hecho de que los usuarios pueden colocar comentarios en un chat abierto, colocado al final de la nota. Es posible también contactar con Manuel Herrera, creador de la noticia, por medio de Twitter y email.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 43 enlaces hipertextuales. Esta noticia tiene la característica de contener enlaces hipertextuales dentro de la redacción, resaltados en letra “negrita”.

Multimedialidad

La noticia contiene 6 anuncios y dos fotografías alusivas al tema.

Lenguaje

Esta nota es extensa, posee 12 párrafos densos, algunos incluso compuestos por 7 oraciones. Se caracteriza por un lenguaje informal.

Estilo

Explicativo.

Diario digital “La Nación” 1°. de septiembre del 2017.

- La búsqueda por palabra del diario del 1°. de junio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:
- Policía descarta bomba en Saprissa y toma el Nacional para...
- Temblor de 5,7 grados sacudió Sámara este viernes – La Nación
- Gobierno presentó un presupuesto 3,2% más alto para 2018...
- Cemex
- Óscar Ramírez: De sacar el balón en la raya hace 32 años a guiar la...
- “...vuelco”
- Terremoto de 7,1 sacude México y deja decenas de muertos – La...
- “electrocutado”
- Feria del Libro
- 2017 registra récord en caída de rayos – La Nación

Análisis de la noticia “Temblor de 5,7 grados sacudió Sámara este viernes” (1°. septiembre del 2017).

Interactividad selectiva

Esta noticia contiene un alto grado de interactividad selectiva, debido a que la ventana ofrece la posibilidad de seleccionar e interactuar con la mayoría de objetos

presentes. Los anuncios se dirigen directamente al usuario, por medio de frases como “descubre la magia de dormir bien”, “suscríbese”, “anúnciese”, “encontramos en el stand”, “lleva tu equipaje hasta de 23 kilos”, “conoce más”, los cuales son característicos de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

La ventana brinda la posibilidad de contactar a Juan Fernando Lara, creador de la nota vía Twitter o vía email.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 44 enlaces hipertextuales. No hay presencia de hipervínculos dentro del texto.

Multimedialidad

La noticia contiene 7 anuncios con enlaces, de estos 2 de ellos poseen movimiento, además cuenta con 2 imágenes alusivas al tema.

Lenguaje

Esta nota posee 16 párrafos densos. Se caracteriza por un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1°. de octubre del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1°. de junio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- La economía de América Latina se expandirá 1,2% en el 2017...
- Salarios menores a ¢799 000 estarán exentos del impuesto sobre la...
- Nueva etapa de mercado limonense estará lista a finales de octubre...
- Jefa de la Defensa Pública se acogió a la jubilación desde el 1. ° de...
- Entre silbidos, insultos y una goleada en contra; Walter Centeno...
- Álvaro Cedeño – Autores –

- Ronald Solís renuncia como directivo del Banco de Costa Rica.
- Celebración del feriado del 12 de octubre se trasladará para lunes 16
- Estrenos de Netflix para octubre: un mes cargado de ciencia de...
- Desquite de Jonathan McDonald abrió la victoria de Alajuelense...
- Wálter Centeno usó analogía sobre cómo conquistar a una mujer...

Análisis de noticia “Ronald Solís renuncia como directivo del Banco de Costa Rica” (1o. de octubre del 2017).

Interactividad selectiva

En esta noticia los anuncios se dirigen directamente al usuario, por medio de frases como “conozca aquí historias reales de ticos que la pulsean”, “descubra una nueva plataforma para mejorar la calidad de vida”, “suscríbese”, “sea cuidadoso con su dinero”, “deja que la pasión te capture”, lo cual es característico de la interactividad selectiva.

Interactividad comunicativa

Esta nota fue redactada en conjunto por Gerardo Ruiz, Esteban Oviedo y Armando González, la ventana ofrece la opción de contactarlos por medio de email y redes sociales.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 58 enlaces hipertextuales. No hay presencia de hipervínculos dentro del texto.

Multimedialidad

La noticia contiene 7 anuncios con enlaces, de estos 3 de ellos poseen movimiento, además esta nota posee una imagen alusiva al tema y un audio.

Lenguaje

Esta nota posee 27 párrafos con lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La Nación” 1º. de noviembre del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1º. de noviembre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Equipos del ascenso apuestan por la experiencia en el banquillo...
- Coloree y descubra Costa Rica.
- Vídeo: Mario Barrenechea entra a cárcel de La Reforma – La Nación
- Salarios superiores a ¢793.000 deben pagar impuesto de renta – La...

Análisis de la noticia “Coloree y descubra Costa Rica” (1o. de noviembre del 2017).

Interactividad selectiva

En los anuncios se utilizan frases como “Lléname de premios”, “suscríbese aquí”, las cuales crean una especie de interacción con el lector, propia de la interactividad selectiva.

Interactividad comunicativa

Respecto a la interactividad comunicativa, la ventana contiene un chat abierto. Además es posible contactarse con Ivannia Varela, creadora de la nota, vía email.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 38 enlaces hipertextuales. En medio de la narración sobresale un enlace denominado “Lea también”.

Multimedialidad

La noticia contiene 5 anuncios con enlaces, 4 de ellos con movimiento, además esta nota posee dos imágenes relacionadas al tema.

Lenguaje

Esta nota posee 6 párrafos con un lenguaje ameno e informal.

Estilo

Explicativo.

Diario digital “La Nación” 1° de diciembre del 2017.

La búsqueda por palabra del diario del 1° de diciembre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- 1 560 000 trabajadores recibirán aguinaldo a partir del 1o. de diciembre
- Encuesta de UCR: 1o. de cada 3 está indeciso y persiste el empate...
- Conozca el horario de su banco en Navidad y fin de año – La Nación
- Boxeo
- Ventas de Fifco crecieron 1,4% en 2017influidas por clima y fuerte...
- Museo de los Niños recibirá la Navidad este 1. ° de diciembre con..
- Hembra de tiburón tigre atacó a turista estadounidense que murió en Isla del Coco
- Combustibles
- Fallecidos en carreteras este año llegan a 446, de los que 197 eran...
- No habrá restricción vehicular entre el 21o. de diciembre y el 1. ° de...
- Esta semana en ‘Revista Dominical’: Felices deudas navideñas – La...

Análisis de noticia “Hembra de tiburón tigre atacó a turista estadounidense que murió en Isla del Coco” (1o. de diciembre del 2017).

Interactividad selectiva

Contiene anuncios que dicen “Suscríbese aquí, “aprenda a hacer más y mejores bisnes”, “existen los vehículos que se superan a sí mismos, conózcalos aquí”, “estrená a tu casa”, por medio de los que se crea una especie de diálogo con el usuario, propio de este tipo de interactividad.

Interactividad comunicativa

Esta ventana posee un chat abierto, en el cual es posible observar el comentario de un usuario que dice “Que tragedia! Paz a sus restos”, publicado 3 meses atrás. Además la ventana brinda la opción de comunicarse con Hugo Solano, creador de la noticia vía email.

Hipertexto

Esta ventana presenta gran cantidad hipertexto, ya que es posible contabilizar la presencia de 48 enlaces hipertextuales. Dentro de la narración no hay presencia de enlaces hipertextuales.

Multimedialidad

La noticia contiene 8 anuncios con enlaces, 7 de ellos con movimiento, esta nota también contiene 3 grandes fotografías a todo color y un vídeo.

Lenguaje

Esta nota posee 30 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario “La República”

Para obtener la información en retrospectiva, se accede desde la página principal del diario “La República”, por medio de un buscador el cual permite la búsqueda por contenido, la búsqueda por autor y una sección en la que se puede buscar por sección o fecha.

Figura 3. Imagen del buscador del diario “La República”

Búsqueda por título o contenido: **Buscar**

Búsqueda por autor:

(Si desea buscar por **sección** o **fecha** hacer clic [aquí](#))

Ordenar por:

Seleccione al menos un filtro.

Nota: República.net (2018)

Esta ventana en la parte superior izquierda posee un hipervínculo que permite desplegar opciones como: Inicio, Log In, suscriptores sus beneficios, suscríbese, Newsletters, SECCIONES, Camino Elecciones, Vídeos, Última hora, Nacionales, Página 2, Magazine, Buen comer, Acción, Destacadas, Global, Blogs, Impacto legal, Micro Análisis Macro, Inversionista Personal, Impulso Pyme, Mundo empleo, Gestión de Talento, Ranking, Especiales, Suplementos comerciales, PREMIUM, Inicio

Premium, columnistas, inversionista, La Machaca, Bloomberg, TANO, Foro de los lectores, RMG SITIOS, Espacios, Estilo Ejecutivo, SERVICIOS, Perfil de Facebook.

Junto a este hipervínculo hay un buscador y al lado de este la fecha del día, en la parte superior de la página y al centro se encuentra un enlace con el nombre del diario digital “La República.net”, al lado derecho superior de la página se encuentran los símbolos de “Facebook”, “Twitter” e “Instagram” el nombre de usuario, bajo esto un enlace denominado “Suscríbese” y un icono que permite un enlace al perfil del suscrito. Bajo esto se ubica un hipervínculo denominado Logout, que permite cerrar la sesión abierta.

Figura 4. Imagen de la parte superior de la ventana del diario “La República”



Nota: República.net (2018)

Al lado izquierdo de la página se encuentran las noticias del día buscado, bajo estas noticias se coloca un enlace con una enumeración, 1, 2, 3, 4, 5, 6, que permite acceder a otras ventanas con otras noticias del día consultado. Al lado derecho de la ventana se ubica una sección denominada “MÁS LEÍDAS”, en la cual se pueden observar las noticias del año 2018:

- Johnny Araya y otros 22 alcaldes dan adhesión a Fabricio Alvarado
- Restauración Nacional hace corrección: cuenta con apoyo de 11 alcaldes y no 23
- ¿Sin planes? Barrio Amón lo espera con cientos de actividades
- *Food Trucks*, música y entretenimiento hoy en Grito Latinoamérica
- Carlos Alvarado sostiene reuniones con turismo y otros sectores en Guanacaste
- UCR realizará Semana de la Inducción para ayudar a nuevos ingresos
- Nota de Tano: ¡Drama en las Grandes Ligas!

Justo bajo esta sección se encuentra una sección denominada “ÚLTIMA HORA” en la cual se van agregando noticias del día a diferentes horas:

- 15:43, Restauración Nacional hace corrección: cuenta con apoyo de 11 alcaldes y no 23

- 13:50 Johnny Araya y otros 22 alcaldes dan adhesión a Fabricio Alvarado
- 13:10. ¿Sin planes? Barrio Amón lo espera con cientos de actividades
- 11:23 Carlos Alvarado sostiene reuniones con turismo y otros sectores en Guanacaste
- 10.:37 Crean campaña de sensibilización sobre enfermedades raras
- 09:43 UCR realizará Semana de la Inducción para ayudar a nuevos ingresos

Bajo estas noticias de última hora se encuentra un enlace que dice “Leer Más”, centrado en la parte inferior de la ventana se observan enlaces denominados “MI CUENTA”, “CONTACTENOS”, “MEDIA KIT” y “¿QUIÉNES SOMOS?”, y bajo esto se lee la leyenda, “© 2016 República Media Group todos los derechos reservados, teléfono (506) 2522-3300, para mayor información: webmaster@larepublica.net”

Figura 5. Imagen de la página de búsqueda del diario “La República”

The screenshot shows the search page of the newspaper 'La República'. The browser address bar displays 'https://www.larepublica.net/menu/buscar'. The page header includes the date 'Sábado 3 marzo 2018', the logo 'LA REPUBLICA.net', and social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram, along with the name 'Manfred Peña Bonilla | Suscríbete' and a 'LOGOUT' button.

The navigation menu contains: PÁGINA 2, NACIONALES, MAGAZINE, ACCIÓN, GLOBAL, DESTACADAS, BLOGS, PREMIUM.

The search section includes:

- Búsqueda por título o contenido: [input field]
- Búsqueda por autor: [input field]
- (Si desea buscar por sección o fecha hacer clic aquí)
- Ordenar por: Relevancia [dropdown menu]
- Seleccione al menos un filtro.

The search results are organized into two sections:

- MÁS LEÍDAS** (Most Read): A list of 7 items, with the top one being 'Johnny Araya y otros 22 alcaldes dan adhesión a Fabricio Alvarado'.
- ÚLTIMA HORA** (Latest News): A list of 7 items, with the top one being '15:43 Restauración Nacional hace corrección: cuenta con apoyo de 11 alcaldes y no 23'.

At the bottom of the page, there are links for 'MI CUENTA', 'CONTACTENOS', 'MEDIA KIT', and '¿QUIÉNES SOMOS?'. The footer contains the copyright notice: '© 2016 República Media Group todos los derechos reservados, teléfono (506) 2522-3300, para mayor información: webmaster@larepublica.net'.

Nota: República.net (2018)

Análisis de noticias.

Elementos presentes en todas las noticias analizadas del diario “La República”.

Se determina que existen una serie de elementos en común presentes en todas las noticias analizadas del diario “La República”, los cuales son:

Interactividad

La ventana de estas noticias permite la interactividad, porque ofrece la opción de selección de contenido, de expresión y comunicación.

Actualidad múltiple

La página posee la característica denominada “actualidad múltiple”, ya que además de la nota del día consultado, es posible observar en esta misma ventana enlaces a noticias denominadas de “Última hora”, y enlaces a “Notas anteriores”.

Actualidad reciente

La sección denominada de “Última hora” es propia de este tipo de actualidad., esta sección se encuentra presente en las ventanas de todas las noticias analizadas.

Documentación ilimitada

La ventana de todas las noticias consultadas posee un buscador, el cual es un indicio de documentación ilimitada.

Personalización

Todas las ventanas de las noticias consultadas poseen elementos que permiten la “personalización”, debido a la cantidad de hipervínculos el usuario decide a qué información se expone, además el usuario puede compartir la nota por medio de redes sociales, por email o imprimirla.

Elementos ausentes en todas las noticias analizadas del diario “La República”, los cuales son.

Se determina que existen una serie de elementos en común ausentes en todas las noticias analizadas del diario “La República”, los cuales son:

Actualidad sincrónica

La ventana de esta nota no presenta elementos de actualidad sincrónica.

Actualidad prolongada

La sección denominada “Notas anteriores”, corresponde a la denominada “actualidad prolongada”.

Actualidad permanente

La ventana de esta nota no presenta elementos de actualidad permanente.

No actualidad

La ventana de esta nota no presenta elementos de no actualidad.

Número de visitas: Por medio del análisis de estas noticias no es posible determinar si la página contiene un contador de visitas.

Visitantes: Por medio del análisis de estas noticias no posible determinar si está página monitorea la cantidad de visitantes, ya que no se advierte del uso de “cookies”

Los elementos anteriormente mencionados se repiten de la misma forma en todas las noticias consultadas, debido a que corresponden al formato de la ventana que contiene la nota. Con el fin de no repetir a continuación se mencionarán solamente los elementos que varían de una noticia a otra.

Diario digital “La República” 1°. de enero del 2017.

Se utiliza la opción de búsqueda por fecha y se elige el diario del 1o. de enero del 2017, sin embargo esta búsqueda no arroja resultados, probablemente no se subió contenido ese día.

Diario digital “La República” 1°. de febrero del 2017.

El diario recopilado del 1°. de febrero del 2017, tiene el mismo formato que el diario descrito anteriormente, no varía en forma, sin embargo contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Nota de Tano, autor: Gaetano Pandolfo, sección: opinión.
- La legalidad de Uber no depende de la Sala Constitucional, sección: opinión.
- UCR lanza el grito a empresas privadas.
- Autor: Walter Herrera, sección: acción
- Mourinho se le plantó a China, autor: redacción “La República”, sección: acción.
- “No importa ganar carreras sino el campeonato”, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- Federer: “Aún hay mucho tenis en mí”, autor: Redacción La República, Sección: Acción
- Conozca los destacados de la cultura nacional, autor: Melissa González, Sección: Magazine
- Banda Ojo de Buey se va de gira a México, autor: Melissa González, Sección: Magazine
- Mexicanos indignados dicen que también están hartos del TLCAN, autor: Bloomberg, Sección: Bloomberg
- Go Fish abrirá local en Heredia, autor: Melissa González, sección: Magazine

Análisis de la noticia “Conozca los destacados de la cultura Nacional” (1o. de febrero del 2017).

Interactividad selectiva

En esta ventana se encuentran presentes elementos de interactividad selectiva, debido a que el usuario puede interactuar con el contenido por medio de enlaces, si así lo desea. Además, la página presenta anuncios dirigidos al usuario, ¡Aproveche!, “Disfruta de la mejor comodidad y atención en tu vuelo”, “Obtenga más de lo que esperaba”, los anuncios redactados de esta forma establecen una especie de “diálogo” entre el sistema y el usuario, propio de este tipo de selectividad.

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Melissa Gonzales, creadora de la nota. Además bajo la nota hay un pequeño enlace denominado “comentarios”, al darle clic, despliega la posibilidad de realizar un comentario público. Hay también un enlace denominado “Contáctenos”, que contiene los datos y correos de los colaboradores del diario.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 38 enlaces hipertextuales, ninguno de ellos dentro del texto.

Multimedialidad

La ventana presenta tres anuncios, uno de ellos con movimiento, además posee 1 imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 9 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1°. de marzo del 2017.

El diario recopilado del 1° de marzo del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Sobre las encuestas, autor: Carlos Denton, sección: Opinión
- MAC lanza nueva aplicación, autor: Luis Alejandro Meneses, sección: Magazi
- SoundCloud busca reforzarse con precios bajos, autor: Bloomberg, sección: Bloomberg.
- “Horrible” inicio de año tras caída de sector fabril en Chile, autor: Bloomberg, sección: Global.
- Grecia estaría a la espera de borrador revisado de rescate, autor: Bloomberg, sección: Global.
- Agenda miércoles 1°. de marzo, autor: Melissa González, sección: Agenda
- La Machaca, autor: Miguel Agüero, sección: La Machaca
- Tipo de cambio dispara costoo de Internet y TV pagada, autor: Selene Agüero, sección: Nacionales.
- “Aspiro a ser una bisagra generacional”, autor: Esteban Arrieta, sección: Camino Elecciones.
- Precios del chocolate bajarían por excedente récord del cacao, autor: Bloomberg, sección: Última Hora.

Análisis de noticia “Aspiro a ser una bisagra generacional” (1º. marzo del 2017).

Interactividad selectiva

En esta ventana se encuentran presentes elementos característicos de la interactividad selectiva, porque el usuario puede interactuar con el contenido por medio de enlaces, si así lo desea. Además la página presenta anuncios dirigidos al usuario, “Adquiera su vehículo cero kilómetros”, “obtenga más de lo que esperaba”, los anuncios redactados de esta forma establecen una especie de “diálogo” entre el sistema y el usuario, propio de este tipo de selectividad.

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Esteban Arrieta, responsable de la nota. Bajo la nota hay un pequeño enlace denominado “comentarios”, al darle clic, despliega la posibilidad de realizar un comentario público. Además hay un enlace denominado “Contáctenos”, que contiene los datos y correos de los colaboradores del diario.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 43 enlaces hipertextuales. Intercalados entre los párrafos se encuentran dos enlaces hipertextuales con la leyenda “Lea más”.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, uno de ellos con movimiento, además posee 1 imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 25 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de abril del 2017.

El diario recopilado del 1º. de abril del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Arte y diseño nacional se exponen hoy en Amón, autor: Melissa González, sección: Magazine
- Creatividad de sus colaboradores hará más productivo su negocio, autor: Brandon Flores, sección: Nacionales
- Más de 25 mil personas fiscalizarán elecciones internas del PLN, autor: Esteban Arrieta, sección: Nacionales
- Nota de Tano, autor: Gaetano Pandolfo, sección: Opinión
- Playa Santa Teresa será sede de la Triple Corona este fin de semana, autor: Brandon Flores, sección: Última Hora
- Este sábado habrá campaña de prevención de cáncer de piel, autor: Brandon Flores, sección: Última Hora
- Cañas estrena Centro Comunitario Inteligente, autor: Brandon Flores, sección: Última Hora
- Percance lanzará nuevo disco en mayo, autor: Brandon Flores, sección: Última Hora

Análisis de noticia: “Creatividad de sus colaboradores hará más productivo su negocio” (1o. de abril del 2017).

Interactividad selectiva

En esta ventana se encuentran presentes elementos de interactividad selectiva, debido a que el usuario puede interactuar con el contenido por medio de enlaces, si así lo desea. Además la página presenta anuncios dirigidos al usuario, “Clic ya mismo, aproveche”, “obtenga más de lo que esperaba”, los anuncios redactados de esta forma establecen una especie de “diálogo” entre el sistema y el usuario, propio de este tipo de selectividad.

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Brandon Flores, creador de la de la nota.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 42 enlaces hipertextuales. No hay presencia de enlaces hipertextuales dentro del texto.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, uno de ellos con movimiento, además, posee 1 imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 13 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de mayo del 2017.

El diario recopilado del 1º de mayo del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Dos ticos entre los empresarios más ricos de Centroamérica, autor: Karla Barquero, sección: Ranking
- Cabify busca ciudades para establecerse en el istmo, autor: Karla Barquero, sección: Nacionales.
- “Vemos con buenos ojos la competencia con aerolíneas de bajo costo”, autor: Brandon Flores, sección: Nacionales
- Basta del letargo en infraestructura pública, autor: Jens Pfeiffer-Kramer, sección: Tópicos.
- Perspectiva empresarial para 2017: ¿mejor o peor?, autor: Javier Adelfang, sección: Micro Análisis Macro
- Obra pública: crecimiento y desarrollo, autor: Johnny Leiva, sección: Tópicos
- Otto Guevara demostrará que podemos hacer grandes cosas, autor: Mario Brenes, sección: Tópicos
- Nakury presenta nuevo álbum, autor: Luis Alejandro Meneses, sección: Magazine
- “Ingobernable” tendrá segunda temporada, autor: Melissa González, sección: Magazine
- Fruta brasileña endulza negocio tico, autor: Melissa González, sección: Magazine

Análisis de la noticia “Fruta brasileña endulza negocio tico” (1o. de mayo del 2017).

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Melissa González, responsable de la nota. Es posible realizar comentarios públicos y comunicarse con los creadores del sitio web.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 45 enlaces hipertextuales. En medio de los párrafos se observa un enlace con la leyenda “Lea más”.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, uno de ellos con movimiento, además posee 1 imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 5 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de junio del 2017.

El diario recopilado del 1º de junio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Proteja sus ojos de la luz reflejada con lentes Xperio, autor: Karla Barquero, sección: Nacionales.
- Shirley Cruz: “No estamos en la final por accidente”, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- Buscando al campeón, la trilogía, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- Tour de Francia con salida en Bélgica, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- Nota de Tano, autor: Gaetano Pandolfo, sección: Opinión
- A medio camino, autor: Laura Centeno, sección: Blog
- Aerolínea Air India sería privatizada por el Gobierno, autor: Bloomberg, sección: Global

- Michael Kors cae tras perder interés en los consumidores, autor: Bloomberg, sección: Global
- Diez años de relación con China, ¿qué esperar para el futuro?, autor: Javier Adelfang, sección: Nacionales
- El desempleo, flagelo de nuestro tiempo, autor: Natalia Díaz, sección: Opinión

Análisis de la noticia “Shirley Cruz: No estamos en la final por accidente” (1o. de junio del 2017).

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Wálter Herrera, periodista creador de la nota. En esta ventana se pueden realizar comentarios.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 42 enlaces hipertextuales. En medio de los párrafos se observan dos hipervínculos con la leyenda “Lea más”.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, uno de ellos con movimiento, además posee una imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 15 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1° de julio del 2017.

El diario recopilado del 1° de julio del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Repuestos, principal queja de clientes de seguros vehiculares, autor: Tatiana Gutiérrez Wa-Chong, sección: Nacionales
- Este sábado disfrute de buen teatro, autor: Melissa González, sección: Magazine

- Telcos deberán entregar servicios de mayor calidad, autor: Selene Agüero, sección: Nacionales
- Nota de Tano, autor: Gaetano Pandolfo, sección: Opinión
- Cifra récord de atletas disputará los Juegos Deportivos Nacionales, autor: Walter Herrera, sección: Acción
- Facio & Cañas presente en la conformación del grupo Fundación HIAS, autor: Karla Barquero, sección: Última Hora
- Oficinas Centrales de la Caja abrirán un centro de donación sanguínea, autor: Karla Barquero, sección: Última Hora
- Sector fresero cuenta con manual para garantizar productos más sanos y competitivos, autor: Karla Barquero, sección: Última Hora
- Apagón nacional causa afectación de sistemas de agua en La Cruz y Limón, autor: Karla Barquero, sección: Última Hora.

Análisis de la noticia “Telcos deberán entregar servicios de mayor calidad, autor: Selene Agüero, sección: Nacionales” (1o. de junio del 2017).

Interactividad comunicativa

Es posible observar que en esta nota, justo bajo el título se coloca el nombre y correo de Selene Agüero, creadora de la nota. Bajo esta hay un pequeño enlace denominado “comentarios”, al darle clic, despliega la posibilidad de realizar un comentario público. Además hay un enlace denominado “Contáctenos”, que contiene los datos y correos de todos los colaboradores del diario.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 47 enlaces hipertextuales. En medio de los párrafos se observan dos hipervínculos con la leyenda “Lea más”.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, uno de ellos con movimiento, además posee 1 gráfico interactivo, una imagen mediana alusiva a la noticia y 4 relacionadas con notas anteriores.

Lenguaje

Esta nota posee 9 párrafos con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de agosto del 2017.

El diario recopilado del 1º de agosto del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Calidad de la educación, autor: Leiner Vargas, sección: Opinión
- Cada vez más lejos del sueño de Gandhi, autor: Ennio Rodríguez, sección: Opinión.
- LystoCard permitirá controlar gastos a los clientes, autor: Tatiana Gutiérrez Wa-Chong
- KitchenAid innova con nuevo producto, autor: Luis Alejandro Meneses, sección: Nacionales.
- Menor crecimiento y mayor déficit espera el Banco Central, autor: Fabio Parreaguirre, sección: Nacionales
- Escáner detecta afecciones del hígado sin biopsia, autor: Karla Barquero, sección: Nacionales
- Escazú tendrá exhibición de autos antiguos, autor: Alexandra Cubero, sección: Última Hora
- “La Avispa Negra” exterminó en Autocross, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- “Si me duermo en los laureles, pierdo”, autor: Wálter Herrera, sección: Acción
- Putin espera que expulsión de diplomáticos sea fin de represalia, autor: Bloomberg, sección: Global

Análisis de la noticia “Cada vez más lejos del sueño de Gandhi” (1o. de agosto del 2017).

Interactividad comunicativa

Esta ventana posee una lista con enlaces en los nombres de todos los columnistas del diario. No se ofrece la posibilidad de realizar comentarios públicos.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 50 enlaces hipertextuales. El texto no posee ningún enlace hipertextual.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, posee una pequeña fotografía del autor.

Lenguaje

Esta nota posee 6 párrafos compuestos por 11 aproximadamente 11 oraciones cada uno, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1°. de septiembre del 2017.

El diario recopilado del 1°. de septiembre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Comunicar es innovar, autor: Amadeo Quirós, sección: Impulso Pyme
- Cómo generar potenciales clientes con el Inbound Marketing, autor: Emanuel Olivier, sección: Blog
- Jóvenes abuelos, autor: Candilejas, sección: Candilejas
- La Cebichería celebra aniversario, autor: Luis Alejandro Meneses, sección: Magazine
- Ticos esperan que tasas de interés los golpeen, autor: Tatiana Gutiérrez Wa-Chong, sección: Nacionales
- Profesores a domicilio le permitirán alcanzar sus metas, autor: Karla Barquero, sección: Nacionales
- La crisis fiscal de Costa Rica, autor: Emilio Bruce, sección: Opinión
- La Machaca, autor: Miguel Agüero, sección: La Machaca
- Múltiples intereses complican acuerdo fiscal en Asamblea, autor: Esteban Arrieta, sección: Nacionales
- India tendría la mayor fuerza laboral del mundo para 2027, autor: Bloomberg, sección: Global

Análisis de la nota “Jóvenes abuelos” (1o. de septiembre del 2017).

Interactividad comunicativa

En esta ventana se ofrece la comunicación por medio del correo Candilejas.cultura@gmail.com, con Carmen Juncos y Ricardo Sossa, editores jefes del diario. Esta ventana además permite realizar comentarios públicos.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 45 enlaces hipertextuales. El texto no posee ningún enlace hipertextual.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, una fotografía mediana y cuatro pequeñas.

Lenguaje

Esta nota posee 16 párrafos, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de octubre del 2017.

El diario recopilado del 1º de octubre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Tica se corona como la nueva subcampeona en Mundial de Surf, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora
- Empresa implementa sistema de alta tecnología en industria alimenticia, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora
- Empresa con presencia en Costa Rica destaca en lista Change the World, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora
- Renuncia primer directivo del Banco de Costa Rica, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora
- Daniel Gallardo lidera diputación por el Partido Renovación Costarricense, autor: Eduardo Sánchez, sección: Camino Elecciones

- Artistas nacionales preparan homenaje a Violeta Parra, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora
- Puntarenas tendrá mercado regional de mariscos, autor: Eduardo Sánchez, sección: Última Hora.

Análisis de la noticia “Puntarenas tendrá mercado regional de mariscos” (10. de octubre del 2017).

Interactividad comunicativa

Bajo el título de esta noticia se presenta el correo de Eduardo Sánchez, redactor de la nota. Esta ventana, además, permite realizar comentarios públicos.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 45 enlaces hipertextuales. En medio de los párrafos se colocan 2 enlaces con la leyenda “Lea más”.

Multimedialidad

La ventana presenta 4 anuncios, una imagen mediana y cuatro pequeñas.

Lenguaje

Esta nota posee 4 párrafos, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1º. de noviembre del 2017.

El diario recopilado del 1º. de noviembre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Trump ya habría escogido a sustituto de Yellen en la Fed, autor: Jeffrey Garza, sección: Última Hora
- Modificar el Conesup, autor: Carlos Denton, sección: Opinión
- De los jubilados, pensionados, retirados, de la tercera edad y adultos mayores, autor: Vladimir de la Cruz, sección: Opinión

- UE y Reino Unido están cerca de aceptar nuevas negociaciones, autor: Bloomberg, sección: Global
- El azúcar se enfrenta a perspectiva amarga ante exceso de oferta, autor: Bloomberg, sección: Bloomberg
- Conservadores del PAC exigen no apoyar matrimonio igualitario, autor: Esteban Arrieta, sección: Camino Elecciones
- Inspección Judicial, autor: Luis Alejandro Álvarez, sección: Opinión
- Consultora facilita desarrollo de proyectos a emprendedores, autor: Eduardo Sánchez, sección: Página 2
- Bulldogs abrirá escuela de fútbol americano para niños y jóvenes, autor: Karol Mora, sección: Acción
- Costa Rica pretende desarrollar turismo deportivo con campeonato de tiro, autor: Karol Mora, sección: Acción

Análisis de la noticia “Conservadores del PAC exigen no apoyar matrimonio igualitario” (10. de noviembre del 2017).

Interactividad comunicativa

En esta ventana se ofrece la posibilidad de comunicarse con Esteban Arrieta, creador de la nota. Además en esta ventana es posible realizar comentarios públicos.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 45 enlaces hipertextuales. Se intercalan entre los párrafos dos enlaces con la leyenda “Lea más”

Multimedialidad

La ventana presenta 3 anuncios, una fotografía mediana y cuatro pequeñas.

Lenguaje

Esta nota posee 13 párrafos, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Diario digital “La República” 1°. de diciembre del 2017.

El diario recopilado del 1º. de diciembre del 2017, contiene como distintivo los enlaces a las siguientes notas:

- Sinceramente, autor: Emilio Bruce, sección: Opinión
- EE.UU. rechaza queja china por trato de economía de mercado de OMC, autor: Bloomberg, sección: Global
- May compite con Trump por salida a bolsa de empresa saudí Aramco, autor: Bloomberg, sección: Bloomberg
- Demi Lovato estrena hoy “Tell Me You Love Me”, autor: Luis Alejandro Meneses, sección: Magazine
- Gestos, abrazos y besos, autor: Candilejas, sección: Candilejas
- Emprendimiento tecnológico ayuda a pymes hoteleras, autor: Eduardo Sánchez, sección: Página 2
- Ataques de hackers encienden alarma sobre falta de expertos nacionales, autor: Selene Agüero, sección: Nacionales
- Comercios se unen para combatir a negocios informales, autor: Brandon Flores, sección: Nacionales
- Se acabó luna de miel entre Presidente y candidato del PAC, autor: Esteban Arrieta, sección: Camino Elecciones
- Alemania apunta a ingresar al selecto club de bicampeones, autor: Walter Herrera, sección: Acción

Análisis de la noticia “Sinceramente” (1o. de diciembre del 2017).

Interactividad comunicativa

Esta ventana posee una lista con enlaces en los nombres de todos los columnistas del diario. No se ofrece la posibilidad de realizar comentarios públicos.

Hipertexto

Esta ventana presenta un total de 48 enlaces hipertextuales. Dentro del texto no hay presencia de ningún enlace hipertextual.

Multimedialidad

La ventana presenta 3 anuncios y una pequeña fotografía del autor.

Lenguaje

Esta nota posee 9 párrafos compuestos por aproximadamente 7 oraciones cada uno, con un lenguaje especializado.

Estilo

Informativo.

Análisis de entrevistas

Referencia a redes sociales

Se realizará un recuento de menciones importantes que hacen los sujetos entrevistados respecto del tema de redes sociales, con el fin de crear una narrativa coherente respecto al tema, en la cual se reúnan los puntos mencionados por estos profesionales.

Don Johnny Castro, gerente de comunicación del diario “La República”, respecto al tema de redes sociales menciona que “todo esto con apoyo de las redes sociales que bien conocemos, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, que básicamente son, precisamente, medios digitales que lo que hacen es conectar personas y llevarles el contenido que elaboran los medios”.

“Eso es lo importante, ni Facebook ni Twitter ni Instagram ni YouTube realizan contenido como tal, el contenido que ellos utilizan es el que creamos los medios de comunicación y pues que utilizamos por ende las plataformas de ellos para llevarlos a más lectores y espectadores en este caso” (19 de enero del 2018).

Además, don Arnoldo Rivera, experiodista de la sección “Puro deporte”, del diario “La Nación”, en su narración menciona que “las horas de publicar en Facebook, las horas de publicar en Instagram, las horas de publicar en Twitter, son distintas en cada medio, son particulares, no es lo mismo Facebook que Snapchat”, “ahora con Facebook live, ya es una cosa distinta” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal, periodista de “Puro deporte” del diario “La Nación” menciona que “Ahí va mucho el hecho de conocer y manejar muy bien redes sociales” “el periodismo no duerme, tiene que estar en las redes sociales” (21o. de febrero del 2018), don José Pablo Alfaro, director de “Puro deporte” expresa que “ahora hay un gran dilema con respecto a Instagram, cómo logra usted clics mediante Instagram y es

una red social muy buena, pero cómo hace usted para rentabilizar” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte expresa que , “Yo el periodismo digital lo definiría como una alternativa que tienen todos los lectores, ya sea de noticieros, periódicos, semanarios de informarse sobre las redes sociales” agregando que “poder revisar internet, Facebook y diferentes redes, para estar al tanto de lo que ellos quieran ver” , “Para mí hay tres cosas muy importantes y es que bueno en las redes sociales todo mundo puede comentar por eso me parece muy importante saber cómo generar debate y cuándo hacerlo” (16 de febrero del 2018). Walter Herrera menciona director de la sección de deportes del diario “La República” “...llámese una red social por medio de Facebook o llámese una página web” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema, referencia a redes sociales.

La totalidad de los sujetos entrevistados relaciona directamente el periodismo digital con el uso de redes sociales, se mencionan Facebook, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y Snapchat. La red más mencionada por los entrevistados es Facebook, seguida de Instagram.

Estas redes sociales son percibidas como una herramienta básica en la transmisión de contenido periodístico. Para el periodista es importante conocer y manejar correctamente la estructura de estas redes ya que poseen dinámicas internas diferentes. Son vistas como plataformas útiles para la transmisión masiva.

Se menciona Facebook live como herramienta para transmitir información periodística de última hora. Las redes son percibidas como una herramienta en constante actualización y sin hora establecida de inicio o fin del periodo informativo “el periodismo no duerme, tiene que estar en las redes sociales” (Juan Diego Villareal, 2018), se destaca el tema de “rentabilización” de las redes sociales como un aspecto importante del periodismo digital.

Los periodistas saben que están ante un público masivo en redes sociales y que gran cantidad de usuarios las utiliza como medio de información. Además se destaca la “interactividad”, la posibilidad de comunicación con el consumidor de la nota digital por medio de las redes sociales “poder revisar internet, Facebook y diferentes redes, para estar al tanto de lo que ellos quieran ver”, “Para mí hay tres cosas muy importantes y es que bueno en las redes sociales todo mundo puede comentar por eso me parece muy importante saber cómo generar debate y cuándo hacerlo” (Javier Carvajal, 2018).

Referencias a la posibilidad de información ilimitada o más amplia en el diario digital:

Se realizará un recuento de menciones que hacen los sujetos entrevistados acerca de la posibilidad de información ilimitada en el diario digital, para crear una narrativa coherente respecto del tema.

Don Johnny Castro, gerente de comunicación del diario “La República”, acerca de la posibilidad de información ilimitada expresa que los diario digitales “Sí, pueden dar más información porque empezando, son infinitos, no hay problemas de espacio, no tienen que gastar recursos como los medios convencionales, llámese impresos que es el papel, la tinta, la logística de la distribución, la entrega y los medios, digamos, de alguna forma digitales pero que están en el área digamos de la radio, la televisión, que están circunscritos a espacios, a tiempos que tienen que cumplir y pues su agenda no les permite pasarse de ese límite. En cambio los medios digitales basados en web, o en plataformas o redes sociales, pues son infinitos, usted puede poner un artículo de 80 cuartillas si alguien tiene la venia de terminarlas de leer, puede incluirles vídeos, audios, gráficos, links a otras páginas y el contenido es más rico “ (19 enero del 2018), además don Arnoldo Rivera, experiodista de la sección “Puro deporte”, del diario “La Nación”, menciona que “dejaba la versión completa para a web y muchas veces yo veo que dice “ver la noticia completa en la web” o dice “nota más amplia en la web”, entonces esa es la ventaja que tiene la web sobre lo impreso” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal, periodista de “Puro deporte “del diario “La Nación” expresa que “es porque en las páginas web, de los medios hay oportunidad de hacer notas largas, de la mayor cantidad posible y ya no es aquello de que uno se apegó al papel, tiene solamente una porción de la página para hacerla sino que ahora podés hacer la nota lo más grande posible”, “ un periódico impreso tiene una cierta cantidad de noticias y el campo, como decimos hay que pelearse por el campo, sin embargo en una nota web se puede hacer de todo, hacer un top mucho más largo, mucho más grande, con más elementos” “usted en la página web puede hacer notas muy amplias siempre y cuando no aburra al lector, porque podemos hacer notas muy amplias”, (21o. de febrero del 2018), don José Pablo Alfaro, director de “Puro deporte” expresa que “...no hay límite, es decir, en periódico impreso se tienen que llenar cajas y no se puede pasar de ciertas líneas, aparte los elementos gráficos se basan en escrito y fotografía, en cambio

en digital se combinan prensa escrita, con fotografía, con vídeo, con infografía, es decir hay un montón de herramientas adicionales que usted puede utilizar y no hay límite para escribir, usted escribe hasta donde usted considere que su reportaje quedó lo suficientemente completo para ofrecerle a su audiencia” (22 de febrero del 2018). Don Javier Carvajal por su parte considera que “...hay más facilidades me parece que poder utilizar otras herramientas como audio vídeos, tener más campo, más espacio donde utilizar imágenes” (16 de febrero del 2018). Don Walter Herrera director de la sección de deportes del diario “La República” expresa que “Definitivamente, por la inmediatez, entre lo que son los medios digitales y la radio, me parece que realmente son los dos más inmediato, por lo tanto, puede tenerse más información” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema, referencias a la posibilidad de información ilimitada o más amplia en el diario digital

La totalidad de sujetos entrevistados narran de una u otra forma la idea de que en la red “no hay problemas de espacio” (Johnny Castro, 2018), lo cual quiere decir que el periodista no tiene que limitarse a un espacio determinado. Incluso el tiempo es considerado relativo en este tipo de plataformas, por su naturaleza de actividad continua.

Estos medios digitales son considerados “infinitos”, debido a la cantidad de texto que se puede colocar y los hipervínculos que pueden multiplicar al infinito, la cantidad de recursos o ventanas enlazadas. Se considera que en el diario digital se puede transmitir más información, no hay problemas del costo que tienen los materiales de elaboración del diario impreso, razón por la cual es posible extenderse sin gastar recursos de más.

Se explica que en muchas ocasiones se deja la nota más amplia para la edición en digital del diario. Se destaca también la cantidad de elementos que permiten profundizar y enriquecer las notas. Las notas pueden extenderse, pero también los sujetos rescatan la necesidad de atrapar y mantener el interés del usuario.

Diarios digitales en el país (“La República”, “La Nación”, “La Prensa Libre”, “CR Hoy”, “La Teja”, “Diario Extra”)

Se realizará un recuento de menciones importantes que hacen los sujetos entrevistados en relación a los diarios digitales en el país, lo cual permitirá crear una narrativa coherente con base en las opiniones de todos los entrevistados.

Don Johnny Castro, expresa que “Bueno, todos ellos tienen plataformas digitales, el más reciente fue “La Teja” en incorporar el servicio de noticias que no lo venía haciendo y creo que el mes pasado inicio con este servicio, todos tienen plataformas, o tenemos plataformas y pues se utilizan precisamente para dar a conocer estas informaciones” (19 enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte expresa que “Bueno todos hacen periodismo digital porque tienen su sitio web sus páginas en redes” (19 de febrero del 2018). Don Juan Diego Villareal argumenta que “Todos los medios tienen sus páginas digitales, mucho por interés de la persona que los lee”, enfatizando en que “Manfred, si cada quien tiene su página digital, cada quien tiene sus lectores es porque hacen el trabajo bien” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro, opina que “Vamos a ver el periodismo digital es una herramienta, el periodismo digital no cambia por ser digital, desde mi percepción todos los medios que usted menciona hacen periodismo digital, la diferencia es que unos lo hacen con una manera más intensa o con distintos enfoques”(22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte expresa que “Los tres que yo más leo, más considero son “La República”, “La Nación”, y “CRHoy”, esos son los tres periódicos que yo más leo y considero que son los que mejor hacen periodismo digital” (16 de febrero del 2018). Don Walter Herrera argumenta “Me parece que no hay uno que lo haga perfectamente, sin embargo el que más se acerca es CRHoy, utiliza plataformas muy interesantes, la forma en que plantea los temas también es diferente” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Diarios digitales en el país (“La República”, “La Nación”, “La Prensa Libre”, “CR Hoy”, “La Teja”, “Diario Extra”).

De las frases anteriores se desprende que, la totalidad de sujetos entrevistados expresa que todos los diarios mencionados realizan periodismo web, ya que todos poseen plataformas digitales y en redes sociales. Sin embargo surge la noción de que existen

“grados”, lo cual quiere decir que hay diarios con una actividad digital “más intensa”, según la naturaleza o estilo del diario y el gusto de sus públicos meta.

Necesidad de adaptación y actualización del periodista.

Se realizará una recopilación de las frases emitidas por los sujetos entrevistados acerca de la “necesidad de adaptación y actualización del periodista”, con el fin de crear una narrativa coherente con las opiniones de los entrevistados.

Don Johnny Castro, manifiesta que “El reto es estar capacitado siempre, la tecnología cambia todos los días y todos los días salen cosas nuevas”, “el reto, estar actualizado y aprender a trabajar en equipo con otra gente que tiene las habilidades que uno no tiene”, “Más que especializarse necesita capacitarse, porque especializarse es prepararse académicamente y formalmente, cosa que los periodistas normalmente no tienen acceso por el motivo del cumplimiento de sus funciones y además volvemos a lo mismo”. (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte explica que “yo soy un periodista de medio impreso y me encanta lo digital y estoy ahí, ya tengo una página en Facebook para una cuestión ahí, cuando yo estaba en “La Nación”, me preocupaba mucho, bueno y esto cómo va, me preocupaba por editar notas, yo siempre decía, bueno y esto cómo lo vamos a presentar en web”, “creo que uno tiene la experiencia, pero también debe tener la sensibilidad, la curiosidad de saber de qué simplemente hay que aprender algo nuevo cada día” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal expresa que el periodista “Se debe especializar, pero también es de adaptación, yo cuando empecé a trabajar en esto no había internet, no había celulares, no había grabadoras digitales”, “nosotros los más veteranos de hacer periodismo tenemos que adaptarnos a eso, tenemos que aprender a usar redes sociales, tenemos que aprender a usar internet, tenemos que aprender a hacer fotos, a hacer vídeos, porque ya el periodista no es solo el que escribe o el que hace una buena entrevista, hay que desarrollar habilidades para subsistir en este mundo”, “la experiencia habla mucho, pero si no sabés hacerlo, posiblemente te vas a quedar y si no te innovas, sino te desarrollas vas a quedarte fuera de este mundo periodístico”, “Yo creo que cada quien cuando llega a cada medio se va empapando de cuál sistema es el que usa y cuál se deja de usar, por ejemplo nosotros hace poco usábamos un sistema para subir notas a

la página web, ese cambió y tuvimos que aprender a utilizarlo.” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro, respecto a la necesidad de adaptación del periodista digital explica que “Yo creo que totalmente para mí el periodista es periodista, no importa la edad que tenga, tiene que ajustarse por supuesto tiene que aprender a usar las herramientas, a entender que ya una nota no basta, tiene que utilizar otro tipo de elementos para que marque diferencia”, “la actualización diaria para entender las nuevas dinámicas y saber qué es lo que está apareciendo”, “yo creo que si uno lo propone puede adquirir un conocimiento enorme porque se tienen muchas herramientas para poder aprender”(22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal menciona que “Yo opino que no necesita especializarse, para mí es nada más irse adaptando al cambio”, “Yo creo que hay dos, el primero es estar constantemente actualizado, saber qué es lo que uno debe utilizar, cómo utilizar los diferentes programas y adaptarse” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera argumenta “Creo que sí hay que especializarse, la tecnología cambia mucho, cambia rapidísimo día a día, semana a semana, vos ves que salen nuevas aplicaciones, nuevas herramientas que nos facilitan el trabajo y en esto básicamente el que se quede con lo que sucedía años atrás está muerto”, “...definitivamente, hay que ir cambiando, hay que ir acoplándose y buscar no lo que necesariamente la gente pide, pero empezar a darle un rumbo diferente y ver qué es lo que la gente necesita, que es lo importante”, “Uno de los más importantes como decíamos es el capacitarse y no sólo en el periodismo, me parece que en todas la profesiones”, “pero no hay que actualizarse, esa es la importancia de los seminarios, de ahí viene la importancia por ejemplo del colegio de periodistas en nuestro caso, que le envíe de forma masiva a todos sus colaboradores, que se asesoren, que busquen nuevas informaciones, eso es lo que me parece que deberíamos ir haciendo” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Necesidad de adaptación y actualización del periodista”.

Todos los sujetos entrevistados manifiestan la necesidad de estar en continua adaptación, del aprendizaje en el uso de herramientas digitales y la importancia de la

actualización sin distinción de la edad del periodista. Esto debido a la dinámica cambiante tanto de la tecnología como de los entornos digitales.

Esta actualización y adaptación es concebida como un reto diario o constante. Surge la noción de “subsistir en este mundo”, “quedar fuera de este mundo” (Juan Diego Villareal), si no se da esta adaptación o “paso” al mercado digital.

Capacitaciones brindadas en los entornos laborales

Se recopilan las frases expresadas por los sujetos entrevistados acerca de las capacitaciones brindadas en los entornos laborales, por medio de esto se creará una narrativa.

Don Johnny Castro, respecto a este tema comenta que “...hicimos una capacitación a nuestros periodistas para hacer la cobertura de eventos en vivo por medio de Facebook live” agregando que “...Hemos capacitado a los compañeros de cómo hacer los títulos más atractivos a nivel web” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera menciona que “La Nación” sí se preocupó por capacitar a sus periodistas en cuanto a urgir a sus periodistas a que se preparen digitalmente y eso también está en cada uno” (19 de febrero del 2018). Don Juan Diego Villareal expresa que “Sí, hay un grupo especializado en la parte web, que nos va capacitando cuando hay innovaciones en los temas y también nos capacitan para cómo escribir una nota, cómo se va a leer más, como se va a leer menos, muchas cosas desde el título hasta como la redactes, siempre ha sido importante un título atractivo, hoy en día es mayor en la parte web, tiene que ser ese gancho para que abras, le des clic a la nota y la abrís, si es un título aburrido y malo simplemente lo pasas” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro por su parte expresa, cuando se indaga acerca de si en el medio en que labora se imparten capacitaciones sobre periodismo digital expresa que “Totalmente, sí, sí y prácticamente es una necesidad entenderlo, es decir, es entender el contexto que es importante en el caso de “La Nación”, apuesta por suscriptores digitales, hay que entender por qué el modelo de negocio busca eso y no sólo eso, ver cuáles son las herramientas que se pueden tener para incrementar y lograr que el negocio siga siendo funcional” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte expresa, respecto a las capacitaciones en periodismo digital en su medio, “De momento, yo no las he llevado, no sé si las den, yo

apenas tengo tres semanas de estar acá, según tengo entendido sí las hay, pero a mí no me ha tocado asistir” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera explica, “Muy honestamente, sí se hace, sin embargo no es algo constante y se hace simplemente cuando ha cambios muy grandes que nos obligan, se hace por fuerza mayor, a qué me refiero con esto, Facebook cambió sus reglas, Google cambió sus reglas”, “Sí, exacto y sí se trae a profesionales del tema de fuera pero no siempre se enfoca y eso es importante, no siempre se enfoca en todos los periodistas, sólo en los periodistas que trabajan específicamente el área digital por ejemplo los de última hora, pero me parece que es importante que toda la población esté preparada” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Capacitaciones brindadas sobre periodismo digital en los entornos laborales”.

Los sujetos entrevistados refieren haber recibido capacitaciones sobre el uso de herramientas digitales en sus respectivos trabajos, se mencionan capacitaciones en el uso de redes sociales, en la creación de títulos atractivos para la web, cómo escribir notas para el mercado digital, las maneras en que esta va a ser mejor recibida por los usuarios.

Estos diarios digitales impulsan y urgen a sus colaboradores a que se preparen según las necesidades del medio. Es posible observar según los comentarios de los sujetos entrevistados que en “La Nación”, se “urge” a los periodistas a adentrarse en el mundo digital por funcionalidad del medio, las capacitaciones parecen ser más continuas.

En “La República”, por la naturaleza de su público meta (mayoría de ventas en diario impreso), esta parte digital no está tan desarrollada y las capacitaciones se dan cuando se presentan cambios importantes en las dinámicas web, por ejemplo cambio de reglas de Facebook o el cambio de reglas de Google. Los periodistas mencionan la necesidad de que tanto quienes se dedican al periodismo impreso como digital sean parte de las capacitaciones brindadas por la empresa.

Inmediatez y velocidad del periodismo en internet.

Se extraerán las ideas principales acerca de la “inmediatez y velocidad del periodismo en internet” propuestas por los entrevistados, con el fin de crear una narrativa coherente

Don Johnny Castro, comenta que “Ventajas sobre todo a mi criterio es la inmediatez, lo que está sucediendo en 2 minutos, lo puedo tener arriba e informar a todo el mundo, para los otros medios como te digo tenemos horarios y tenemos páginas y tenemos horarios de distribución, esta es una de las ventajas, la inmediatez” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte expresa que la web, “Permite dar noticias en tiempo real eso sería una definición muy empírica, referida a la experiencia”, agregando que “La red es muy volátil, la web es muy volátil” y que “ahora las cosas son más rápidas”, añadiendo que “Eso es el periodismo digital hoy, la inmediatez, combinada con que hay muchos argumentos de este tipo de periódico y por tal razón es hoy lo que rige a nivel mundial”, “La inmediatez, la posibilidad de ofrecer más posibilidades al lector ” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal explica “realmente el periodismo digital hoy en día es la inmediatez”, y que “el periodismo ahora es de inmediatez, pero la inmediatez no se relaciona con matar la noticia, ser lo más inmediato con la mayor velocidad y también el hecho de que sea importante” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro expresa que “La interacción es fundamental ahorita, se puede conseguir en redes sociales, pero también hemos visto muy buenos ejemplos de medios que en sus mismas plataformas han conseguido esa interactividad, le doy un ejemplo, Tripadvisor es un medio que vive de las opiniones que le da la gente dentro de su página, entonces también sin la interacción es difícilísimo conseguir viralidad” (22 de febrero del 2018).

Además, don Javier Carvajal por su parte expresa que “...ahora con las redes sociales es muy importante que las noticias salgan en el momento en el que suceden” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera señala que “Definitivamente por la inmediatez, entre lo que son los medios digitales y la radio, me parece que realmente son los dos más inmediatos, por ende se puede tener más información” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Inmediatez y velocidad del periodismo en internet”.

Otro de los temas que destaca, mencionado de distintas maneras es la noción velocidad e inmediatez característica de los entornos digitales y la necesidad del diario de que las noticias salgan en el momento en que suceden. El término es asociado directamente con el diario vía web “realmente el periodismo digital hoy en día es la inmediatez” (Juan Diego Villareal).

Esta inmediatez es vista como una ventaja y una oportunidad de informar al usuario en tiempo real y “ofrecer más posibilidades al lector” (Arnoldo Rivera). Se menciona el reto de realizar noticias veloces, creativas y de calidad “es un reto siempre, el saber que tenés que hacer las cosas rápido y las cosas bien” (Juan Diego Villareal).

Cuidado con la verificación de la información.

Respecto al tema del “cuidado con la verificación de la información”, se extraen de la entrevista frases alusivas a este, dichas por todos los entrevistados con el fin de crear una narrativa basada en sus conocimientos.

Don Johnny Castro, expresa “el periodista siempre tiene que ser acucioso, siempre tiene que ser analítico, siempre tiene que oler la noticia indistintamente si es digital o no”, ya que “muchas veces en el corre-corre, por ser los primeros podemos obviar como te decía antes reglas básicas de periodismo que debemos seguir indistintamente de la plataforma, que es la confirmación, hay que confirmar primero el hecho que estamos dando a conocer” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera sostiene que “A final de cuentas usted puede publicar en la web, pero si no le creen es igual, o sea usted tiene que tener credibilidad, tiene que saber verificar”, “Y la gran desventaja del periodismo digital es la inmediatez que los hace meter la pata y en el mundo digital, las noticias falsas” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal expresa que, “Ventajas, hablamos de inmediatez, que las noticias además de inmediatas sean verídicas, porque hoy en día gran cantidad de noticias son falsas y tenemos que tener ese cuidado, hay veces que... hay perfiles falsos que instan al error, a la equivocación, a que hagas alguna imprudencia, eso es parte de lo que hay que tener mucho cuidado” (21o. de febrero del 2018).

Además, don José Pablo Alfaro, opina que se “debe tener profundidad en sus temas, porque si al final no la tiene tampoco importa mayor cosa lo que pueda hacer” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte expresa que la inmediatez característica de los diarios digitales “...se presta para que se den muchas noticias falsas, pasan muchos rumores que no necesariamente son ciertos” y que en “Costa Rica sucede que muchos medios en su afán por tirar las noticias primeros dejan la calidad a un lado, estos medios no corren por ser los primeros pero sí por tener la mejor noticia, entonces creo que ahí está la calidad, de las redes sociales y de la caridad periodística que tiene el medio” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera comenta que “...muchas veces se tocan temas para generar rating para generar movimiento en redes sociales por ejemplo y no es lo correcto, no es lo correcto porque no estamos informando sino que estamos generando movimiento en las diferentes redes, donde tenemos que ir es buscar un norte sin desviarnos de lo que es el periodismo básico y puro, ahí es donde se necesita un periodista bien formado que sepa dirigir este tipo de informaciones”, “... entonces lo que tenemos que hacer es saber vendernos, vendernos bien sin salirnos de esa parte veraz”, “el problema de lo digital es que aguanta lo que le pongan, no es como la televisión que tiene márgenes, no es como el periódico que tiene márgenes, yo a una página le puedo poner literalmente lo que sea, cuando sea y en el momento en el que yo quiera y no necesariamente tiene que venir de un profesional, puede venir de cualquier persona, el problema es que tiende a viralizarse este tipo de situación y ahí es cuando incurrimos en el peligro de este periodismo digital” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Cuidado con la verificación de la información”.

La totalidad de entrevistados mencionó la necesidad de la entrega de información veraz a los usuarios a pesar de la dinámica acelerada de la web. Se destaca la necesidad de que el periodista sea crítico, analítico y responsable con las informaciones que adquiere y que realiza para el medio digital.

El comunicador debe respetar las reglas básicas del periodismo indistintamente de si el medio es digital o impreso, verificando siempre los contenidos que adquiere y

emite, para no dar a conocer hechos falsos que puedan dañar a terceros y la credibilidad de la empresa.

La inmediatez es vista como riesgosa, ya que favorece la creación de notas falsas, con calidad ínfima o con poca profundidad. Se explica que existen medios que lo que buscan es solamente “generar movimiento en redes sociales”, no informar, este tipo de sitios “venden”, pero se alejan de la veracidad.

Se explica que en la web hay personas que realizan labores de periodismo, sin tener los estudios requeridos, lo cual implica en muchos casos la creación de notas “amarillistas”, desligadas de la función del periodista que es informar.

Necesidad de inclusión del periodismo digital en los planes de estudio de las universidades del país.

Se extraen las frases alusivas a la “necesidad de inclusión del periodismo digital en los planes de estudio de las universidades del país” expresadas por todos los periodistas entrevistados, creando con esto una narrativa con sus opiniones.

Don Johnny Castro, expresa que la inclusión del tema de periodismo digital en los planes de estudios “es fundamental, para las nuevas generaciones es fundamental porque creo que el periodismo ahora, y no lo digo yo, lo dicen las estadísticas, el 80% de las personas, pues se enteran de lo que está sucediendo a través de este medio. Cada vez la competencia es más fuerte en lo que son las últimas horas, recibimos cada rato notificaciones en nuestros celulares inteligentes sobre lo que está sucediendo y es la forma en la que nos estamos informando” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte sostiene que en “la época en la que estamos viviendo es tanto como no incluir formatos televisivos o de radio, o sea hay que incluir la web y al no incluir eso, no deberíamos ponerlo aparte, para mí debería ser integrado, o sea si estamos dando un curso de periodismo escrito sepa cómo se escribe para la web, si estamos dando un curso de periodismo en televisión, bueno cómo se presenta esto en web, si está dando un curso multimedia, bueno cuáles son todas las características que debemos usar, debemos hacer algo integrado, dejar de pensar que esto es periodismo digital y esto es periodismo impreso, a final de cuentas, las dos esferas se deben

intersecar y seguir haciendo periodismo, a final de cuentas lo que hacemos es periodismo” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal comenta que “Por supuesto porque a eso vamos, si no tenés una base de periodismo digital, estás muerto, porque hoy el periodista tiene que saber hacer de todo, no es aquella persona que sólo escribe, que sólo saca fotos, ya los medios han cambiado y uno tiene que cambiar y por supuesto las bases del estudio deben de cambiar” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro expresa “...que ahora la mayoría de universidades tratan de dar el tema de periodismo digital, desde mi perspectiva a cómo está la cosa, no basta con dar un curso de periodismo digital, para mi debería haber niveles, debería haber cuatro o cinco niveles, como se cursa el periodismo informativo e interpretativo, porque está el primer nivel en el que se tienen que ver las herramientas básicas de redes sociales, google analytics , la manera de mostrar el contenido, después está un segundo nivel en el que se enseñe la creación de sitios web, que conlleve la creación de contenido atractivo y niveles superiores de interpretación de datos, de bases de datos, de infografías, etcétera, desde mi perspectiva no sólo debería ser obligatorio, sino también debería ser un poco más profundo lo que se está haciendo en las universidades” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte comenta que “yo actualmente estoy en la universidad no la he terminado, estoy en la Universidad San Judas Tadeo y no se lleva propiamente un curso de periodismo digital, pero la base es la misma creo yo, si me parece que es importante que se den clases de cómo editar vídeos, de cómo tomar fotografías de cómo editar fotografías, de cómo utilizar diferentes herramientas que lo puedan ayudar a uno” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera sostiene que “Definitivamente, absolutamente, el periodismo digital debería ser, número uno, el tema de trabajo, lo que son los medios tradicionales, hay que ser sinceros están absolutamente saturados, a mí me encantaría ver que las universidades o dejaran de tirar los jóvenes hacia los medios más tradicionales y que busquen nuevas opciones, el periodismo es muy amplio, lo que es la comunicación al final de cuentas es muy amplia, al dar clases de periodismo digital y tener nuevos profesionales en el área digital, esto posibilita crear nuevos empleos, ya las personas van a saber cómo crear una página web, ya van a tener las capacidades y la

información suficiente para generar esta interactividad, saber qué es lo que se necesita y qué es lo bueno” (16 de febrero del 2018).

Narración creada por tema “Necesidad de inclusión del periodismo digital en los planes de estudio de las universidades del país”.

Los sujetos entrevistados concuerdan en la necesidad de que el periodismo digital se incluya dentro de los planes de estudio de las universidades del país, debido a que la gran mayoría de consumidores se informan vía web.

Esto porque el profesional de la comunicación es “multi-tarea”, necesita dominar aspectos como la fotografía, la edición de vídeos e imágenes, la creación de elementos interactivos, la forma de escritura en línea, proporcionar información sobre cómo manejarse y subir contenido a redes sociales, la creación de sitios web, interpretación de datos, infografías. Estos cursos favorecerían la creación de nuevos nichos de empleo periodístico.

Definición del término “multimedia”.

Se realizará la recopilación de las definiciones del término multimedia, empleadas por los sujetos entrevistados, en aras de crear una narrativa de este tema.

Don Johnny Castro, argumenta que el término de “multimedia” se relaciona con el hecho de “poner la mayor cantidad de recursos, hacerlo lo más multimediamente posible, poner vídeos, poner audio, poner gráficos, poner encuestas” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte expresa que lo “multimedia”, “Es básico, es decir es inherente, es la posibilidad de ofrecer vídeos, de ofrecer pequeñas producciones, de hacer cortos, de ofrecer entrevistas complementarias, los gráficos digitales, los gráficos interactivos, creo que es parte” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal argumenta que este término se relaciona al “hecho de que ya no es solamente la nota en sí, diferentes páginas, se pueden utilizar audios, se pueden utilizar vídeos, se pueden utilizar fotos” (21o. de febrero del 2018). Don José Pablo Alfaro, opina que la “multimedialidad o multimedia, es la esencia, es la utilización de los recursos más funcionales dentro de la profesión” agregando que “Las

ventajas que tiene, es que desde mi percepción se puede hacer mucho mejor periodismo, si usted se lo propone, porque tiene un montón de herramientas más, desde vídeo, fotografía, mejores textos, no hay límite de escritura, es decir hay un montón de cosas, también tiene una ventaja, es que hay muchas maneras de diversificar el modelo de negocio, no sólo se logra con publicidad, se pueden vender servicios por internet, se pueden hacer cursos por internet, se pueden hacer un montón de cosas, entonces esa es una ventaja” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal por su parte expresa que “Multimedialidad, esa yo la definiría como que ahora el periodista debe saber de todo, lo que comentamos anteriormente, debe saber utilizar las diferentes redes sociales, debe saber utilizar las diferentes redes y herramientas, las noticias” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera argumenta que “La multimedialidad la podríamos definir como esa capacidad para poner elementos de fotografías de vídeos, toda la parte más visual, de modo que la persona, que le cueste leer, que no quiera leer tenga diferentes panoramas y tenga un contexto distinto de lo que es la información, entonces eso va a enriquecer lo que es la información pura, para entender qué es lo que realmente está sucediendo alrededor en el lugar de los hechos” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Definición del término multimedia”.

Los entrevistados relacionan el término “multimedia”, con la posibilidad de colocar en la ventana del diario además de texto sin límite, recursos digitales como vídeos, audio, gráficos, gráficos interactivos encuestas, entrevistas complementarias, fotos. Estos recursos son percibidos como “funcionales” y enriquecedores para la profesión permitiendo hacer “mucho mejor periodismo, si usted se lo propone, porque tiene un montón de herramientas más” (José Pablo Alfaro, 2018).

Definición de interactividad.

Se extraerán las definiciones propuestas por los entrevistados sobre el término “interactividad”, con el fin de crear una narrativa coherente con estas opiniones. Don Johnny Castro, expresa que la “Interactividad básicamente tiene que ver con la

posibilidad de que el lector o que el usuario interactúe con nosotros, con el medio” (19, enero del 2018).

Don Arnoldo Rivera por su parte añade que “la interactividad con las audiencias es primordial, hay que saber escuchar”, agregando que “usted ya se ve más con la audiencia, de hecho he utilizado el término audiencia porque es el término que se debe utilizar para la interacción, ya no son lectores, ya no son radioescuchas, es audiencia” (19 de febrero del 2018).

Don Juan Diego Villareal argumenta que interactividad se relaciona con “la oportunidad de estar más empapados y estar más cerca del periodista y de lo que se hace”, añadiendo que, “La interactividad hoy con el lector es más allá del Facebook o más allá de los comentarios, le voy a poner que vimos nosotros de hecho, nosotros en los eventos deportivos, incluso políticos, se ha abierto un wasap, porque es una de las herramientas que se tiene para que el lector esté más al tanto” (21o. de febrero del 2018).

Don José Pablo Alfaro, por su parte expresa que “La interacción es fundamental ahorita, se puede conseguir en redes sociales, pero también hemos visto muy buenos ejemplos de medios que en sus mismas plataformas han conseguido esa interactividad, le doy un ejemplo, Tripadvisor es un medio que vive de las opiniones que le da la gente dentro de su página, entonces también sin la interacción es difícilísimo conseguir viralidad” (22 de febrero del 2018).

Don Javier Carvajal comenta que “Interactividad me parece que es principalmente el manejo de redes sociales, cómo interactúa usted con las personas a la hora de publicar sus noticias y también a la hora de construirlas, porque es muy importante tener buena interacción, buena relación con las personas que usted está entrevistando para una noticia, si uno quiere que ellos lo traten con respeto y le den la información que uno necesita” (16 de febrero del 2018).

Don Walter Herrera explica que “La interactividad es de lo que hablamos y de las cosas más importantes, definitivamente la parte digital lo que hace es unirnos a todos, nosotros como medio tenemos que dar la información, pero tenemos que recibir también qué es lo que está sucediendo, tenemos que escuchar porque también es importante escuchar a la población” (16 de febrero del 2018).

Narrativa creada por tema “Definición de interactividad”.

Los sujetos entrevistados relacionan el término interactividad con las posibilidades de interacción entre usuario y creador de contenidos, y la interacción entre usuarios y el medio digital. Para el periodista es necesario “saber escuchar” (Arnoldo Rivera, 2018) las opiniones del usuario.

Don Arnoldo Rivera hace referencia a que a los usuarios no deben ser denominados “lectores” sino audiencia, por el carácter pasivo del término lector, la audiencia implica interactividad e incidencia en el medio digital. Se explica que la interactividad actualmente se maneja desde distintas plataformas, entre las cuales también se utiliza WhatsApp.

Se explica que la interactividad es útil también a la hora de conseguir información para la creación de notas, ya que la buena relación que se tenga con la persona entrevistada influye en la calidad de la información, además permite que las personas contacten al periodista para otorgarle información sobre hechos relevantes, útiles en la creación de contenido.

Análisis de sondeo

El sondeo se realizó por medio de la herramienta denominada “Google Forms”, esta herramienta crea un enlace que se envía por correo y se coloca en diferentes páginas web, con la intención de que los usuarios lo contesten.

- Edad

Respecto al análisis del sondeo es posible observar que respondieron personas de todos los rangos de edad establecidos, en su mayoría respondieron personas jóvenes entre 22 y 30 años.

- Sexo:

La encuesta fue respondida por una mayoría de hombres, en minoría por mujeres.

- **¿Cuál de estos medios utiliza usted para informarse con mayor frecuencia?**

Al indagar cuáles medios se utilizan con más frecuencia para informarse, resulta interesante que una gran mayoría utiliza las redes sociales, seguido otro grupo que utiliza diarios digitales, el diario impreso es utilizado solamente por el mínimo de los sujetos.

- **¿Cómo define el periodismo digital?**

Curiosamente al indagar acerca de la definición del diario digital muchas personas respondieron por medio de adjetivos calificativos de ellos se rescatan aspectos:

- Positivos:

El diario digital es definido por algunos como versátil, necesario, con inmediatez, efectivo, rápido, excelente, ilustrativo, actualizado y eficiente.

- Aspectos a mejorar:

Es definido por algunas personas como “malo”, tan malo como el impreso, limitado, con títulos llamativos y poco contenido, limitado, desvirtuado, de difícil lectura, poco conciso, manipulador, poco veraz y amarillista (esta palabra se repite en 18 ocasiones al referirse a la definición del diario digital). Los aspectos negativos son más que los positivos.

- Definiciones:

Por medio de la revisión exhaustiva de las definiciones de esta sección, se extrae que, el diario digital es visto como un medio de información que se transmite por medio de internet, especialmente en redes sociales.

Conceptos como “tecnología”, “plataforma digital”, “herramientas digitales para su divulgación”, “multimedia”, “inmediatez”, abundan en las respuestas. A este periodismo se accede por celular y computadora, algunos los denominan “medios móviles”.

Es visto como un “nuevo ecosistema” o una “forma de periodismo más adaptada a la sociedad actual”. Este periodismo “no se muestra por medio físicos”. Es de fácil

acceso siempre que se cuenten con los recursos tecnológicos e internet. Proporciona información inmediata.

Permite abrir espacios de discusión. Este periodismo digital se encuentra mezclado con el periodismo tradicional y permite en ocasiones “una lucha por la independencia periodística, contra los grandes intereses que mueven el mercado y que se disfrazan de periodismo”.

- **¿Con qué frecuencia utiliza medios digitales para informarse? Especifique.**

Se observó que la gran mayoría de participantes en el sondeo se informa por medios digitales a diario, un ligero grupo indicó que casi siempre y la mayoría esporádicamente, con lo cual podría indicar que en Costa Rica el consumo de la información digital es masivo y frecuente.

- **¿Ha ingresado a la página web del periódico “La Nación”?**

Al indagar sobre el ingreso a la página web de “La Nación”, la mayoría de la muestra asegura haber ingresado a la página y un pequeño grupo que nunca ha accedido a ella.

- **¿El contenido de la página web del periódico “La Nación” cumple con sus expectativas?**

Al indagar acerca de si el contenido de la página web del periódico “La Nación” cumple con sus expectativas, un alto porcentaje de la muestra responde que no. A pesar de que la muestra no es representativa, los números resultan alarmantes. Estos datos podrían sugerir que una parte significativa de la población no se siente conforme con el contenido de este diario digital.

- **¿Cuál es su opinión con respecto a la página web del periódico “La Nación”?**

Por medio de la revisión de las definiciones de esta sección, se extraen opiniones:

- Positivas:

Personas opinan que “La Nación” digital es “buena”, “completa”, “ordenada”, simple, sencilla, práctica, de fácil comprensión, equilibrada, información variada y precisa, “abastecida de los acontecimientos nacionales importantes”, “dinámica”, contiene vídeos y fotos. Hay personas que consideran que la página digital de “La Nación” es la mejor del país y sin embargo que a su vez tiene “limitantes en cuanto a planteamientos de temas y evidente sesgo”, “es necesario que se trabaje de manera más decidida su jerarquización de la primera plana”, “es sumamente pesada por simplemente hacer un traslado del diario impreso al espacio digital.

- Aspectos a mejorar: Hay personas que expresan que no les gusta la página, por ser un medio “sesgado”, en el que sólo “informan lo que les conviene”, “periódico con falta de objetividad, sólo busca clics”; con “demasiados temas de política y comercio”, por otros es percibida como “poco amigable” y tendiente a utiliza frases cortas para generar polémica. La enorme mayoría de las personas que respondieron el sondeo mostraron desagrado porque el medio limita la cantidad de noticias visualizables para las personas sin suscripción. Frases como “no logro acceder a las noticias que necesito”, “tienen acceso limitado”, “demasiadas notas de que hay que ingresar usuario”, “cuesta encontrar noticias” “es mala, pide registro para terminar de leer la nota”, “ la mayoría de las veces sale una notificación de registrarse, si no, no se muestra el contenido”, “incómoda”. En base a esta incomodidad surgen comentarios como “me pareció un desacierto por el cobro por acceder”, y “deben buscar nuevas maneras de monetizar”.

- **¿El contenido de la página web del periódico digital “La Nación” cumple con sus expectativas?**

La mayoría de las personas que responde el sondeo afirma que el contenido de “La Nación” cumple con sus expectativas. Sin embargo, el porcentaje faltante de la muestra sostiene que este diario no cumple con sus expectativas, el número de personas disconformes es importante, lo cual podría indicar que este diario tiene aspectos a mejorar.

- **¿Qué aspectos resaltaría usted del formato de la página web del periódico “La Nación”?**

- Aspectos positivos:

Entre los aspectos positivos se destacan la interfaz, el diseño, cantidad de noticias, el buscador de noticias, la barra por temáticas, se menciona que es dinámica, simple de utilizar, contiene entrevistas en vídeo, es ágil, estética, actualizada, contiene información valiosa, variada, útil, dividida en secciones, posee una buena ubicación de noticias.

- Aspectos a mejorar:

Como aspectos negativos se destacan las gráficas poco atractivas, falta de inmediatez y el hecho de que contiene las noticias exactamente igual que en el medio físico.

- **¿Cuál sección de la página web del periódico digital “La Nación” visita con más frecuencia?**

La sección más visitada es la de “Deportes”

- **¿Considera necesario hacer cambios a la página web del periódico “La Nación”?**

En esta pregunta, los criterios estuvieron muy parejos, un ligero porcentaje mayoritario de quienes respondieron el sondeo opinan que no es necesario hacer cambios a la página web del diario “La Nación”, sin embargo el restante consideran que se deben hacer cambios. A pesar de que la mayoría opina que no se deben hacer cambios, la brecha es muy pequeña. Sería útil realizar sondeos que determinen qué cambios considera la gente que son necesarios para este medio digital.

Diario digital “La República”

- **¿Ha ingresado a la página web del periódico “La República”?**

Se observa que la mayoría de las personas que respondieron la encuesta nunca han ingresado a la plataforma digital de este diario. Un porcentaje restante que ha ingresado.

- **¿Cuál es su opinión con respecto a la página web del periódico “La República”?**
- Aspectos positivos: actualizada, eficiente, abastecida, sobre y bien dirigida a su público meta.
- Aspectos a mejorar: aburrida, demasiados anuncios, desordenada, falta dinamismo, al ser de pago no interesa, “al enfocarse solamente en lo financiero decepcionó a muchos de sus seguidores”.
- **¿El contenido de la página web del periódico “La República” cumple con sus expectativas?**

Se observa que un alto número de personas expresa que la página no cumple con sus expectativas, sin embargo este puede no ser un dato real, ya que una mayoría refirió nunca haber ingresado a la plataforma digital de este diario.

- **¿Considera necesario hacer cambios a la página web del periódico “La República”?**

Se analiza que de igual forma que el otro medio, muy parejo porcentaje indica en mayoría de forma directa, que es necesario realizar cambios a la página web de “La República”, mientras el restante indicó que no, al estar satisfechos de como está estructurada la página.

- **¿Qué aspectos resaltaría usted del formato de la página web del periódico “La República”?**

- Aspectos positivos:

Se destaca que este medio abarca temas que otros medios de comunicación no cubren, es accesible, carece de sucesos, es rápido y eficiente en la búsqueda de noticias, es más amigable con los usuarios, es más profesional, contiene imágenes grandes que permiten verla mejor (personas con discapacidad visual), provee información más exacta, brinda información verdadera, orienta acerca

cómo marcha el país a nivel económico, es simple y amigable con los dispositivos móviles.

- Aspectos a mejorar: Falta más información interactiva, es necesaria una reorganización total.
- **¿Cuál sección de la página web del periódico digital “La República” visita con más frecuencia?**

La sección más visitada en esta plataforma digital es “Nacionales”.

- **¿Considera que la prensa digital podría desplazar a la prensa escrita? ¿Por qué?**

Respecto a esta sección las opiniones se encuentran divididas, por lo tanto se realiza un resumen de las razones por las cuales el diario digital sí desplazará a la prensa escrita:

- La desplazará a mediano plazo.
- Ya la desplazó, es más ecológico.
- Es más accesible
- Sí, quienes compran prensa escrita son personas de más de 40 años, las nuevas generaciones consumirán prensa digital.
- La mayoría se informa por medio de redes sociales.
- Sí porque es más rápida e inmediata
- Sí por el proceso globalizador
- Es más fácil de consultar.
- Es gratuito y se puede ver cuando se desee.

Se realizará un resumen de las razones por las cuales el diario digital no desplazará a la prensa escrita:

- Hay un sector de la población que prefiere prensa escrita.
- Son públicos diferentes
- La prensa escrita está a mano cuando todo lo demás falla, como en un apagón.

-No porque la prensa digital no brinda la misma fiabilidad de la prensa escrita.

-Ambas coexistirán

-Ambas se complementan

- “Creo no, porque en los próximos 30 años se requiere de la prensa escrita primero porque hay un porcentaje de alfabetización en Costa Rica que necesita de este tipo de alternativa en nuestro país. Ellos con costo sacaron la primaria y no tienen posibilidades económicas para acceder constantemente a la información digital y además no se ustedes pero no es lo mismo tomarse un café leyendo el periódico con un café que viéndolo en la computadora o en un celular”.

-No, por el gusto de sentir el papel.

-No, porque muchos no tienen acceso a internet.

- **¿Considera que el grupo “Nación” y “La República”, cuentan con los medios tecnológicos para ejercer el periodismo digital?**

Con respecto a esta interrogante se encontraron tres categorías de respuestas diferenciadas:

- a) Sí; entre las razones de por qué si, se argumenta: “porque ellos tienen la tecnología necesaria para manejarse en internet”, “porque poseen equipos capacitados”. Otros opinan que sí tienen los medios tecnológicos pero deben reorganizarse para poder ejercer realmente el periodismo digital. La mayoría opina que sí tienen los medios tecnológicos.
- b) No, entre las razones de por qué no destacan, “porque les faltan más herramientas para una real interacción digital”, porque “en comparación con los medios digitales internacionales que tienen agilidad, actualización y capacitación, les falta mucho camino”.
- c) Personas que expresan que la Nación sí tiene los recursos y el diario la República.

CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Respecto al primer objetivo de:

- Analizar el grado de concordancia entre el uso, utilidad, del periodismo digital con la innovación y formación de las y los colaboradores de la República y La Nación.

Se obtiene que los periodistas en su labor diaria aplican los conocimientos adquiridos por medio de capacitaciones prácticas impartidas por los diarios en los que laboran y por aprendizaje “autodidacta”, sin embargo se considera necesaria la profundización en el tema del periodismo digital, debido a que en su mayoría las personas entrevistadas manejan este tema de manera “empírica”.

Tanto “La Nación”, como “La República” hacen uso del periodismo digital, sin embargo “La Nación” tiene una presencia más fuerte en la red, mayor cantidad de elementos multimedia e hipervínculos. La república tiene un formato más sobrio, ordenado y dirigido a un público definido, con menor cantidad de anuncios.

Los dos medios brindan capacitaciones a sus colaboradores, en temas como el uso de redes sociales, la creación de títulos atractivos para la web, cómo escribir notas para el mercado digital. Estos diarios además de estas capacitaciones, impulsan a sus colaboradores a adecuarse a las necesidades web del medio.

Sin embargo estas capacitaciones parecen ser focalizadas solamente en aspectos funcionales, ya que los periodistas entrevistados mostraron dificultades al definir conceptos como “hipertextualidad”, básicos de la dinámica digital, en base a esto se concluye que son necesarias capacitaciones más amplias y profundas en el tema.

En “La Nación”, las capacitaciones parecen ser más continuas que en el diario “La República”, en el cual se reciben solamente cuando hay cambios drásticos en algún entorno web. La menor presencia del diario “La República” en la web radica en que su

enfoque está en el diario impreso, por lo que en ocasiones el diseño del entorno digital contiene pocos elementos propios de un diario digital. Se concluye que es necesaria la capacitación constante para adaptarse al medio web en constante transformación.

Por medio de las entrevistas se destaca la importancia de que el periodismo digital sea incluido dentro de los planes de estudio en las universidades del país, permitiendo formar profesionales “multitarea”, que puedan adecuarse a diferentes nichos laborales. Ninguno de los periodistas menciona haber recibido cursos universitarios sobre periodismo digital.

Se destaca también la necesidad de que el periodista sea autodidacta, se acerque a las distintas plataformas digitales para aprender el uso de las diferentes herramientas que ofrece el entorno digital. Es necesario que todos los periodistas sin distinción de edad se adecúen a este mercado.

Por tanto.

- El periodismo digital es utilizado por ambos medios.
- Los dos medios capacitan a sus colaboradores en temas de utilidad práctica para realizar trabajos en el diario digital.
- Es necesaria una capacitación más amplia y profunda en periodismo digital.
- Resulta básico que se incluya el periodismo digital dentro de los planes de estudio, lo cual podría generar nuevos nichos de empleo.
- Además del estudio universitario y las capacitaciones el periodista debe ser “autodidacta” aprendiendo por su cuenta el uso de las herramientas más actuales, para adecuarse a la demandante tarea de realizar periodismo digital.

Objetivos específicos

Respecto al objetivo específico de:

- Determinar el conocimiento que poseen las direcciones de los medios y las y los periodistas de “La República”, “La Nación”, con respecto al periodismo digital.

Se determina que las direcciones de los medios “La República” y “La Nación”, poseen conocimientos útiles y prácticos para laborar en el entorno digital, estos conocimientos se obtienen por medio de capacitaciones y estudios de manera “autodidacta”, sin embargo se considera que falta profundización en este tema.

- Identificar los principales recursos tecnológicos utilizados por los comunicadores de los medios: “La República” y “La Nación”, en el área de periodismo digital.

Las redes sociales son propuestas como el principal recurso tecnológico utilizado por los comunicadores. La totalidad de los sujetos entrevistados relaciona directamente el periodismo digital con las redes sociales.

Estas redes sociales son percibidas como una herramienta básica en la transmisión de contenido periodístico de manera masiva. Esto resulta interesante, ya que de acuerdo al sondeo la mayoría de personas entrevistadas, explica que utiliza las redes sociales para informarse, colocándose como la forma más utilizada para consumo de noticias.

Además 88 personas de un total de 100, afirman conectarse diariamente para informarse por medios digitales, podría indicar un consumo masivo y recurrente de noticias vía redes sociales. De esta forma se perfila que el periodista actualmente debe tener las redes sociales como herramienta básica, que le permita la difusión masiva de información.

- Establecer las características del periodismo digital de los medios: “La República” y “La Nación”.

Por medio del análisis de contenido de estos diarios se concluye que ambos ya sea en su página de búsqueda poseen características propias de un diario digital, como son interactividad, interactividad selectiva, interactividad comunicativa, hipertexto, multimedialidad, documentación ilimitada, actualidad múltiple, actualidad reciente, actualidad sincrónica, actualidad prolongada, actualidad permanente y personalización, no se encontraron elementos de no actualidad.

El diario “La Nación” posee más elementos interactivos que “La República”, las ventanas de las noticias son más llamativas, las imágenes son más grandes, contiene mayor cantidad de hipervínculos. En “La Nación” se utiliza a menudo el lenguaje

informal dependiendo del estilo de la noticia consultada, sin embargo presenta gran cantidad de anuncios (aproximadamente 7 por noticia), estos anuncios son grandes, llamativos e interactivos, las notas tienden a ser cortas, con párrafos que no superan las 5 líneas. La narrativa directa y corta de “La Nación”, se adecúa de mejor manera a las necesidades de “ahorro de atención” del lector digital, este tipo de escritura facilita que el lector consuma de manera completa la nota.

“La Nación” adecúa el estilo periodístico al tipo de noticia que presente, variando entre el estilo explicativo y el informativo. Sin embargo resulta interesante el hecho de que un 45.6% por ciento de quienes contestaron el sondeo afirma no estar satisfecho con la plataforma digital del diario “La Nación”, una cantidad significativa de personas del sondeo afirma que la página es “poco amigable” con el usuario debido a que posee un acceso limitado para las personas que no están suscritas.

El diario “La República” utiliza un estilo periodístico informativo en todas sus notas, la plataforma contiene todos los elementos propios de un diario digital, sus notas son consistentes, con párrafos grandes, predomina el lenguaje formal y especializado, las imágenes tienden a ser pequeñas, la plataforma es ordenada, con pocas noticias pequeñas (4 por ventana), estas características provocan que algunas personas del sondeo consideren esta página web, “aburrida” y “con falta de dinamismo”.

- Indagar acerca de la percepción que tienen de las personas de los medios digitales de “La Nación” y “La República”.

“La Nación”.

Por medio de la revisión del sondeo se desprende que un 54% de los participantes afirman que el contenido de “La Nación” cumple con sus expectativas. Sin embargo un 45.6%, sostiene que este diario no cumple con sus expectativas. El número de personas disconformes es importante, lo cual podría indicar que este diario tiene aspectos a mejorar.

Del sondeo se desprende que existen dos tipos de percepciones predominantes respecto este diario digital:

-Positivas: En el sondeo personas comentaron que este diario digital tiene como cualidades, ser completo, ordenado, de fácil comprensión, dinámico, con una interfaz agradable, se destaca que el diario presenta entrevistas en vídeo.

-Negativas: Personas comentaron que este diario es sesgado, informando sólo lo que le conviene, que es poco objetivo, incómodo y poco amigable con el usuario, debido a la dinámica de limitar el contenido a las personas sin suscripción. Los participantes en el sondeo expresan que el cobro por acceder a la información es un desacierto.

“La República”.

Por medio del sondeo se determina que el diario digital “La República” es menos conocido que “La Nación”, debido a que un 57.4% de los participantes del sondeo afirman nunca haber ingresado a la página web de este diario. Sin embargo se encuentran dos tipos de percepciones predominantes respecto a este diario digital:

- Positivas: La página es percibida por algunos como actualizada, eficiente, accesible, amigable con el usuario, provee información verídica y es amigable con los dispositivos móviles.
- Negativas: Algunos participantes perciben esta página como aburrida, desordenada, con falta de dinamismo, poco interactiva.

Sistematización

Los periodistas en su labor aplican tanto conocimientos adquiridos por medio de capacitaciones, como conocimientos empíricos. Las capacitaciones que reciben se enfocan en temas como uso de redes sociales, redacción para el medio digital y creación de títulos atractivos, sin embargo debido a la amplitud y demanda del periodismo digital se considera necesaria una profundización en el tema. Resulta importante que estas capacitaciones sean impartidas a todos los periodistas (sin distinción de si laboran en el medio impreso o digital, ya que todos en algún momento deben subir contenido a plataformas web). Las redes sociales se presentan como la principal herramienta del periodismo digital.

Tanto el diario “La Nación”, como la “República”, poseen las características propias de un diario digital, como son interactividad, interactividad selectiva, interactividad comunicativa, hipertexto, entre otras. “La Nación”, posee una plataforma más interactiva que el diario “La República”, sin embargo al parecer de los participantes del sondeo ambos tienen aspectos que mejorar.

Recomendaciones

- 1) Los periodistas entrevistados destacan la necesidad de que tanto quienes se dedican al periodismo impreso, como al digital reciban capacitaciones, ya que en algún momento a todos les corresponde subir contenido a la web. Por tanto se recomienda a los diarios, de ser posible, capacitar a todos los periodistas en el uso de herramientas digitales básicas.
- 2) Se recomienda la profundización en el tema del periodismo digital, ya sea por medio de capacitaciones, de estudios universitario o de cursos vía web, ya que los sujetos entrevistados no lograron dar definiciones certeras de términos como hipertextualidad, además la mayoría relaciona el periodismo digital solamente con el uso de redes sociales, lo cual podría limitar el campo de acción del periodista en la web.
- 3) Se recomienda a las universidades impartir cursos específicos y detallados sobre periodismo digital, ya que esto es visto como una necesidad por los periodistas encuestados.
- 4) Se recomienda que en las universidades y en las capacitaciones se aborde el tema de la “ética periodística en el mundo digital”. Debido a que la dinámica de la inmediatez a veces no permite cumplir con los criterios deontológicos de respeto a la privacidad y verificación de la información. Esto se presenta como una preocupación presente en el discurso de todos los periodistas consultados.
- 5) Se recomienda la implementación de cursos enfocados específicamente en el periodismo de redes sociales, ya que este tipo de periodismo es percibido por los entrevistados como la “herramienta por excelencia” del periodismo digital. Lo cual se ve confirmado en el sondeo en el cual un 62.3% de los participantes afirma utilizar redes sociales. De los 100 participantes 88, afirma utilizar la web para informarse diariamente, lo cual perfila las redes sociales como un medio masivo de

consumo de información periodística constante. Es así que se recomienda especialmente abordar el tema de la “rentabilización” de las redes sociales para el periodismo digital.

- 6) Se recomienda, de ser posible, que los medios de comunicación digitales utilicen las nuevas herramientas multimedia, para crear espacios de mayor accesibilidad a personas con discapacidad, ya que no se observó que ninguno de los medios consultados permitiera la accesibilidad. Esta idea surge en base al comentario de una persona con problemas visuales en el sondeo donde expresa que le agrada más el diario “La República” porque posee imágenes más grandes, las cuales puede ver mejor.
- 7) Al diario “La Nación”, participantes del sondeo le recomiendan “trabajar de manera más decidida su jerarquización en la primera plana”, que construya un diario realmente “digital” y que no haga solamente traslado de información del diario impreso a la web. Además participantes del sondeo expresan que el cobro por acceder es un desacierto y recomiendan “buscar nuevas maneras de monetizar”.
- 8) Al diario “La República” participantes del sondeo recomiendan la implementación de una interfaz más atractiva y dinámica, además recomiendan la diversificación de temas.

CAPÍTULO VI

Propuesta

En la página web de la Universidad Internacional de las Américas, en la ventana de “Periodismo”, se acota que el estudiante “comprenderá las nuevas necesidades y los avances de la información; entre ellos, el periodismo alternativo y el periodismo digital (UIA, s.f, párr. 1). Es así que la U.I.A, se preocupa por la formación en periodismo digital de sus estudiantes.

Por medio de esta investigación se propone que en los cursos habituales de la carrera que abordan el tema del periodismo web, como son, programación en Internet o periodismo en Internet, se creen espacios para trabajar temas como periodismo en redes sociales, monetización de entornos web, creación y edición de fotografía y vídeo, ética en el periodismo digital y creación de espacios de accesibilidad a personas con necesidades especiales en entornos web.

Incluso en cursos como “Técnicas de redacción Periodística”, resultaría útil abrir un espacio para aprender acerca de redacción en entornos web, creación de títulos atractivos, redacción según el público meta y según las diferentes plataformas.

Se podrían realizar conferencias o conversatorios enfocados en el tema del periodismo web, lo cual permitiría la actualización en este tema. Resultaría útil impartir cursos vía web acerca de periodismo digital, lo cual permitiría acercar a los alumnos a estos entornos.

Resultaría útil repartir boletines impresos elaborados por los estudiantes acerca del periodismo web, además se podrían enviar por correo boletines digitales, con información sobre tendencias en periodismo digital, creados por los estudiantes como parte de los cursos, esto permitiría informar a toda la comunidad de estudiantes de periodismo acerca de la utilidad y tendencias actuales en periodismo digital, lo cual favorece que abran sus expectativas a otros nichos de empleo, necesarios actualmente.

Como parte de los cursos algunos alumnos asignados por días podrían realizar pequeñas pesquisas acerca de las tendencias de periodismo digital, las cuales pueden ser compartidas con los compañeros al iniciar la clase, esto permitirá estar en constante actualización y conocer la realidad del país respecto a este tema.

Las investigaciones acerca del periodismo digital en el país son escasas, por lo tanto se propone a instar a los estudiantes a realizar investigaciones en esta área que enriquezcan el conocimiento generado en el país.

Se propone también la creación de una página de Facebook con el tema de “Periodismo digital”, que se posicione como un espacio de creación de contenido original y difusión.

Esta página permitiría un acercamiento de los estudiantes al mundo digital, ya que ellos mismos como parte de los cursos podrían ser los generadores del contenido que allí se exhiba, ganando así experiencia en esta área.

La creación de un sitio así acercaría al estudiante a su público meta, esto permitirá aprender acerca de las variaciones que se dan en el entorno web y cuáles de sus propuestas resultan más llamativas al público, sirve para practicar redacción, creación de notas con formato web (con elementos hipertextuales y multimediales).

Permitirá a los alumnos aprender acerca de la ética en medios digitales, ya que antes de publicar se debe corroborar la información, cuidar los derechos de autor, la imagen de terceros, entre otros.

Esta página también podría servir como plataforma de construcción colectiva, los usuarios podrían subir el material que tienen acerca del periodismo digital y servir como base para almacenamiento de archivos relacionados al tema.

Desde la página de Facebook, se podrían colocar hipervínculos hacia blogs o notas creadas por los estudiantes de los cursos, conformando una creación colectiva en continuo movimiento, además permitiría a los estudiantes aprender acerca de la monetización de las redes sociales y de las páginas web.

Abriría un espacio de debate y contraste, facilitaría entablar diálogos acerca del periodismo digital en Costa Rica y establecer comunicación con personas de otros países enriqueciendo la página por medio del contraste de experiencias en este campo.

REFERENCIAS

- Abela, J. (2002). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Revista Scielo*, 10. (2) 1-34. Recuperado de: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S2001o.3.pdf>
- Arce, S., Morales, Z. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. España: Fundación Telefónica y Editorial Ariel.
- Albornoz, L. (2006). *Periodismo Digital: los grandes diarios en la Red*. Argentina: La Crujía.
- Ayerdi, M. (2002) Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5 (51).
- Barrantes, R. (2009). *Investigación: un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo y cuantitativo*. Costa Rica: EUNED.
- Barrios, A., Zambrano, A. (2014) *Convergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista*. *Revista Anagramas*, 13 (26) 221-240 Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/anagr/v13n26/v13n26a12.pdf>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*: Editorial Shalom
- Benavides, L., Quinteros, H. (2004). *Escribir en prensa*. España: Pearson
- Bertolotti, P. (2001). *Literatura y elitismo en el siglo XXI*. (Ponencia). Universidad Nacional del Nordeste, Argentina.
- Bougnoux, D. (1999). *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Argentina: Nueva Visión.
- Bravo, H. (2007). “Microblogging hacia un futuro móvil inalámbrico” [online]. Disponible en: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/microbloggin-g-hacia-un-futuro-movil-e-inalambrico/>
- Bravo, H. (2008). “Servicios para compartir vídeo en vivo” [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/servicios-para-compartir-vídeo-en-vivo/>

- Briggs, M (2007). "Periodismo 2.0". [Versión PDF]. Recuperado de: https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf
- Bullón, P. (1999). "Algo está cambiando". [Versión PDF]. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art35.htm>
- Casciari, H. (2006) "¿Qué es el periodismo digital: el día que cada persona sea la Agencia EFE?". [Versión PDF]. Recuperado de: <http://www.infonos.com/ecm.php?IdItem=2207>
- Calvo, G. (2015) "Análisis cualitativo y tendencias de los participantes (profesionales y académicos) en eventos realizados en España sobre periodismo digital y redes sociales". *Revistas Científicas Complutenses. Universidad Complutense.* (21) 35-48
- Carmirol, R. (2013) Estrategia de mercadeo para el periódico Semanario Universidad de la Universidad de Costa Rica. (Trabajo Final de Graduación). Universidad de Costa Rica.
- Castells, M. (2003). *La Galaxia Internet*. España: Brosmac
- Cebrián, J. (2000). *La Red Grupo*, edición actualizada. España: Santillana Editores.
- Cruz, Á., Suárez, V. (2017). "Pautas deontológicas para el periodismo digital". *El profesional de la información*, v. 26, n. 2, pp. 249-254.
- ¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página? (2016) Recuperado de: https://knowledge.hubspot.com/es/articles/kcs_article/reports/what-is-the-difference-between-visitors-visits-and-page-views
- Dávila, N. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales, (12) 180-205.
- De Assis, C.(2012). Periodismo sin poder: Un estudio de un caso en "El país.com"; "El mundo.es" y "ABC.es". *Revista Chasqui* (118)
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., Varela, R. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Revista de investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.

- Echeverría, L. (2000). "Internet y el periodismo electrónico". [Versión PDF]. Recuperado: <http://www.saladeprensa.org/art08.htm>
- Echeverría M., Viada M. (2014). Periodismo en la web: lenguajes y herramientas de la narrativa digital. Argentina: Editorial brujas
- El País, "Yo, periodista digital" (2007) [on line]. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/periodista/digital/elpepisoc/20070418elpepisoc_9/Tes
- Falla, A. (2009). Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores. [Versión PDF] Recuperado de: <https://es.slideshare.net/stephaniefalla/tesis-periodismo-digital>
- Frankenberg, L. (2015). Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, (23), 97-123.
- Galindo, C. (1997). Comunidad virtual y cibercultura. [VersiónPDF] Recuperadode: https://www.researchgate.net/publication/27390985_Redes_comunidad_virtual_y_cibercultura
- Gelado, P. (2004). "Podcasting: Mp3 y RSS revolucionan la radio en Internet". [Versión PDF]. Recuperado de: <http://www.informediario.com/2004/10./podcasting-mp3-y-rss-revolucionan-la.html>
- Grijelmo, A. (2003). El estilo del periodista. España: Grupo Santillana de Ediciones S.A
- Heeter, C. (1989). Implications of new interactive technologies for conceptualizing communication. Media use in the information age: Emerging patterns of adoption and consumer use.
- Hernández, S., Fernández, C., Baptista, L. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill, Interamericana editores.

- Hernández, Ó. (2004). Estadística elemental para ciencias sociales. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Leñero, V., Marín, C. (1986). Manual de periodismo. México: Grijalbo
- Luque, P., Perea F. (1998):“El reto de crear noticias online. Análisis de la comunicación online actual y perspectivas de futuro”. [Versión PDF] Recuperado de: <http://webs.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/noticias.htm>
- Manfredi S., Herranz, J., Rojas T. (2015). Innovación en el periodismo emprendedor deportivo. Modelo de negocio y narrativas. Revista El profesional de la información. 24 (3).doi: <https://doi.org/10.3145/epi.2015.may.06>
- Menendez, A., Toussaint, F. (1989). Prensa y nueva tecnología. México: Trillas
- Millán, J. (2008). Manual de urbanidad y buenasmaneras en la Red. España: Malusina.
- Muñoz, A., Nicaragua, N. (2014). Un acercamiento a la brecha digital en Costa Rica desde el punto de vista del acceso, la conectividad y la alfabetización digital. e-Ciencias de la Información, 4(1), 1-29.
- Navarro, Z. (2001) Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>
- Navarro, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. Comunicar, 17(33), 35-43.
- Orihuela, J. (2001) “Promesas de la era digital”. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art170.htm>
- Pérez, M. (2003). El concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles (www. elpais. es, www. elmundo. es, www. abc. es). [Versión PDF] Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/4668/>
- Periodismo (s.f). [Versión PDF] Recuperado de: <https://universidades.cr/carreras/periodismo>
- Quim, G. (s.f) Diseñando el periodista digital. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>

- Quirós, L. (2011). Revistas de Costa Rica de cara a la digitalización: el caso de revistas de “Perfil” y “Eka” empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 167 (184) 128-129. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/sociales/article/view/8757/8251>
- Ríos, H. (2010.). El lenguaje: herramienta de reconstrucción del pensamiento. Razón y palabra. *Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación*, 15(72). Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/27_Rios_72.pdf
- Rizo, M. (2005). La intersubjetividad como eje conceptual para pensar la relación entre comunicación, subjetividad y ciudad. *Razón y palabra*, 10.(47). Recuperada de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1308464>
- Rosique, C., Barranquero, C. (2015). Periodismo lento (Slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica. *Revista el Profesional de la Información*, 24(4), 451-462. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/jul/12.html>
- Ruiz, F. (2014). Cómo entender al periodismo Selección de la obra de Wolfgang Donsbach. Argentina: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. España. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10.803/4189/ar1de1.pdf>
- Sáenz, P. (2011) El periodista digital en los medios Prensa Libre, *El Periódico*, Siglo XXI, *Diario La Hora: Perfiles y Retos* (Tesis de licenciatura). Universidad San Carlos Guatemala. Guatemala. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0848.pdf
- Sagot, J. (24 de Setiembre de 2009). El costarricense no lee. *La Nación*. Recuperado de http://www.nacion.com/ln_ee/2009/septiembre/24/opinion21o.0290.html,
- Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Telefónica & Editorial Ariel. Recuperado de: <http://www.salaverria.es/blog/2016/02/22/ciberperiodismo-en-iberoamerica-nuevo-libro/>

- Sánchez, D. (2008) El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4 (1), 67-73. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=6954011o>.
- Sánchez, C. (2017) Manual de estilo periodismo digital. [Versión PDF] Recuperado de: <http://saber.ucv.ve/bitstream/123456789/14238/2/Completo.pdf>
- Soluciones profesionales La República, 65 aniversario. (s.f.). [Blog]. La República.net.
- Tirzo, J. (2011). Investigación sobre periodismo digital. *Revista Mexicana De Comunicación*, 23(127), 8. Recuperado de: http://biblio3.url.edu.gt/Libros/imp_dig_esp.pdf
- Trejo, R. (2001) “Vivir en la Sociedad de la Información, Orden global y dimensiones locales en el universo digital”. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>
- Universidades.cr (2018) Periodismo. [Versión PDF] Recuperado de: <https://universidades.cr/carreras/periodismo>
- Varona, A., Sánchez, M. (2016). Las redes sociales como fuentes de información periodística: Motivos para la desconfianza entre los periodistas españoles. *El Profesional De La Información*, 25(5), 795-802. Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2016.sep.1o>.
- Vélez, Q. (2014) Diseño de sondeo. Facultad de Ciencias Sociales. [Versión PDF] Recuperado de: <http://cms.univalle.edu.co/socioeconomia/media/files/V%C3%A9lez%20Hernando%20-%20Dise%C3%B1o%20de%20Sondeo%201-14.pdf>
- Weblogssl, (2004). “Qué es un blog [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.weblogssl.com/que-es-un-blog>
- Williams, F., Rice, R., Rogers, E. (1988). *Research methods and the new media*. [Versión PDF] Recuperado de: https://books.google.co.cr/books/about/Research_Methods_and_the_New_Media.html?id=rhZO_kjNeyMC&redir_esc=y
- Zamora, M. (2006) “Podcast, la radio de la era digital”. [Versión PDF] Recuperado de: <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/podcast/>

Zamora, M. (2006). “Redes sociales”. [Versión PDF] Recuperado de:
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/>

Zúñiga, Q., Saborío, S. (2006). Los noticiarios son noticia. (Tesis de licenciatura)
Universidad de Costa Rica, Costa Rica. Recuperado de:
<http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10.669/15991>

APENDICES

A) Tabla de análisis de contenido:

Elementos a analizar	Definición
Interactividad:	Se refiere a “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación de darle un mayor poder a sus usuarios/lectores en la construcción de la actualidad ofreciéndole tanto posibilidades de selección de contenidos como de expresión y comunicación” (Rost, 2006, p. 14). De este aspecto se desprenden la interactividad selectiva y la interactividad comunicativa.
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el diario permite la interactividad, comunicación entre usuarios, expresión, selección de contenidos según gustos personales.
Interactividad selectiva:	Corresponde “a la relación que establece el lector con los contenidos del medio o con el sistema informático. Consiste en que el lector “pregunta” y el sistema le responde automáticamente”(Rost, 2006, p.15)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el lector puede interactuar con los contenidos del medio digital.
Interactividad comunicativa:	Esta interactividad “implica relaciones más complejas debido a que aquí todos los actores son personas que entran en contacto en contextos diversos. El lector es aquí no sólo un receptor (interactivo) sino también un productor de contenidos”. (Rost, 2006, p.15)
Aspectos a observar en el diario:	Se observarán las relaciones entre usuarios del medio, entre usuario y trabajadores del medio, si el lector tiene la posibilidad de expresar opiniones, de comunicarse con

	otros por medio de foros, chats, encuestas, entre otros.
Hipertexto:	Es la principal herramienta de la interactividad selectiva, “permite construir una particular forma discursiva basada en la interconexión de bloques de textos digitalizados” (Rost, 2006, p.15).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará la relación de contenidos por medio de hipervínculos, si o no existe una jerarquía en las noticias, si hay una participación activa de los lectores y la posibilidad de abrir el medio desde otras fuentes.
Multimedialidad:	Posibilidad del medio digital de “proporcionar contenidos utilizando toda una variedad de códigos: textos, fotografías, audios, vídeos, infografías animadas y dibujos interactivos” (Rost, 2006, p.149).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará la presencia de íconos dinámicos, imágenes en movimiento (gifs), imágenes adicionales que aparezcan al tocar un texto o un gráfico, objetos que el lector pueda trasladar en la pantalla, textos, fotografías, vídeos, audios.
Documentación ilimitada:	Se refiere a la “...ausencia de límites de espacio y de tiempo en la acumulación y disposición de la información” (Rost, 2006, p.152)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará la existencia de almacenamiento de textos, noticias, páginas, acceso a archivos por medio de enlaces hipertextuales, hemerotecas en línea o buscadores. Almacenamiento de textos originales o datos en bruto.
Actualidad múltiple:	La actualidad múltiple implica que el medio ofrece al mismo tiempo un menú de contenidos con diversas temporalidades internas. Esta se divide en “actualidad reciente”, “actualidad sincrónica”, actualidad prolongada, actualidad permanente, “no

	actualidad". (Rost, 2006, p.155).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el diario presenta contenido en diferentes actualidades, por ejemplo, presenta contenidos en directo, pero además tiene un registro de contenidos anteriores.
Actualidad reciente:	Hechos que se conocen a lo largo del día y que son renovados en forma constante o, como mucho, al día siguiente (Rost, 2006, p.155).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el diario presenta contenido diario, actualizado en forma constante.
Actualidad sincrónica:	Se refiere a los "hechos difundidos en tiempo real" (Rost, 2006, p.155).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el medio ofrece contenido en tiempo real.
Actualidad prolongada:	Se refiere a los "hechos que tienen elementos que se prolongan en el tiempo y por lo tanto pueden permanecer entre los contenidos del medio (Rost, 2006, p.155).
Aspectos a observar en el diario:	Observar si el medio posee elementos noticiosos constantes en el tiempo.
Actualidad permanente:	Se refiere a los hechos "que son siempre de interés para el público y están presentes en secciones especiales" (Rost, 2006, p.155)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el medio posee hechos de interés público permanente.
No actualidad:	Se refiere a "hechos que ni siquiera tienen que ver con este presente social de referencia que es la actualidad pero a los que el lector accede por medio de buscadores y hemerotecas online. (Rost, 2006, p.155)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el medio tiene contenido "atemporal".
Personalización:	La propiedad de "la personalización implica que cada lector pueda acceder a un periódico que responda lo más fielmente posible a sus expectativas e intereses" (Rost, 2006, p.158).
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si el lector puede decidir, a qué contenidos exponerse, cambiar la forma de presentación de los contenidos, recibir

	<p>noticias por correo, sindicación de contenidos (las noticias se reciben en una aplicación que permite manejar grandes cantidades de información, eligiendo las secciones que más interesan del diario), imprimir o enviar por correo noticias, es posible crear “alertas”, en las cuales el usuario recibe en su correo recordatorios de noticias y eventos. Se observará si el sitio permite modificar el aspecto visual y los contenidos. La página permite agrandar o achicar el tamaño de la letra o de otros elementos.</p>
Lenguaje:	<p>El lenguaje es un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada (Sapir, citado por Ríos, 2010., p.3)</p>
Aspectos a observar en el diario:	<p>Se observará el tipo de lenguaje que utiliza el sitio, formal o informal, si este es o no especializado, o dirigido a determinado sector poblacional</p>
Lenguaje informal:	<p>“El lenguaje utilizado en los canales de comunicación se ha vuelto más informal, mediante un periodismo breve, este tipo de lenguaje se utiliza para generar cercanía con el espectador y de esta forma adquirir su confianza” (Sánchez ,2017, p. 7).</p>
Aspectos a observar en el diario:	<p>Presencia de un lenguaje ameno e informal.</p>
Lenguaje especializado:	<p>“En muchos casos el lenguaje especializado se utiliza en noticias informativas, con palabras que dependen del tema del que se trate, es un lenguaje que busca informar, no es informal y utiliza términos específicos” (Sánchez ,2017, p. 7).</p>
Aspectos a observar en el diario:	<p>Jerga de algún campo de especialidad, lenguaje formal</p>
Lenguaje inclusivo humanizado:	<p>Lenguaje de respeto verbal, permite la inclusión de los géneros en la confección lingüística, además de presentar una recepción del lenguaje más humanizado.</p>

	(Sánchez ,2017, p. 7)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará la presencia de lenguaje inclusivo.
Visita	Una visita es cada vez que un visitante llega a tu sitio desde una fuente de referencia fuera de tu dominio Web. (¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.2)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará si la página cuenta con un herramientas que permitan la numeración de las visitas, tanto diarias como mensuales y totales.
Visitante:	Un visitante es alguien que visita tu sitio. Se monitorea a un visitante por medio de la cookie colocada en el navegador por el código de monitoreo instalado en tu sitio(¿Cuál es la diferencia entre visitantes, visitas y número de visitas a la página?, 2016, párr.1)
Aspectos a observar en el diario:	Se observará la presencia o ausencia de notificaciones de “cookies” que permitan el monitoreo de visitantes.
Estilo periodístico informativo:	“Este tipo de estilo busca informar a usuarios otorgando datos de forma objetiva, clara, concisa, mediante la utilización de verbos y con una audiencia muy concreta. Es el estilo más utilizado en las noticias” (Sánchez ,2017, p. 6).
Aspectos a observar en el diario:	Observar si la nota es concisa, clara e informativa.
Estilo periodístico interpretativo:	“Este estilo se basa en el uso constante del hipertexto, es un estilo riguroso que requiere más tiempo y esfuerzo” (Sánchez ,2017, p. 6).
Aspectos a observar en el diario:	Constante presencia de enlaces hipertextuales dentro de la narración, estilo riguroso de escritura.
Estilo periodístico explicativo:	“Este estilo es nuevo en el periodismo, se compone de un lenguaje más llano, informal, directo cercano y fácil de comprender por las audiencias, se enfoca más en los públicos jóvenes y se compone mediante el uso de

	datos para explicar la actualidad y las noticias con elementos más interactivos, infografías y gráficos visualmente atractivos donde desarrolladores gráficos y periodistas trabajan en conjunto con más fuerza” (Sánchez ,2017, p. 6).
Aspectos a observar en el diario:	Lenguaje simple y ameno, noticias con alto contenido multimedia.

B) Entrevista

Nombre:

Medio Digital:

Puesto:

Fecha:

Buenos días (tardes):

Con el objetivo de realizar el estudio sobre el periodismo digital en Costa Rica que tiene como principal objetivo:

- “Determinar el grado de concordancia entre el uso y utilidad del periodismo digital y la percepción y conocimiento del mismo que poseen los comunicadores costarricenses”.

Requerimos de su gentil colaboración. Este cuestionario es de carácter confidencial. La información recogida será del dominio solo de quien realiza la investigación. De antemano agradecemos su anuencia.

Desarrollo de las preguntas:

1. ¿Cómo definiría el Periodismo Digital?
2. ¿Qué periódicos en línea considera usted, que ejercen Periodismo Digital en Costa Rica? “La República”, “La Nación”, “La prensa libre”, “CRHoy”, “La teja”, “Diario Extra”.

3. ¿Considera que los periódicos en línea pueden brindar más información que los medios impresos?
4. ¿Considera que los medios impresos como los periódicos pueden subsistir al lado de los medios digitales en la próxima década?
5. ¿Cuál de los siguientes perfiles es el más importante para un periodista digital?
6. ¿Puede el periodista tradicional ejercer el periodismo digital con los conocimientos que posee sobre periodismo o necesita especializarse?
7. ¿Considera importante incluir dentro del programa de estudios de Periodismo el tema de Periodismo Digital?
8. ¿Cuáles son las herramientas básicas que el comunicador debe conocer para realizar Periodismo Digital?
9. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas del Periodismo Digital?
10. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta el comunicador profesional ante el surgimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación?
11. ¿Brinda el medio en el cuál usted trabaja algún tipo de capacitación sobre los nuevos recursos multimedia para realizar periodismo digital?
12. ¿Cómo puede definir las siguientes características que comprende el Periodismo Digital?

-Multimedialidad

-Hipertextualidad

-Interactividad

13. ¿Qué tipo de periódico en la actualidad considera que son más rentables económicamente en las líneas periodísticas y de comercialización? ¿El diario en papel o el diario digital?
14. De acuerdo a su opinión ¿Cuáles medios internacionales realizan un buen periodismo digital?

C) Sondeo:

Periodismo digital en Costa Rica

El siguiente formulario pretende analizar la situación del periodismo digital en Costa Rica, específicamente de los periódicos "La Nación" y "La República"

1. Edad

Marca solo un óvalo.

- De 18 a 21
- De 22 a 30
- De 30 a 45
- Más de 45

2. Sexo

Marca solo un óvalo.

- Masculino
- Femenino
- Otro

3. ¿Cuál de estos medios utiliza usted para informarse con mayor frecuencia?

Marca solo un óvalo.

- Periódico impreso
- Periódico digital
- Redes Sociales
- Otros: _____

4. ¿Cómo define el Periodismo Digital?

5. ¿Con qué frecuencia utiliza medios digitales para informarse?.Especifique.

Sección sin título

6. ¿Ha ingresado a la página web del periódico "La Nación"?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

7. ¿Cuál es su opinión con respecto a la página web del periódico "La Nación"?

8. ¿El contenido de la página web del periódico "La Nación" cumple con sus expectativas?

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

9. ¿Qué aspectos resaltaría usted del formato de la página web del periódico "La Nación"?

10. ¿Cuál sección de la página web del periódico digital "La Nación" visita con más frecuencia?

11. **¿Considera necesario hacer cambios a la página web del periódico “La Nación”?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Sección sin título

12. **¿Ha ingresado a la página web del periódico “La República”?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

13. **¿Cuál es su opinión con respecto a la página web del periódico “La República”?**

14. **¿El contenido de la página web del periódico “La República” cumple con sus expectativas?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

15. **¿Qué aspectos resaltaría usted del formato de la página web del periódico “La República”?**

16. **¿Cuál sección de la página web del periódico digital “La República” visita con más frecuencia?**

17. **¿Considera necesario hacer cambios a la página web del periódico “La República”?**

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

Sección sin título

18. **¿Considera que los encargados de estos medios cuentan con la preparación necesaria para ejercer periodismo digital?. Explique.**

19. **¿Considera que la prensa digital podría desplazar a la prensa escrita ? ¿Porqué?**

20. ¿Considera que el grupo "Nación" y "La República", cuentan con los medios tecnológicos para ejercer el periodismo digital?
