



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

CARRERA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

**2021: “Año del Bicentenario de la Independencia de
Centroamérica”**

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO
DELICIENCIADO (A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de sumodelo informativo y proceso de interacción durante el primer semestre del 2021.

AUTORES:

Br. Mejía Rivas, Nataly

Marcela Br. Lugo Pérez,

Byron Bismarck Tutor y

Asesor Metodológico: Dr.

Walter Calderón Ramírez

Managua, Noviembre 2021

¡A la libertad por la Universidad!

Dedicatoria

En primer lugar, dedicamos nuestra investigación a Dios, nuestro Rey y Padre celestial, quiendía a día junto con nuestra madre, la virgen María nos brindaron sabiduría, amor, bondad, paciencia, salud y fortaleza para llegar hasta donde hoy estamos.

A nuestros padres porque ustedes son el ejemplo de superación para nosotros, por brindarnos siempre su confianza, amor y apoyo, por guiarnos por el camino del bien e inculcarnos valores para ser buenos individuos ante la sociedad.

A nuestros maestros por ser unos segundos padres, por nutrirnos de saber y conocimientos durante todo este largo camino, conocimientos que sabemos que serán de gran importancia a lo largo de nuestra vida.

A nosotros mismos, por los aportes en la realización de este trabajo investigativo, ya que sin el apoyo mutuo hubiese sido difícil lograrlo.

Agradecimientos

En esta investigación primeramente agradecemos a Dios, nuestro creador, ya que podemos estar aquí gracias a él, por todo el esfuerzo y dedicación que él ha puesto en nosotros día a día para la realización y culminación de este proyecto.

Igual agradecemos a nuestros padres, que han sido parte fundamental, por su amor, apoyo incondicional y económico, ya que han estado en momentos difíciles, hasta en esos momentos en que pudimos sucumbir.

Damos gracias a nuestros docentes, por ser ellos el motor intelectual al brindarnos todas las enseñanzas e infinito aprendizaje para que nosotros hayamos podido hacer uso de su conocimiento y culminar con éxito esta investigación.

A nuestro tutor, maestro Walter Calderón, quien nos guio, aconsejó y motivó en el trascurso de este trabajo que hoy vemos materializado.

A docentes como Lic. Ramiro Castillo, Msc. Milán Prado, Msc. Sandy Uriarte, quienes siempre estuvieron disponibles para nosotros y nos transmitieron un poco de su sabiduría en todo este tiempo.

De igual manera, en especial mención agradecemos a nuestros amigos y compañeros con los que hemos logrado compartir momentos especiales a lo largo de todos estos tiempos juntos.

A todos... ¡Infinitas gracias!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

COORDINACION CARRERA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

“2021: Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

Managua a 01 de Diciembre de 2021

Dra. Ledyth Massiel López Hernández
Coordinadora, Carrera Comunicación para el Desarrollo
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
UNAN-Managua
Su Oficina

De mi consideración,

Reciba un fraterno saludo. Por este medio, el suscrito tutor del Seminario de Graduación, “Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción con los usuarios durante el período comprendido entre 2017 – 2020”, elaborado por los estudiantes Nataly Marcela Mejía Rivas y Byron Bismarck Lugo Pérez, valora que la investigación responde a las líneas de investigación de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, aprobadas por la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas y aborda un tema de gran relevancia nacional e internacional, el impacto de los nuevos medios de comunicación y las tecnologías en la sociedad de la información y del conocimiento.

La investigación realiza valoraciones y propuestas fundamentales para el fortalecimiento y desarrollo del periodismo digital. Los autores de la investigación aplican un estudio de naturaleza mixta y ubican su escenario de acuerdo al enfoque de investigación y emprenden la búsqueda de información seleccionando los informantes claves para lograr responder las preguntas directrices mediante la aplicación del método científico, síntesis de información y análisis crítico de la misma, hasta llegar a dar respuesta al propósito de la investigación.

Cabe destacar que la información proporcionada por los informantes clave está meticulosamente descrita de manera objetiva, lo que valida el carácter de la misma. El informe de investigación se ha realizado cumpliendo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Académico Estudiantil Modalidades de Graduación, por lo que considero que esta investigación puede ser sustentada públicamente ante el Jurado que Ud. designe, para optar al título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

Con las muestras de mi alta estima y consideración, le saluda.

Atentamente,

Dr. Walter Calderón Ramírez
Docente-Tutor
Carrera Comunicación para el Desarrollo

Abstract

Cyberjournalism is immersed in a process of growth and constant evolution that is gaining enormous importance in journalism thanks to the tools of information and communication technology.

Consequently; This journalism is not limited only to the practice of disseminating information, but also to creating, processing and generating disruptive models typical of the digital age.

Having said that; cyberjournalism has allowed new generations of journalists to find an interactive proposal for journalistic work. Therefore, the objective of this thesis is to determine the trends of cyberjournalism on the Telenica channel 8 website, as well as the evolution of its informational model and interaction process in the period from January to June 2021.

The research carried out allows for details through a qualitative, non-experimental study in which an interpretive analysis is carried out without deliberately manipulating the variables.

In this way, the need arises to answer, what are those trends in cyberjournalism that the channel 8 website uses, as well as to characterize the changes and transformations in its informative model and evaluate its interactivity.

The purpose of this study is to delve into the phenomenon under a model of induction and interpretation of the content analysis instruments in 6 journalistic notes published during the first half of 2021, and the application of 11 interviews directed to journalists, web editors and head of the channel 8 social media area.

Keywords: cyberjournalism, hypertextuality, multimedia, interactivity, technology

Resumen

El ciberperiodismo se encuentra inmerso en un proceso de crecimiento y constante evolución que está cobrando una enorme importancia en el ejercicio periodístico gracias a las herramientas de tecnología de la información y comunicación.

Como consecuencia de ello; este periodismo no se está limitando sólo a la práctica de difundir información, sino también, a crear, procesar y generar modelos disruptivos propios de la era digital.

Dicho esto; el ciberperiodismo ha permitido a las nuevas generaciones de periodistas encontrar una propuesta interactiva del quehacer periodístico. Por ende el objetivo de esta tesis es determinar las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8, así como la evolución de su modelo informativo y proceso de interacción en el período comprendido entre enero a junio de 2021.

La investigación realizada permite detallar a través de un estudio cualitativo, no experimental en el que se realiza un análisis interpretativo sin manipular deliberadamente las variables.

De este modo, surge la necesidad de responder, ¿Cuáles son esas tendencias del ciberperiodismo que emplea el sitio web de canal 8?, así como caracterizar los cambios y transformaciones en su modelo informativo y evaluar la interactividad del mismo.

Este estudio tiene como propósito profundizar en el fenómeno bajo un modelo de inducción e interpretación de los instrumentos de análisis de contenido en 6 notas periodísticas publicadas durante el primer semestre de 2021, y la aplicación de 11 entrevistas dirigidas a periodistas, editores web y jefe del área de redes sociales de canal 8.

Palabras claves: ciberperiodismo, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, tecnología.

Índice

I.	Introducción	1
II.	Planteamiento del problema.....	3
	Caracterización.....	3
	Delimitación	3
	Formulación.....	4
	Sistematización	4
III.	Justificación	5
IV.	Objetivos	7
	4.1 Objetivo General.....	7
	4.2 Objetivos específicos.....	7
V.	Antecedentes	8
VI.	Marco teórico.....	12
	1. Historia de la comunicación en Nicaragua	12
	1.1 De lo masivo a lo digital	12
	1.2 Digitalización en Nicaragua.....	14
	2. Ciberperiodismo	15
	2.1 Surgimiento	16
	2.2 Metamedio.....	17
	2.3 Evolución de la web	18
	2.3.1 Web 1.0.....	19

2.3.2	Web 2.0	20
2.3.3	Web 3.0	20
2.3.4	Web 4.0	21
2.3.5	TICS.....	21
2.4	Tipología de los cibermedios.....	22
2.5	Características del ciberperiodismo.....	23
2.5.1	Hipertextualidad.....	24
2.5.2	Hipervínculos	25
2.5.3	Tipos de hipervínculos.....	25
2.6	Multimedialidad	26
2.7	Plataformas digitales	27
2.7.1	Redes sociales	27
2.7.2	Facebook.....	28
2.7.3	Twitter	29
2.7.4	Blog periodístico	30
2.7.5	La blogósfera.....	31
2.7.6	Fake news	32
2.7.7	Veracidad de las noticias.....	34
2.8	Perfil del comunicador	34
2.9	Otras Funciones del ciberperiodista	35
2.10	Retos y desafíos del ciberperiodismo	36
3.	Modelo informativo	36

3.1	Lenguaje periodístico	37
3.2	Redacción web	37
3.3	Géneros del ciberperiodismo	39
3.3.1	La noticia.....	40
3.3.2	Género interpretativo: Reportaje y Crónica.....	41
3.3.3	Géneros dialógicos	42
3.4	Infografía digital.....	42
3.5	Calidad de los contenidos digitales.....	43
4.	Interactividad.....	43
4.1	Medición y Analítica.....	46
4.2	Innovación y periodismo	48
VII.	Preguntas Directrices	50
VIII.	Marco Metodológico.....	51
8.1	Enfoque de investigación.....	51
8.2	Tipo de investigación	51
8.3	Diseño de la investigación	52
8.4	Área de estudio.....	52
8.5	Universo de estudio.....	54
8.6	Muestra del estudio	54
8.6.1	Criterios de selección por conveniencia	56
8.7	Métodos y técnicas	56
8.7.1	Análisis de contenido	56

8.7.2	Entrevista	57
8.7.3	Observaciones estructuradas.....	57
8.7.4	Tratamiento de la información.....	57
8.7.5	Matriz de operacionalización de las variables.	57
IX.	Análisis e interpretación de los resultados	59
X.	Discusión de los resultados	80
XI.	Conclusiones.....	103
XII.	Recomendaciones	105
XIII.	Referencia.....	108
XVI.	ANEXOS	117

I. Introducción

En Nicaragua a pesar de los requerimientos que demandan los modelos disruptivos de la era de la información y comunicación digital “los periodistas se han inmerso en este campo de manera empírica” (Icabalzeta, 2019, pág. 41). Se considera que el metamedio es la plataforma en la que los medios se combinan entre sí, presentando características propias como inmediatez, hipertextualidad e interactividad, que rompe con la comunicación lineal y unidireccional, implicando transformaciones fundamentales respecto a las rutinas de la profesión periodística.

La presente investigación de esta tesis de grado; aborda el tema de Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción durante el primer semestre del 2021. Esta surge para ser un valioso aporte que reafirma la importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) como herramientas que ayudan y fortalecen el ejercicio periodístico.

Esta investigación recoge tres categorías de análisis: la evolución del contenido, el modelo de discurso informativo y las posibilidades de interacción que ofrece al usuario desde la perspectiva del sitio web periodístico como nuevo medio noticioso dentro de la sociedad de la información.

Ante ello, hay quienes rechazan al ciberperiodismo y no lo consideran como un medio para hacer comunicación. Es cierto que los cambios efectuados se han producido de manera drástica y en ocasiones polémicas, por la innovación que los medios han sufrido a causa de las nuevas tecnologías. No obstante, las estrategias presentadas por la web para el desarrollo de la comunicación son factibles; además, que proporciona un soporte digital a lo tradicional permitiendo al lector una adaptación en cuanto al adquisición de información una manera rápida, interactiva y de archivo multimedia.

Por último, esta investigación se guió bajo una metodología que responde al enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y según el nivel de profundidad es de tipo explicativa que sirve para recoger y evaluar datos cualitativos, auxiliándose en la interpretación y explicación de los nuevos hallazgos.

Ahora bien, en torno a las técnicas y recolección de los datos, esta se apoyó de la realización de seis notas de análisis de contenido de noticias elegidas al azar, bajo el método de

semana compuesta durante los meses de enero a junio de 2021. Asimismo, la realización de 11 entrevistas estructuradas dirigidas al jefe de área, editores web y periodistas que hacen posible las publicaciones periódicas en el sitio web del medio.

Siendo esta tesis un precedente en el tema de las tendencias del ciberperiodismo nicaragüense y una referencia clave a futuros estudios, dado que a nivel centroamericano son muy pocos los trabajos sobre este fenómeno tan complejo.

II. Planteamiento del problema

Caracterización

En los últimos años con la revolución digital se han observado grandes cambios en el proceso de comunicación, desde el uso del telegrama hasta la actualidad con el uso indispensable de las redes sociales; se ha aumentado la necesidad de comprender la preponderancia del internet como un nuevo medio globalizado en el que se ejerce el periodismo.

En el internet se realiza la combinación de los tres medios convencionales por lo que se crea una nueva forma de hacer comunicación, es decir, la prensa escrita, radio y televisión se han unificado; creando así un nuevo medio, en el cual los comunicadores tienen la obligación de actualizarse cada día con modernas técnicas y metodologías concebidas de la era digital como resultado de los avances de las tecnologías de la información y comunicación (TICs).

Cabe destacar que el ciberperiodismo no solo busca transmitir el contenido de la prensa al internet, sino que va más allá, en la implementación de herramientas de búsqueda en el campo de la investigación, periodismo de datos y nuevas narrativas enfocadas a los formatos digitales, especialista en redes sociales y manejo de sitios web, en el que se pueda adoptar a los hábitos y demandas de la audiencia.

Por ende, este trabajo investigativo surge a raíz de la necesidad de dar a conocer la importancia que posee el periodismo digital; teniendo en cuenta que el campo de la web está en constante actualización, con el fin de saber aprovechar cada una de las herramientas digitales y ver de qué manera estos medios de comunicación interactúan con sus audiencias.

Delimitación

Esta investigación tiene como propósito conocer los cambios que ha experimentado el sitio web del medio de comunicación Telenica canal 8, en cuanto a las tendencias del ciberperiodismo, interfaz web, estructura de su modelo informativo y el proceso de adaptación que este ha tenido durante el primer semestre del 2021.

De igual forma, se espera redefinir las influencias que poseen las tendencias de la comunicación digital, en la que destacan el empleo de las redes sociales y la fragmentación de los contenidos mediante enlaces, lo cual revela la importancia que estos medios digitales

otorgan a la creación de contenidos adaptados a esta nueva faceta en pro de favorecer su desarrollo.

Así mismo, dar a conocer algunas de las estrategias empleadas por el medio en estudio para generar tráfico en su sitio web y sus diferentes plataformas digitales.

Formulación

A partir de la caracterización y delimitación del problema antes expuesto, se plantea la siguiente pregunta principal del presente estudio:

¿Cuáles son las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción con los usuarios en el primer semestre del 2021?

Sistematización

- ¿Qué tipos de tendencias del ciberperiodismo se han empleado en el periodo de enero –junio en TN8?
- ¿Cuáles son los cambios y transformaciones que ha experimentado el modelo informativo en el primer semestre del 2021 en el medio Telenica, canal 8?
- ¿Qué tipo de interactividad está presente en el medio canal 8?

III. Justificación

Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TIC's), no solo facilitan la transmisión de los contenidos de la prensa escrita al internet, sino que además rompe con la comunicación lineal y unidireccional, implicando una serie de transformaciones fundamentales respecto a las rutinas de la comunicación tradicional, es decir, hacer comunicación en un mismo recurso o medio.

Con el éxito de la revolución tecnológica se modificó el acceso, elaboración y difusión de la información, por ende, se transformó la profesión del comunicador, lo que sugiere que por el simple hecho de estar en la era digital con el logro de todos los avances tecnológicos y la implementación de las herramientas de las TICs es para los medios de comunicación de suma importancia utilizar y adaptarse a los medios digitales.

A raíz de la expansión y globalización del internet nacen una serie de nuevos canales de comunicación que en gran medida dan paso a las masas a consumir información a través de dispositivos (tablets, computadoras y celulares) que han sido creados para ayudar y facilitar la comunicación humana. Cabe destacar, el impacto que posee el ciberperiodismo en la actualidad y como este se va desarrollando rápidamente en la vida cotidiana, específicamente en el ejercicio de la profesión periodística.

Por ende, este trabajo investigativo nace con la visión de definir la importancia de las tendencias del ciberperiodismo, como un nuevo medio predominante ante los medios convencionales, por los constantes cambios y transformaciones en la tecnología, que, sin lugar a duda, están revolucionando el quehacer periodístico.

Tal es el caso del sujeto en estudio, el sitio web del medio Telenica canal 8 seleccionado bajo la necesidad de responder a esos procesos evolutivos ocurridos en el primer semestre del año 2021, el cual se ha tenido que ajustar debido a las exigencias que demanda de la era digital, en cuanto a multimedialidad, hipertextualidad, redacción y diseño de contenido.

Asimismo, esta investigación es un precedente en el tema de las tendencias del ciberperiodismo nicaragüense y una referencia clave a futuros estudios, dado que a nivel centroamericano son muy pocos los trabajos sobre este fenómeno tan complejo. Por eso el enfoque de análisis se centra en un medio de comunicación que ha tenido que apropiarse de las

plataformas digitales haciendo hincapié en la formación de futuros periodistas en el área digital con el fin de aprovechar las herramientas de comunicación e información.

Tomando en cuenta que en este estudio no se pretende formar a los comunicadores como expertos tecnológicos, sino que consideren a la tecnología como un instrumento que fortifique, extienda y permita el desenvolvimiento de los medios de comunicación en el entorno digital. De acuerdo con Watlington, L. (2013), “Los medios de comunicación han empezado a utilizar esta plataforma mayormente para complementar su cobertura de noticias y promover los talentos de sus reporteros” (pág.7).

El periodismo digital ayuda a reforzar conocimientos previos de una manera más viable, práctica y dinámica, siendo de esta manera un agente de influencia para captar la atención de la audiencia, por lo que este medio no solo combina lo convencional, sino que aumenta la posibilidad de incorporar de diversas maneras contenidos informativos de modo audiovisual, por lo que se encuentran en constante transformación y acceso libre en la red.

IV. Objetivos

4.1 Objetivo General

Determinar las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8, así como la evolución de su modelo informativo y proceso de interacción en el período comprendido entre enero – junio 2021.

4.2 Objetivos específicos

- Identificar las tendencias del ciberperiodismo en el período comprendido entre enero – junio 2021 en TN8.
- Caracterizar los cambios y transformaciones que ha experimentado el modelo informativo en el período de enero – junio 2021 en el sitio web del medio Telenica, canal 8.
- Evaluar la interactividad digital presente en el sitio web de TN8

V. Antecedentes

Para la realización de la presente tesis se llevó a cabo la consulta de diversos autores que han abordado temáticas referentes al ciberperiodismo; de manera que, esta investigación pueda ser respaldada bajo la solidez con la que fue definida. A continuación, se presentan artículos científicos y trabajos de seminario de graduación que anteceden a la investigación:

Nacional

Mendieta, Q. (2017) en su trabajo investigativo sobre la “Percepción del uso del blog como herramienta de comunicación alternativa para el ejercicio periodístico por estudiantes de V año de la carrera de Comunicación para el desarrollo de la UNAN – Managua, durante el II semestre de 2017”, en su tesis de seminario de graduación para optar al título de licenciado en Comunicación para el desarrollo en la UNAN – Managua, presentó un estudio cuyo objetivo era valorar la importancia del grado de aceptación que posee el blog como herramienta alternativa para el ejercicio periodístico. La metodología que predomina en esta investigación es cualitativa, por lo que se hizo uso de entrevistas para describir los beneficios del internet y las diferentes plataformas virtuales en la actualidad, siendo para los futuros comunicadores indispensable para la difusión y creación de contenidos periodísticos.

Asimismo, se examinó el trabajo de López, O. (2017), en su tesis monográfica para optar al título de Licenciado en Filología y Comunicación con su tema “Generación de contenido para el sitio web de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN – Managua, durante el II semestre del 2016”, estudio que plantea como el internet ha cambiado la forma de hacer comunicación; de igual forma explica los criterios básicos para la generación de contenidos para web (entretenimiento, informativos o de otra índole) y la importancia de la presencia e involucramiento de docentes capacitados en el área de redacción y periodismo digital (redacción, multimedia, hipertexto y audios).

Otra referencia nacional a la que se acudió fue Velázquez, J. (2018) en su trabajo investigativo para optar al grado de Máster en Comunicación Intercultural en la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense, URACCAN con el tema “Gestión de la información a través de las Tics para el fortalecimiento de la Comunicación Intercultural en URACCAN (2018)”, investigación que enfatiza la preponderancia de las herramientas de tecnología de la información y comunicación ante un mundo totalmente globalizado, bajo esa

convergencia entre lo digital y lo analógico de los medios de comunicación. A partir de los hallazgos de la investigación se encuentra que Radio URACCAN Sauna y Radio URACCAN Rosita; poseen debilidades en cuanto a la gestión de la información desde los espacios y plataformas de internet (sitio web y redes sociales), por lo que se establecieron lineamientos que contribuyeran a emprender acciones que mejoren el ejercicio del periodismo digital y desarrollo de la Comunicación Intercultural.

Por otro lado, se examinó a García, R. (2019) en su tesis de seminario para optar al título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo, “Propuesta de asignatura de Periodismo Digital para fortalecer los aprendizajes y la formación de Comunicadores para el Desarrollo, de la UNAN – Managua, durante el II semestre 2018/19”, en el cual propone la necesidad de adaptación del periodismo a las herramientas de tecnología y comunicación para que las futuras generaciones de comunicadores logren cumplir las expectativas de inmediatez, hipertextualidad e interactividad, encontrando como hallazgo significativo que los estudiantes de comunicación no se están preparados para dicha área, por ende, existe un vacío de conocimientos y prácticas en cuanto a la creación y jerarquización de contenido digital.

Se consultó también, la tesis de seminario para el título de Licenciado de Comunicación para el Desarrollo de Benavidez, C. y Chávez, W. (2017) con el tema de “Análisis del uso de Facebook como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en Fútbol Nica, Revista beisbolera, y Nica Fut”; investigación que refiere la importancia que posee el ejercicio periodístico en las redes sociales como un nuevo medio interactivo. Como parte del sustento que realiza a la investigación central, nos sugiere incursionar al Periodismo Digital desde las redes sociales, dado que un alto porcentaje de la población hace uso de ellas para informarse u entretenerse. De igual manera, evalúa el impacto de las redes sociales más empleadas para informar como lo son Facebook, Twitter y YouTube; Además de establecer que el 54% de la población concluye que las diferentes plataformas digitales son una vía de comunicación práctica del ejercicio periodístico

Igualmente, se escudriñó la tesis de seminario de graduación para optar por el título de Licenciado en Comunicación para el Desarrollo de Orozco, K., Rivera, E. y Mendieta, J. (2019) con el tema “Propuesta de la validación para la creación del periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el primer semestre de 2019”, siendo esta una investigación de tipo descriptivo y de campo, lo que

conllevó a recolectar datos a través de diferentes sujetos de estudios, permitiendo explicar el perfil y características del fenómeno en estudio, logrando percibir la necesidad de implementar en el p^{er}som acad^{em}ico una plataforma digital que ponga en pr^{ac}ticas las habilidades y destrezas de los estudiantes de la carrera, en cuanto a ense^ñanza y pr^{ac}tica de la redacc^{ion} digital para el perfeccionamiento de las tendencias del Ciberperiodismo, Multimedia, Dise^{ño} Gr^{af}ico, etc.

Regional

Tambi^{en} se indagó a V^ázquez, J., Negreira, M. y L^ópez, X. (2019) en su art^ículo publicado en la Revista de Comunicac^{ion}, “La innovac^{ion} multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino”. El cual trabaja enf^{at}icamente con los cambios establecidos en los cibermedios con las tendencias internacionales del ecosistema medi^{at}ico, en el que propone un estudio de caso en medios nativos digitales para identificar los elementos innovadores y la b^usqueda de modelos que apliquen las bases consensuadas del entorno digital. A trav^{es} de un estudio exploratorio en la investigac^{ion} se encontr^o un valioso resultado de la estructura de los formatos digitales lo que sustenta la importancia de reconstruir estrategias de renovac^{ion} en las pr^{ac}ticas de formatos y estructuras narrativas period^{is}ticas.

Otro antecedente importante es Villacr^{es}, M. (2018) quien desarrolla “La incidencia del ciberperiodismo y sus elementos de Comunicac^{ion} Digital: Interactividad, Hipertextualidad y Multimedialidad en la plataforma digital en el Diario El Tel^égrafo” para la obtenc^{ion} de grado acad^{em}ico de Magister en Periodismo Digital de la Universidad T^écnica de Ambato, Ecuador, por lo que se sintetiza como el ciberperiodismo ha venido a cambiar las rutinas tradicionales del periodismo convencional a trav^{es} de un estudio de caso con medios digitales para determinar su relaci^{on} con los elementos que lo conforman.

Internacional

A nivel internacional, se consultó la tesis realizada por Trinidad, R. (2017) en la Universidad Complutense de Madrid para optar al grado de doctor con el tema “An^{ál}isis de las tendencias del ciberperiodismo: La evoluc^{ion} de The Huffingtong Post, su modelo discursivo y sus procesos de interacc^{ion} con el usuario”, investigac^{ion} que refleja la importancia de las tendencias del ciberperiodismo para el desenvolvimiento de modelos sostenibles ajustables a la era digital. Realizando un estudio de caso, en que se evaluó e identifico la evoluc^{ion} del medio en estudio durante 10 años, enumerando las herramientas apropiadas por el medio desde su

inicio, recopilando así, los modelos discursivos y niveles de interactividad que emplean los blogs periodísticos en la interactividad con los usuarios.

Otra referencia consultada, Salaverría, R. (2019) en su artículo “Periodismo Digital: 25 años de investigación” para la Universidad de Navarra, España, investigación que recoge una extensa revisión bibliográfica a cerca de las conceptualizaciones del periodismo digital, lo que sustenta la importancia del tema, y el poco abordaje que este presenta; entre los hallazgos más importantes se encuentran: las modalidades de los medios digitales, el lenguaje y los desafíos económicos.

Por último, fue necesario escudriñar a Trillo, M. y Alberich, J. (2020) en su artículo “Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: De la adaptación multimedia a la disrupción transmedia”; para la revista de Estudios sobre el Mensaje Periodístico, investigación que compila las transformaciones que han tenido los diarios digitales con el fin de adaptarse y ajustarse a las exigencias del creciente entorno virtual; lo que da paso a identificar la tipología de los formatos periodísticos que se han creado, estudio que arrojó las experiencias de la disrupción de los medios convencionales a virtuales. Siendo de suma importancia para nuestra investigación las estrategias empleadas por los medios en la era transmedia.

VI. Marco teórico

1. Historia de la comunicación en Nicaragua

Antes de profundizar en la historia de la comunicación en Nicaragua es importante puntualizar la definición de la comunicación, por lo que según Santos (2012) precisa que es “un elemento fundamental en la cotidianidad de todo individuo” (pág.5). Este proceso involucra una serie de elementos imprescindibles a como lo es el emisor, receptor, canal y la decodificación del mensaje.

En cuanto a la comunicación masiva, se entiende al intercambio a gran escala de la información, es decir, el que se envía a través de los diferentes canales de comunicación entre los que destacan la radio, televisión y la prensa escrita.

“La comunicación es tan antigua como la vida” Orozco, Rivera, y Mendieta, (2019, pág. 9) por lo que se precisa de una complejidad en su proceso evolutivo, dicho esto, según Zúniga, y Hopmann. (2013) se entiende la historia de la comunicación en Nicaragua de la siguiente manera:

Desde 1989 en Nicaragua se contaba ya con dos canales de televisión y un programa noticioso diario, en el área radial había únicamente dos frecuencias AM las cuales daban cobertura a nivel nacional; en cuanto a medios impresos existían tres, los cuales dos de ellos eran parte de la campaña de alfabetización, la cual disminuyó la circulación tras el acceso a la radio y televisión. (pág. 19 - 20)

1.1 De lo masivo a lo digital

Antes de la llegada de la digitalización en Nicaragua es importante enfatizar que los medios de comunicación por excelencia y quienes poseían cobertura nacional eran la radio y el periódico.

Con las primeras apariciones de los cibermedios a mediados de la década de 1990, el gremio de periodistas veteranos, no le brindaron gran interés por lo que para esos momentos, los medios digitales no resultaban ser atractivos y mucho menos una amenaza, para los medios análogos de la época; teniendo en cuenta a Solórzano (Telefónica, 2016) quien manifiesta que “Apenas recibieron atención por parte de los periodistas, los veían como un experimento menor (...) una extravagancia, más propia de informáticos por la tecnología que de profesionales de la información”. (pág.26).

Aunque en la actualidad exista muy poca documentación referente, Mendieta (2017) sostiene, que los primeros pasos del ciberperiodismo en Nicaragua los dio el medio Notifax, a través de un servicio noticioso que resultó ser el pionero en la distribución de contenido periodístico en formato digital anterior a la web (boletines digitales), siendo el primer cibermedio nacional en línea, desde 1995.

Para Orozco, Rivera y Mendieta, (2019), el ejercicio del periodismo como difusión de la información a lo largo de su historia siempre utilizó diferentes medios o canales, entre ellos, la radio, la televisión y por excelencia la prensa escrita, con la revolución digital se incrementó el uso de las nuevas tecnologías, por lo cual la información tuvo que ir emigrado al mundo digital dando origen de esta manera al ciberperiodismo, periodismo online o electrónico, esto como resultado de la sociedad de la información.

El periodismo digital o ciberperiodismo surge desde años muy tempranos en Nicaragua, a pesar de ser un fenómeno muy poco abordado o tecnificado, con la aparición del primer boletín digital en 1995, y la inmediata penetración de los dos periódicos principales a sus sitios web en formato 1.0, muy similar a lo impreso; por lo que estos rústicos espacios en la web solo permitían texto y una que otra fotografía.

Los primeros medios masivos nacionales que migraron de lo análogo a lo digital fueron La Prensa en 1996 y El Nuevo Diario en 1998.

Los dos proveedores más importantes a nivel nacional de noticias a través del internet son los diarios mencionados anteriormente, seguidos por la edición virtual de Confidencial, una publicación impresa semanal, y La Brújula Digital, cuya edición impresa mensual es distribuida gratuitamente. Éste último y el sitio web Bacanalnica.com están dedicados a los jóvenes y a sus especiales intereses, aunque ambos incluyen cada vez más noticias de interés general. Existen servicios noticiosos diarios por correo electrónico y por Internet, básicamente recopilaciones de noticias breves, algunas de ellas con ediciones impresas, como Bolsa de Noticias o Informe Pastrán, o sólo por Internet como Carta Bodán. En todos los casos, los visitantes por Internet superan en número a la circulación impresa, en un grado extremo en el caso de Confidencial que cuenta con 8,000 lectores y cerca de 179,000 visitantes individuales. (Zúniga y Hopmann, 2013, pág. 28).

Así mismo, Hopmann, Arce y Zúniga, (2012), señalan que en Nicaragua la historia del surgimiento del periodismo digital aunque bien, no haya mucha documentación referida que valore el impacto e influencia que este tuvo desde sus primeras apariciones con los blogs y boletines, se puede manifestar que con el pasar de los años la evolución de la web se añadieron características adicionales a los medios como: nuevas historias de primera plana y actualizaciones durante el día, los Blogs, los contenidos multimedia y canales de retroalimentación incluyendo iReports.

1.2 Digitalización en Nicaragua

Según Solórzano, (2016), la aparición de los primeros cibermedios periodísticos nativos digitales acontecieron en el 2004; desde entonces no han dejado de surgir y desaparecer diferentes propuestas, creadas por veteranos periodistas con suficientes años de experiencia en medios de formato analógico, acompañados de comunicadores más jóvenes.

Por lo que, en este sentido se entiende que el internet se ha convertido en una herramienta indispensable para el quehacer del ejercicio periodístico, debido a que es una fuente de información que permite consultar, difundir, y transmitir que impulsan el desarrollo constante de los contenidos, siendo este considerado como un medio por excelencia.

Por ello, para los periodistas y comunicadores lo adoptan como se como una herramienta de trabajo inevitable en la cual deben apropiarse de las diferentes tendencias para obtener un mayor alcance entre los usuarios y de esta manera lograr que la información llegue a la audiencia.

Por su parte, los medios pioneros en el ciberperiodismo según Solórzano (2016) son:

“InformePastran.com sitio de poca usabilidad y evolución que funciona como versión en línea de un popular boletín y correo electrónico. Por su parte, Lajornadanet.com la cual mostró algunos pasos en cuanto a la multimedialidad y la sostenibilidad vía publicidad directa. Asimismo, en el 2008 surge un caso específico en Nicaragua, del medio El19digital.com” (pág. 269).

Asimismo, se conoce que, en el 2010, se registró que los medios de comunicación convencional, habían perdido importancia, pues el internet había transformado la perspectiva de consumo de los usuarios, y este se había establecido desde sus inicios de su inclusión como el segundo medio de comunicación más trascendental en la historia de la comunicación

nicaragüense esto según datos de la Organización Nicaragüense de Agencias de Publicidad, ONAP (Zúniga y Hopmann, 2013).

Es importante mencionar que según la Oficina de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT y TELCOR (2018), Nicaragua “fue el primer país de América Latina a recibir su dominio nacional .ni en internet en 1988, y que en 1991 introduce la World Wide Web (WWW), modernizando su sistema telefónico”. (pág.16)

2. Ciberperiodismo

El ciberperiodismo según por Orozco, Rivera y Mendieta (2019) constituye un fenómeno nuevo, definiéndolo como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”. (pág.13).

El periodismo digital no es nada más que la mezcla de los medios convencionales de la comunicación que se unifican con el fin de lograr un metamedio que proporcione un nuevo periodismo que sea más actualizado en contenido e independiente de las grandes industrias.

De acuerdo a Salaverría (2017), el periodismo digital, “se presentaban como organizaciones periodísticas similares a las existentes, pero enriquecidas con ciertos rasgos propios” que si bien estas respondían a la combinación de características con nuevas maneras de presentación de los contenidos (...) tales como interactividad, multimedia, hipertexto, etc. (pág. 21).

Por lo que se considera a esta convergencia de las diferentes características propias de los medios análogos en un mismo medio que es el internet, donde no solo se logra esa unificación, sino que además rompe los esquemas tradicionales, unidireccionales para impulsar la creación de nuevos contenidos que involucra el proceso como tal del periodismo.

Según estudios definidos por investigadores del campo de la comunicación, señala que desde 1994 inicia a desarrollarse la terminología de ciberperiodismo, este con el surgimiento de las primeras versiones web que hicieron posible conectar al ejercicio periodístico con el internet, aprovechando los recursos que las herramientas de la tecnología de la información y comunicación ofrecían.

Asimismo, Mendieta (2017) define al periodismo electrónico como una tendencia innovadora para ejercer la profesión periodística, además que toma en cuenta las habilidades de

las nuevas generaciones que frecuentemente hacen uso de las redes sociales, ya sean para informarse, educarse o entretenerse.

De igual modo, la evolución tecnológica en los periódicos que incorpora al internet como fuente de información, son transformaciones en el mundo del periodismo; que dan paso a la introducción de nuevos formatos y herramientas en el ejercicio profesional del periodista a como señala Calderón (2017):

Como sostiene Quima Gil, el verdadero periodismo digital “rompe con la comunicación lineal y unidireccional”. Eso quiere decir que es mucho más que trasladar contenidos de la prensa escrita a la Red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla (pág. 2).

Lamentablemente, aunque las tendencias del ciberperiodismo, sean un tema que demanda interés e importancia debido a la afinidad que proyectó ante el resto de medios tradicionales, este es muy poco estudiado, por lo que Navarro (2013), señala que:

“En América Latina solo existe un total de 89 académicos que se ubican como investigadores del ciberperiodismo, en donde solo un 15 % han investigado el tema como objeto central de su línea de investigación y el otro correspondiente 85 % restante ha realizado investigaciones del ciberperiodismo, pero no como su objeto de estudio único, sino como un tema más de su espectro académico” (pág.367).

2.1 Surgimiento

El ciberperiodismo tiene su origen en el periodismo electrónico, los cuales constituyeron las bases de lo que hoy conocemos como cibermedios con la configuración de un lenguaje y de elementos para la construcción de estos espacios. (Navarro, 2013).

Por su parte, Solórzano (2012) señala que “tras la aparición en internet de periódicos de Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, los medios periodísticos análogos fueron creando sus sitios web, y aparecieron también nuevos medios nativos digitales”. (pág. 14)

A más de 20 años del nacimiento del ciberperiodismo en Nicaragua, se sigue desconociendo mucho sobre el tema; se conoce que las tendencias del periodismo digital suelen ser exigentes y complejas, esto debido a la revolución tecnológica y a los grandes avances a través de los años.

Bajo esta oportunidad de ejercer el periodismo en un medio alternativo, radica la importancia de la calidad en cuanto a los nuevos formatos versátiles, constituidos en base a las características propias de la era digital, multimedialidad, hipertextos e interactividad. Asimismo, que no terminan de definirse debido a que surgen todo el tiempo gran cantidad de nuevas tecnologías, tendencias y prácticas.

2.2 Metamedio

Un metamedio es una plataforma online generado por un ordenador, con propiedades de los medios tradicionales y otras nuevas potencialidades basadas en la computación (Campos, Rúas, López y Martínez, 2016), puesto que posee la independencia y libertad para la creación, edición, reproducción, difusión, acceso y descarga de los diversos contenidos en la red, “Lo que pueda ser digital, lo será”, decía en los años 80 Nicholas Negroponte.

Por su parte, Campo, et al (2016), consideran que “los metamedios utilizan la materia prima de los medios tradicionales y la evolución de las técnicas informáticas existentes o aún no inventadas para reinventarse continuamente, quien también señala que nunca la innovación fue tan simple y sencilla, dado que una persona con un ordenador se convierte en metamedio”. (pág. 451)

Los metamedios y las redes digitales son sin lugar a duda aspectos centrales de los procesos de transformación que viven los medios convencionales desde la llegada de la web y el internet, debido a la estrecha relación que hay entre las Tics y el impacto de la unificación de medios.

Por otra parte, la definición de metamedio periodístico responde a ser el medio (o suma de medios) procedentes de la interconexión novedosa de personas y contenidos predecesores, los cuales son las guías para redefinir o alcanzar una identidad propia, basada en las necesidades informativas.

Los nuevos cibermedios demuestran que las fórmulas de producción de contenido en el entorno digital son numerosas y valiosas, por lo que se plantea la hipótesis de un escenario digital de nuevos medios donde la mayoría de ellos pueden ser descritos como metamedios, desde el concepto más habitual del término, un gran medio conformado por otros medios más pequeños, hasta otras concordancias periodísticas de la taxonomía propuesta como una herramienta más evidente del fenómeno (Noguera, 2016).

En cuanto a la clasificación del factor clave en el desarrollo de los cibermedios, referido al lenguaje propio de los nuevos medios según Trillo y Alberich (2019) añade un tercer estudio al final de evolución como disrupción:

- Adaptación: el contenido se adapta y posibilidades narrativas del nuevo soporte.
- Expansión: un nivel de desarrollo multimedia de los formatos periodísticos conjugando y explorando todo tipo de propuestas; y el nivel de interactividad e implicación de los usuarios como seña de identidad de los nuevos medios.
- Disrupción: la capacidad de los medios de romper con lo tradicional, con los géneros y los formatos clásicos, y ser capaces de proponer itinerarios personalizados, interactivos y cómplices que supongan dar un salto de la noticia como información a la noticia como experiencia. (pág. 368).

De igual modo Noguera (2016), expresa que “los metamedios periodísticos tienen un marcado carácter holístico” (pág. 342), puesto que su gestión profesional hace que estos nuevos medios sean mucho más que la suma de sus partes, asimismo, la importancia radica en el potencial y capacidad para producir como quiera y en cualquier momento, bajo infinidad de plataformas, es referirse a ese intercambio de rol entre el emisor – receptor, no es el medio de comunicación constate, sino el sentido práctico de participación, definiendo prosumidor como un término acuñado originalmente por Toffler (1980).

2.3 Evolución de la web

Durante los últimos años, los avances en las herramientas tecnológicas permitieron un sinfín de transformaciones en nuestras vidas para bien; en lo referente a la comunicación, la creación de internet supuso una nueva herramienta en la búsqueda de información, ya que esta facilita el acceso a la información independientemente del lugar de procedencia.

De acuerdo a Latorre (2018), la web reconocida por siglas en inglés (World Wide Web, o www), “es un conjunto de documentos interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en internet que se pueden comunicar a través de la tecnología digital”, es decir, es la conexión de textos, gráficos u otros formatos en un mismo documento encontrado en el internet (pág.1).

Por lo que la evolución de la World Wide Web se ha convertido en el medio por excelencia de la difusión masiva, convirtiéndose una necesidad para que el periodista pueda adaptarse constantemente a las exigencias y transformaciones.

Asimismo, Latorre (2018) explica que la web “es un organismo vivo y, como tal, evoluciona, desde su creación el año 1966, con esa primera red Arpanet, hasta el posterior nacimiento del Internet que conocemos” (pág.1). En cuanto a la relación con la disciplina de la comunicación, se entiende que este ha influido de manera considerable por lo que nos ha modificado el ejercicio periodístico, a tal punto de perfeccionarse para comunicar de manera universal.

Hemos pasado de una web 1.0 a la 2.0, 3.0 y ahora llega la web 4.0; en su máximo trabajo de compartir información a través de los diferentes formatos y en la búsqueda de proyectarse en las diferentes plataformas sociales. Antes que nada, es preciso comprender que la Web no es sinónimo de internet; dado que el internet es la red de redes el medio en donde reside toda la información, en cambio, la web es un subconjunto de internet que contiene información a la que se puede acceder usando un navegador. (Latorre, 2018)

A continuación, se enumeran las características propias de las distintas etapas evolutivas de la web:

2.3.1 Web 1.0

Desde sus primeras apariciones en 1990, la web 1.0 se especificó por ser la forma más básica que existe entre los navegadores de hacer comunicación, ya que este poseía la función de solo texto, esta web primitiva era estática, centralizada, secuencial, de solo lectura, y nada interactiva. Caracterizándose por ser unidireccional, por lo que se trataba de información a la que se podía acceder; pero sin posibilidad de interactuar. Su máxima función era para utilizar el correo electrónico, navegadores y motores de búsqueda (Latorre, 2018).

La web 1.0, fue sin duda un espacio nuevo que permitió para su generación consultas inmediatas entre los usuarios que bien, aunque no podían interactuar, a su vez esta fue evolucionando bajo el lenguaje HTML que condicionó una estructura más propicia para los lectores.

Por su parte, Corino (2017) describe el comienzo de la Web 1.0 como el momento exacto en el que internet pudo definirse como una herramienta básica de comunicación, aunque para su época se consideraba un espacio eficiente e inmediato, en comparación a la actualidad, sigue siendo la más tradicional, parecida al proceso impreso, con una enorme diferencia existente entre las siguientes evoluciones de la web con las que estamos familiarizados actualmente.

Esta web se “basa en la Sociedad de la Información, en medios de entretenimiento y consumo pasivo (medios tradicionales, radio, TV, email). Las páginas web son estáticas y con poca interacción con el usuario” (Belloch, 2012).

2.3.2 Web 2.0

La web social como también es conocida la web 2.0 por el enfoque colaborativo de interacción social que permite entre los usuarios y comunicadores; siendo esta la primera vía de cambio en el quehacer del ejercicio de la comunicación, atribuyéndola como una herramienta indispensable de información y divulgación de contenido, por lo que Latorre, (2018) expone que:

El término web 2.0 fue acuñado por O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, los chats, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc., que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social. (pág. 4).

La influencia que mantuvo la web 2.0 desde sus primeras apariciones en la sociedad, transformó la estructura de los contenidos mediante la creación de nuevas propuestas innovadoras elaborados por los protagonistas que irrumpieron en el panorama virtual, denominados: los ciberactores (Alberth, 2015).

Una de las herramientas más importantes que generó la web 2.0 fue el surgimiento de los blogs, que desde su llegada ganaron terreno en el mundo digital fue la publicación de blogs, que expandió la ola extraordinaria denominada blogosfera, que se desarrollará más adelante.

Desde la llegada de la web 2.0, surgen los sitios de redes digitales (social network sites), se han convertido en plataformas de comunicación y relación social entorno a las que se articulan ecosistemas mediáticos, a como lo refiere Campo, F. et al (2016), “primero se desarrollaron las redes generalistas (MySpace, Facebook, Twitter) y luego las temáticas (negocios, contactos, científicas, etc.” (pág. 452).

2.3.3 Web 3.0

La Web 3.0 es un neologismo que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción en la red, en ello incluye, la transformación en una base de datos, un movimiento a

hacer los contenidos accesibles por múltiples aplicaciones, el empuje de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica o la web 3D. (Corino, 2017, pág.12).

Por su parte, Iruela (2015) señala que la web 3.0 hace a la web más inteligente, debido a que toma en cuenta los gustos, preferencias, hábitos e incluso el contexto de los usuarios, es decir, esta surge para encontrar la información que concretamente se necesita, creando así una mejor experiencia.

2.3.4 Web 4.0

La evolución de la web, propone un modelo 4.0 siendo considerado como el más importante para la explotación de la Web semántica; asimismo nació para erradicar las limitaciones y obstáculos de la web. (Pardo, 2018).

De igual manera, Santamaría (2016), considera que la funcionalidad de la web 4.0 se basa en “explotar la información que ahora mismo contiene, pero de una forma más natural y efectiva (...) permitiendo ofrecer soluciones a partir de toda la información que existe en la web y por lo tanto adelantarse a situaciones cotidianas”

Asimismo, explica los avances más importantes que se obtienen con la web 4.0, entre ellos los asistentes de voz están logrando. Google Now, Siri o Cortana cada vez entienden de forma más precisa y correcta lo que les decimos, la web sin lugar a duda es muy prometedora en la interacción y lo precisa que es con la información que almacena y procesa en las nubes.

2.3.5 TICS

Belloch (2012), define a las TIC como: “Tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información Existen múltiples instrumentos electrónicos que se encuadran dentro del concepto de TIC, la televisión, el teléfono, el video, el ordenador” (pág.2). En este caso entiéndase ordenador como el medio representativo de la sociedad que integra a las distintas aplicaciones informáticas y redes sociales de comunicación.

El impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) abre espacio a través de las herramientas que ofrece el internet, permitiendo a los usuarios a acceder a múltiples recursos de informaciones y comunicarnos con otros.

Teniendo en cuenta a Montes (2018), “Las TICs, son el conjunto de sistemas tecnológicos que proporcionan a usuarios y organizaciones datos e información en tiempo real, posibilitando compartir datos y trabajar en equipo, su uso incrementa los niveles de calidad,

eficiencia y productividad”, por tanto, el papel que desempeñan las TIC’s son cada vez más importante.

La importancia de las TICs en la comunicación y el ejercicio periodística parte en que estas facilitan las tareas del medio y periodista, produciendo innovación competitividad y mayores recursos de producción y eficacia.

“Los indicadores de TIC en Nicaragua identifica una tendencia a incrementar entre 2016, lo que permite realizar un análisis a largo plazo sobre su impacto para poder planificar las políticas estratégicas del sector, que permitirá a Nicaragua implementar indicadores que midan la evolución de la masificación de las TIC” (Oficinas de Desarrollo de las Telecomunicaciones, 2018)

2.4 Tipología de los cibermedios

Según Noguera (2016) define la tipología de los cibermedios periodísticos bajo la observación y taxonomía de los nuevos medios, bajo esta premisa, valora tres criterios que han servido para desarrollar las categorías en los que se encuentran: contenido, autoría y relato:

Según contenido: 1). Generalistas: Son aquellos apoyados en medios verticales anteriores para ampliar la oferta de contenidos. 2). Especializados: Son los que se apoyan en medios verticales anteriores para reforzar un contenido específico. 3). De producto: Son aquellas alianzas temporales alrededor de un producto, entre medios que se asocian con el fin de repartirse las tareas de producción y difusión. 4). Sociales: Son la generación de cibermedios cuyo rasgo principal es que se fundamentan en la curación de contenido de terceros. Según autor: 1). Temporales: Son los que se forman mediante una red puntual de periodistas y diversos autores con un fin específico. 2). Permanentes: Son las que inician con fines diversos y sin fecha de caducidad. Según relato: 1): Periféricos: Nacen y se organizan desde fuera de las redacciones de los medios convencionales, planteando estructuras y flujos informativos cuyo último eslabón son los medios. 2): Teaser: Utilizados para desarrollar campañas estilo teaser o making of que muchos cibermedios han protagonizado en sus inicios, a menudo utilizando un blog para adelantar el tipo de tono, enfoque y contenidos que iban a predominar en el medio tras su lanzamiento oficial. (Noguera, 2016, pág.345 - 349)

Del mismo modo para Salaverría (2017) existe otra clasificación para referirse a los cibermedios estructurada de la siguiente manera:

Según plataforma: Los medios pueden distinguirse en primera instancia por el soporte a través del que se divulgan; es decir, en función del elemento, tecnología y/o dispositivo específico que emplean para su difusión y consumo. Entendiendo por “plataforma” la tecnología digital que posibilita cierto tipo de publicación, conforme al nivel actual de

desarrollo de las tecnologías digitales, podemos enumerar cuatro tipos de cibermedios: para web, tabletas, móviles y multiplataforma. (pág. 24- 25)

Así mismo, Trillo y Alberich (2019) expone un análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo en cuanto a narrativa, interacción, estrategias y medios propios que nacieron en el internet entre los cuales menciona:

La adaptación de este modelo nos permite afrontar las principales estrategias y dinámicas del actual panorama nacional de medios ante el horizonte transmedia, que de acuerdo con Pilar Carrera aparecen conformadas por; 1) medios donde no existen estrategias transmedia y prima el voluntarismo personal y profesional en la búsqueda de nuevas narrativas; 2) medios que investigan nuevas narrativas y formas de llegar al público; y 3) medio nativos digitales que aplican estrategias transmedia más o menos sofisticadas a los contenidos.

Es decir, la apropiación del campo de la generación de contenidos digitales periodísticos se encuentra evolucionado a pasos gigantescos, esto en gran parte gracias a las redes sociales, por su aporte valiosísimo al nicho del negocio de la gestión de la información digital que los medios tradicionales han dejado dispersarse por su lento proceso de apropiación a las TICs.

2.5 Características del ciberperiodismo

Las principales características del periodismo digital son: la inmediatez y la ubicuidad, la multimedia, la personalización, la interactividad, la narrativa hipertextual y la gran capacidad de consultar un sinnúmero de documentos.

Para Calderón (2017), otra de las características que presentan el ciberperiodismo es la libertad de información, debido a que actualmente internet garantiza información gratuita; de hecho, a diferencia de la radio y la televisión, restringir el contenido en este medio es casi imposible, ya que es casi improbable evitar que todos los usuarios publiquen contenido en la red. Internet nos ayuda a verificar lo que leemos en los periódicos, escuchamos en la radio y lo que vemos en la televisión, ofreciendo al usuario una alternativa a la información periodística tradicional en un mismo espacio.

Asimismo, la revolución digital no solo ha condicionado cambios en los medios de comunicación, sino también en las características propias del comunicador, de acuerdo a Acosta, (2016) en el que sugiere que un verdadero periodista digital debe conocer y adaptarse

a la cultura de la red, producir contenidos en tiempo real a través de las herramientas de Tecnología Información y Comunicación (TICs), por lo que este puede ajustarse a los formatos Online en los que destaque la creatividad e innovación de los mensajes informativos.

Por su parte en la era digital, el periodismo digital plenamente establecido como un nuevo género periodístico por la influencia del internet, este presenta tres principales características propias como lo son la multimedialidad, interactividad, hipertextualidad, accesibilidad, usabilidad e inmediatez.

Citando a López (2013) menciona que otras características propias del ciberperiodismo y que es inevitable dejar de aludir son las que tienen su importancia en el diseño de los sitios web, dado que es ahí que surge en el periodismo digital:

Los elementos a tomar en cuenta al momento de emprender el diseño de los sitios web, a saber: la usabilidad del sitio, la accesibilidad, facilidades de navegación e investigación en la web, niveles de interactividad, explotación de los mecanismos hipertextuales, distribución personalizada de la información, actualización de contenidos, el color, determinación de la identidad tipográfica, los elementos gráficos, la fotografía, la imagen animada y la infografía, aplicación de la multimedialidad y la publicidad agresiva (pág.170).

2.5.1 Hipertextualidad

Después del nacimiento de la Web en 1993, el hipertexto ha logrado desarrollarse notablemente. El internet, de hecho, fue concebido como un hipertexto global donde todos los sitios del mundo pueden ser consultados por todos, siendo la página web ese documento único y la "navegación" la transición de un sitio a otro a través de los "enlaces", pero también de una página a otra del mismo sitio u otra parte de la misma página. (Calderón, 2017)

Villacrés (2018) refiere que los enlaces existentes pueden ser jerarquizados, es decir se puede incluir un valor agregado al párrafo enlazado, y en este caso hay tres tipos de enlace que son definidos:

- Enlaces contextuales: se relaciona con una de las “w” de la noticia, con frecuencia suelen aparecer un el lead o teaser del periodismo digital
- Enlaces relacionales: se relacionan con las unidades de contenido, sirviendo como antecedente de la noticia, causas o acciones de los protagonistas.

- Enlaces recomendados: aportan documentos de interés intelectual que generan mayor valor semántico al contenido expuesto (pág. 31-32).

El hipertexto nace bajo la idea de poder crear referencias entre un mismo artículo y otro, básicamente lo que buscaba era crear la noción de «tejer» una red de información con todos los documentos accesibles. Mencionar el termino hipertexto, es referirse a Ted Nelson (1970), quién acuñó por primera vez dicha terminología en su artículo «No more teacher´s dirty looks», para referirse a escritos no secuenciales que clasificaran la promoción de cualquier tipo de información, texto, imagen o audio. (Tabares, 2014)

2.5.2 Hipervínculos

Según el glosario del centro de cultura digital (s.f.) “la palabra hipervínculo se compone del prefijo ‘hiper-’ (del griego ὑπέρ-: ‘sobre’, ‘encima’) que indica exceso o un grado superior a la norma y de la palabra de origen latino vínculo (vincŭlum) que significa unión o atadura de una persona o cosa con otra”, en este caso se puede decir, que los hipervínculos se utilizan para conectar, aminorar y mejorar las rutas de acceso de la información.

De igual manera para Digital Guide IONOS (2019), los hipervínculos son “una remisión unidireccional en un documento electrónico, en dónde se pueden enlazar tanto dos documentos diferentes como distintas partes dentro de un mismo documento”, la importancia de utilizar los hipervínculos en los sitios web potencializa la distribución, interacción con los usuarios, dinamismo, conectividad y acceso a la información.

Además de facilitar la usabilidad de la web, por lo que una organizada estructura de los hipervínculos en el contenido del sitio adecua rutas cortas para los usuarios, asimismo, genera un incremento considerable en el tiempo de permanencia de los visitantes en la página web. Por eso, los expertos en SEO dan mucha importancia a la organización de enlaces, considerándola un factor esencial para un buen posicionamiento en los buscadores.

2.5.3 Tipos de hipervínculos

La importancia que poseen los hipervínculos es indiscutible por lo que a continuación se presentan los principales enlaces que se encuentran en los sitios web periodísticos:

- Texto o hipertextos: cuando una palabra correspondiente a un texto está destacada y haciendo clic en ella nos lleva a otro lugar, permitiéndonos una lectura no secuencial de un mismo tema.

- Imagen: cuando una imagen nos lleva a otra URL, los más conocidos son las publicidades.
- Interno de imagen: se utiliza para tener movilidad dentro de un documento.
- Interno de dominio: Éste es muy común en los blogs de las universidades; nos envía hacia otro documento, pero dentro del mismo dominio.
- Externo: se usa para citar otro dominio o en forma de backlink, esto es un enlace de otro dominio que dirige a nuestro sitio.
- De Email: cuando hacemos clic en él, nos lleva directo a nuestro email ya con la dirección incluida para que entremos en contacto. (rockcontent, 2019)

2.6 Multimedialidad

La multimedialidad es el proceso que se crea entre la escritura de la prensa, las imágenes en movimiento de la televisión y el sonido de la radio, empleando las palabras de Orozco, Rivera y Mendieta (2019) los cuales aluden que esta responde a todas esa combinación de sonido, imagen e información, aunque suena complicada solo se trata de la mezcla de bits, sin embargo, el soporte digital permite hablar más que de un medio, dado que con la aparición de la multimedialidad se entiende a la integración de los demás medios análogos (la prensa, radio y la televisión.) en uno solo, el metamedio.

“Los cibermedios presentan el modelo multimedia como una de sus principales estrategias comunicativas. Buena parte del protagonismo actual de sus productos se debe al creciente aprovechamiento de la multimedialidad” (Rage, 2020)

Sin embargo, los investigadores como los periodistas de la comunicación se refieren unánimemente a la multimedialidad como una característica inherente al periodismo digital, por su grado de relevancia, por lo cual, unifica todos los medios. De igual forma, se habla de "contenido multimedia" según Calderón, (2017), “cuando en el campo de la tecnología de la información la comunicación de información sobre algo es utilizada por muchos medios de comunicación, es decir, imágenes en movimiento (video), imágenes estáticas (fotografías), música y texto” (pág. 9).

Entiéndase como el potencial expresivo de la comunicación, la multimedialidad se ha extendido a todas las áreas de la cultura y la sociedad, en donde el ejercicio periodístico también lo ha acogido, involucrado a todas las formas de comunicación, coincidiendo con los nuevos medios y el internet.

2.7 Plataformas digitales

Según Mendieta (2019) “las plataformas virtuales son un sistema que permite la ejecución de diversas aplicaciones bajo un mismo entorno, en la cual los usuarios tienen la posibilidad de acceder a ellas a través de Internet” (pág.22).

Los expertos en medios digitales concluyen que el valor y el capital social, con todos sus respectivos atributos ofrecidos en las plataformas: popularidad, reputación, prestigio, confianza, credibilidad, hay que situarlos en el eje prioritario de la gestión y la investigación de los medios y los metamedios.

Ferrer (2017) sugiere que “la irrupción y normalización de las plataformas implica diversidad de cambios sociales y económicos que en ocasiones pueden generar externalidades negativas. A su vez estamos hablando de modelos de información que generan actividad a través de ellas” (pág.70).

Las plataformas digitales se han convertido en la principal herramienta de acceso a internet, bienes y servicios habituales para los ciudadanos. Siendo este uno de los elementos.

2.7.1 Redes sociales

Por su cuenta para Zúniga y Hopmann (2013) las redes sociales no son más que la adaptabilidad del contenido de los medios de comunicación tradicionales de televisión (originalmente analógicas) a Facebook y YouTube para presentar sus producciones de manera digitalizadas. (Como se citó en Alexa, “Top 100 sites in Nicaragua, 2011):

Las redes sociales más populares en Nicaragua fueron Facebook, YouTube y Blogger. M&R reportaba en julio de 2011 que el 67 por ciento de todos los usuarios de Internet en Nicaragua estaban registrados en una red social, mediante la cual el 96 por ciento tenía una cuenta de Facebook, 12.3 por ciento en Hi5, 11.5 por ciento en Twitter, y 2 por ciento en LinkedIn⁵¹. (Alexa, 2011)

Por su parte, Mendieta (2017) especifica que las redes sociales son “sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, 19 relaciones amorosas, relaciones comerciales, etc.” (pág. 18-19).

López, L y Guerrero, L (2013) exponen que las redes sociales “particularmente dieron lugar a la inclusión constante de nuevos participantes que diariamente interactúan a través de distintos espacios o plataformas virtuales con la posibilidad de crear contenidos, compartir información e interactuar con varias personas de distintos lugares del mundo simultáneamente”

Todos los periódicos digitales han creado sus cuentas en Facebook, Twitter y otras redes sociales similares a fin de establecer una mayor conectividad entre sus usuarios en especial modo con las nuevas generaciones de la era digital que destinan grandes cantidades de horas al móvil, según López (2013) “las publicaciones en Facebook y los mensajes a través de Twitter son ya factores sumamente relevantes al momento de captar mayor tráfico hacia las páginas de los cibermedios” (pág.214 - 215).

2.7.2 Facebook

Facebook, es “más que una simple página de internet, es un fenómeno mundial ya que ha revolucionado y transformado la forma de utilizar el internet, pero sobre todo la manera de interactuar entre las personas en nuestros días” (Benavidez y Chávez, 2017, pág.22).

Siendo este uno de los sitios web más visitados del mundo y se declara como un servicio social que conecta a la gente con amigos, conocidos y otros, que tiene como objetivo facilitar a sus usuarios el mantenerse en contacto con sus conocidos, además que es empleado como principal red social de divulgación de información, indispensable para el ejercicio del periodismo para así poder comunicarse con ellos cada vez que quieran hacerlo. (Amusquivar, Archet, Segovia y Venice, 2011, pág. 41).

Asimismo, según Hopmann, Arce y Zúniga, (2012), califica a Facebook como una red social contenidos generados por los usuarios (CGU), dado que “Según los socialbakers, los usuarios crecieron durante el 2011 de 457 mil a 635 mil, que es más de lo que Nicaragua tiene como usuarios oficiales de Internet, en comparación al año 2010 que registró alrededor de 240 mil” (pág. 43)

2.7.3 Twitter

La aplicación Twitter “fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de la Delaware desde 2007, según la historia, encontrada en un estudio de periodismo, Twitter, es un servicio de microblogging, con sede en San Francisco, Estados Unidos” (Benavidez y Chávez, 2017 pág.19).

El dinamismo de esta red social parte en torno al hashtag (#), lo cuales permiten que las publicaciones o tweets, naveguen a través de los seguidores y mediante este proceso se puede crear un nuevo vínculo de comunicación.

Twitter cuenta con 10 cualidades que la hacen ser una plataforma indispensable en la rutina del ejercicio periodístico entre los que enumeran: 1). Sencillez: Basta con crear un perfil de usuario para lanzar un tweet desde la caja de “Twittear”. 2). Inmediatez: Ella se basa en la publicación de mensajes rápidos. 3). Brevedad: mensajes cortos, 280 caracteres como máximo. 4). Multiplataforma: se puede utilizar a través de su aplicación móvil o a través de página web y es compatible con muchos de los sistemas operativos y navegadores que utilizamos. 5). Universalidad: está disponible en más de 25 idiomas y puede accederse a él desde casi cualquier lugar del planeta. 6). Gratuidad: el servicio que proporciona es gratuito para todos los usuarios y organizaciones. 7). Ilimitado: permite el envío de mensajes sin limitación alguna. 8). Asimetría: no es necesario que otros usuarios te sigan para poder ver la información que difunden (y viceversa). 9). Accesible: cualquier persona u organización que quiera crear una cuenta y utilizarla puede hacerlo, aunque existen algunas restricciones inscritas en las normas. 10). Multiformato: permite la inclusión de texto, imágenes, vídeos, gifs y un formato de encuesta que hacen más visual la comunicación de los mensajes (Webempresa, 2018).

Asimismo, señalan López, L y Guerrero, L. (2013) que las redes sociales y específicamente Twitter se han convertido además de una herramienta valiosa en el ejercicio periodístico, esta también influye en la participación ciudadana, siendo capaz de fortalecer movimientos sociales y promover la opinión pública en los diferentes temas de interés social. Siendo esta plataforma para los comunicadores otro medio de comunicación directo con el oyente, lector o televidente. Es una forma práctica de estar conectado con tu público en particular.

2.7.4 Blog periodístico

Según Mendieta (2017) “el blog es un medio nativo a la web, nacido en el año 1992 como un medio donde usuarios expertos publicaban enlaces a las páginas web que les parecían de interés, incluyendo en ocasiones algún comentario” (pág. 19).

De igual manera, Corino (2017) alude que un blog “es una página web en la que se publican regularmente artículos cortos con contenido actualizado y novedoso sobre temas específicos o libres. En pocas palabras, un blog es un espacio en internet que puedes usar para expresar tus ideas, intereses, experiencias y opiniones”. (pág. 17)

Dicho con palabras de López (2013) “Los blogs son un fenómeno de especial interés para el ciberperiodismo, pues algunos analistas han considerado que podrían considerarse como el futuro del periodismo, creado por el ciudadano común y dirigido a él (pág.129).

Asimismo, explica que los blogs configuran un nuevo modelo que viene a dar respuesta a la interactividad e inmediatez que caracteriza a la web 2.0 y a su constante evolución que prima de veracidad, calidad periodística y la capacidad de generar opinión, creando entre los periodistas una polémica en cuanto al considerarlo o no auténtico instrumento de comunicación, proceso en el cual todavía hay quienes subestiman el rol que ejercen los blogs en la sociedad. (López, 2013)

Por su parte, Salaverría (2012) apunta que el estilo del blog periodístico se encuentra dividido en tres categorías principales:

- 1). Las bitácoras que se alojan en el dominio de un cibermedio y son elaboradas por periodistas profesionales en plantilla.
- 2). Los blogs especializados en acompañar y analizar los avances del periodismo como profesión.
- 3). Los blogs que, sin estar adscritos a ningún cibermedio, realizan una cobertura y análisis sistemático de los acontecimientos de actualidad, preferentemente de información general.

Los blogs periodísticos carecen de un patrón textual estándar, salvo en la brevedad de los títulos y, en menor medida, en el escaso uso de las citas textuales, los blogs apenas coinciden en cánones estilísticos comunes. Hay gran heterogeneidad, por ejemplo, en la extensión de las notas, en el número y tipología de los enlaces, y en el grado de uso de los recursos multimedia (Salaverría, s. f).

2.7.5 La blogósfera

El término blogosfera fue creado por Brad L. Graham en 1999, y se popularizó en el 2004 por William Quick, las blogosferas se han subdividido en el transcurso de su evolución correspondiendo a géneros específicos como: Blog de noticias, blogs políticos, blogs de chismes, blogs de comida, blogs de moda, blogs de salud. (EcuRed, 2012)

De acuerdo a Mendieta (2017) nos dice que la blogósfera “es el universo y la cultura de los weblogs, cada una de las comunidades en las que participa un bloguer en función de su lengua, lugar desde el que escribe y sus aficiones” (pág.20).

Asimismo, la perspectiva de Alberth, (2015) señala que se encuentran distintas cualidades propias de la blogosfera entre las más importantes están:

1. Filtro social de opiniones y noticias
2. Sistema de alerta temprana para los medios
3. Sistema de control y crítica de los medios
4. Factor de movilización social
5. Nuevo canal para las fuentes reconvertidas en medios
6. Nuevo formato aplicable en las versiones electrónicas de los medios tradicionales para coberturas de continuidad, catástrofes y accidentes
7. Gigantesco archivo que opera como memoria de la Web
8. Alimento privilegiado de los buscadores
9. Es una gran conversación (pág. 83)

Warner, J y Lastreber, M. (2017) plantean 5 herramientas básicas que el periodista digital debe desarrollar en el mundo digital:

1. WordPress: Esta plataforma de construcción de sitios web tiene muchísimos niveles de conocimiento. Publicar sus artículos.
2. MailChimp: Si bien los newsletters suelen ser manejados por una persona de marketing o el mismo community manager, el periodista que comprende cómo funciona y todo lo que puede hacer con una plataforma de e-mail marketing, tiene más canales de distribución y diálogo con la audiencia.
3. Google Analytics: No se trata de entender qué contenido es el más clickero, sino de entender realmente cómo responde la audiencia a los distintos contenidos.

4. Survey Monkey o Google Forms: En la misma línea que la herramienta anterior, el periodismo digital es dialogado. Por eso, dominar herramientas que permitan hacer encuestas en línea (desde las más simples hasta las más complejas) ayuda muchísimo a entender a la audiencia y a involucrarla en la búsqueda de fuentes, temas de cobertura, denuncias, etc.
5. Telegram: La plataforma de mensajería instantánea es una buena opción para proteger la información que se intercambia con otros usuarios, puede programarse para borrar determinado contenido automáticamente y sin dejar rastros. Puede utilizarse desde el móvil y desde el ordenador.

2.7.6 Fake news

El periodismo analógico como la televisión, el radio o los diarios eran anteriormente las fuentes de comunicación en masas, pero estos han sido suplantados por el internet. Los medios de comunicación hoy día son más diversos y ofrecen mayores ventajas en la creación, producción y difusión de la información.

No obstante, el hecho de la disponibilidad y el acceso inmediato de las plataformas permiten que cualquier persona que disponga de un dispositivo pueda ser también una fuente de información y se autodenomine “periodista o comunicador”.

Las noticias falsas han existido desde 1835, pero han tomado mayor relevancia con la aparición de las nuevas tecnologías de la información y comunicación por la posibilidad de multiplicar su efecto, siendo estas Fake News una amenaza para el periodismo, haciendo dudar la veracidad de las noticias difundidas en los medios digitales por lo que suelen combinarse con contenido verídico dentro de los que realmente producen información real.

La característica de inmediatez y multifuncionalidad en los periodistas los ha obligado a salir de lo convencional y convertirse en multiplataforma, en los que no solo deben seguir con las rutinas del periodismo masivo tradicional; sino que también, deben acoger a millones de seguidores en Twitter o fans en Facebook y trabajar en conjunto con las herramientas tecnológicas, sin dejar de obviar la vulnerabilidad de veracidad de las noticias. (Solís, 2018)

La inmediatez que exigen las plataformas digitales ha dado paso al surgimiento cada vez mayor de informaciones no verificadas, es decir, nos constatan fuentes antes de ser publicadas, y que luego se difunden masivamente en las redes sociales y portales de noticias.

Así mismo, es importante destacar que no es un fenómeno nuevo, ya que la manipulación de la realidad ha sido parte de la historia del periodismo desde sus inicios. Sin embargo, los conceptos de postverdad y noticias falsas parecen haber resurgido con el Internet.

Por lo que surge un nuevo concepto denominado las "fake news" o noticias falsas que, según García (2020) define que las "Fake News" son informaciones difundidas con conocimiento de que la información carece de veracidad, ya que no existe ningún tipo de contraste y de forma general se transmiten para formar un pensamiento en la sociedad.

Por otra parte, González, (2019), sostiene que "Las fake news o noticias falsas se han convertido en una constante dentro del Periodismo y en un verdadero problema a la hora de discernir la verisimilitud de una información" (pág. 31).

Las noticias falsas han existido desde 1835, pero han tomado mayor relevancia con la aparición de las nuevas tecnologías de la información y comunicación por la posibilidad de multiplicar su efecto, siendo estas Fake News una amenaza para el periodismo, haciendo dudar la veracidad de las noticias difundidas en los medios digitales por lo que suelen combinarse con contenido verídico dentro de los que realmente producen información real. El término 'fake news' o "noticias falsas" para "se ha convertido en un ataque a la credibilidad de los medios de comunicación, porque cada vez es más difícil confiar en las capacidades humanas para detectar contenidos alterados que pueden engañar a las audiencias. (Tecnosfera, 2018).

Los términos Fake New y Posverdad mantienen una estrecha relación por la cual ambas se vinculan con difusión de noticias falsas que aluden a alterar el pensamiento social; por su parte, según el diccionario más prestigioso del mundo, Oxford en el año 2016, posverdad fue incluida como la palabra del año. "Hoy estamos frente a un fenómeno que no era nuevo, lograr aterrizar el concepto de la Posverdad, es en definitiva cuando los hechos objetivos influyen menos que los llamados a la emoción y a la creencia personal, en la formación de la opinión pública" (Bañados y Rogel, 2018).

Por otra parte, Vila del Prado (2018) ratifica que el término posverdad se refiere "a las circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal" (pág.9)

Por consiguiente, también alude que las tecnologías de la información y comunicación (TIC) permiten a los oligopolios transnacionales transmitir imágenes y sonido de alta calidad y desde sitios insospechados con contenidos que crean en el público satisfacción y sensaciones de cierta libertad, con la excusa de educar y entretener; cuando lo que en realidad buscan es que "la mayoría de la gente sienta, piense y se comporte como lo pautan las instituciones, a esto también se le define como manipulación mediática. (Vila del Prado, 2018)

2.7.7 Veracidad de las noticias

Con la aparición de la web y las plataformas digitales mucha es la información que se difunde a través de las mismas, pero no siempre es real, por lo que debido a su fácil accesibilidad y manipulación por el acceso inmediato de tantos usuarios se propiciaron las noticias falsas, por lo cual surgen algunas pautas para verificar las notas informativas, según Peñailillo (2019) propone:

- Verificar la fuente: revisar si se trata de un sitio web de un medio confiable y si además existen referencias a otra información que confirme la fuente.
- Verificar temporalidad: Es recomendable verificar siempre la fecha de la información.
- Verificar la veracidad: Es importante investigar el origen de la noticia y el autor.
- Verificar con un experto: siempre es necesario corroborar la noticia o historia con un experto que pueda tener conocimientos más acabados.
- Verificar medios: Detectar cualquier tipo de manipulación, borrado o modificación para alterar la veracidad de las imágenes y videos. (Peñailillo, 2019)

Por su parte para responder a la interrogante respecto a ¿Qué hace a una información veraz?, debe entenderse a la información y la veracidad como la adecuación aceptable entre lo sucedido y lo transmitido, por tanto, “La veracidad es el fundamento y un elemento sumamente importante del derecho de la información. Al perderse la veracidad en la información, la realidad se vuelve ficticia, se pone en duda lo informado y la fuente que entrega la información” (Castillo, C., Cruces, L. y Guerra, M., 2016).

2.8 Perfil del comunicador

El ejercicio periodístico requiere de profesionales con capacidades de transmitir veracidad en el tratamiento de la información, así como un grado de responsabilidad individual para una cimentación amigable y de paz en pro de la reconstrucción de la sociedad. En este sentido, el

observatorio contempla con rigurosa exactitud el cumplimiento de su misión y visión de velar por la formación e instrucción a periodistas. (Rojas, 2019)

Aunque si bien con la llegada del periodismo digital el periodista debe adaptarse a las exigencias que demanda la convergencia de los medios en un solo medio, por lo que se traslada a una realidad en la cual el periodista debe acudir a darle cobertura a un hecho noticioso con un ordenador portátil, un teléfono móvil y una mini cámara para realizar la crónica en directo desde el lugar de los hechos, la inmediatez del Internet. (Rage, 2020)

Con las herramientas básicas de la radio con una mayor profundidad y la transmisión televisión con entrevistas e imágenes, para luego ajustarlos con más calma en la redacción, para la edición en papel con una mayor profundidad.

Desde el abordaje de Rojas (2019) “las experiencias de la UNAN-Managua, al vincular la necesidad de fortalecer y actualizar las capacidades de los profesionales de la comunicación para que estén preparados en este mundo cambiante en un contexto en el que emisores y receptores interactúan en un mismo nivel de inmersión mediante las plataformas para comunicar lo que se quiere en el momento que se quiere, la Universidad seguirá observando para aportar sus conocimientos” (pág.36)

2.9 Otras Funciones del ciberperiodista

Martínez (2013) refiere que “un Community Manager es aquella persona encargada de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y medio”.

Wellington (2013) sugiere que entre las habilidades y técnicas que debe manejar el ciberperiodista se encuentran:

1. La traducción: la facilidad de traducir textos y entrevistas
2. La fotografía: Aparte de ser un buen escritor, el periodista multimedia está obligado a aprender a sacar buenas fotografías
3. Producción de Video: El arte de producir video requiere de conocimiento técnico y artístico.
4. La edición de un video: Manejo de programas gratuitos como iMovie y Microsoft Movie Maker. Familiarízate con la interfaz del programa
5. Editores de páginas web: Conocimiento de los términos y plataformas siguientes:

6. Content Management System (CMS) Sistema Gestor de Contenido, el cual organiza el contenido de un sitio web.
7. Search Engine Optimization (SEO) Optimización de motores de búsqueda que mejora la visibilidad del contenido de un sitio web en los resultados de diferentes buscadores.
8. HyperText Markup Language Lenguaje de marcado de hipertexto, lo cual es el lenguaje de la web y de los sistemas gestores de contenido, incluyendo los de blogs. (pág. 15)

2.10 Retos y desafíos del ciberperiodismo

El principal reto del ciberperiodismo parte del hecho de adaptarse a la era digital para responder a la demanda de las nuevas generaciones, en especial los millennials, esto con respecto al soporte preferente del teléfono móvil, tendiendo cada vez más al Tablet o iPhone, y con la inmediatez de las redes sociales, muy por encima de los websites de los propios medios convencionales. (Trillo y Alberich, 2019)

El conjunto de los diarios digitales (nativos y emigrados) tienen como reto desarrollar nuevos formatos y géneros periodísticos capaces de adaptar la prensa a un nuevo entorno multimedia, hipertextual e interactivo.

Por su parte, Guzmán (2014) explica que “el ciberperiodista debe aprender a trabajar la información de tal forma que puede ser útil para todos los formatos disponibles de la web, además de enfrentarse al complejo proceso de adaptación, disponibilidad y, sobre todo, uso de la red, atendiendo a elementos como el diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos sin descuidar sonido, texto, o imágenes” (pág. 3).

3. Modelo informativo

Antes de iniciar el abordaje del modelo informativo en los sitios web, cabe destacar la importancia que posee el lenguaje como un sistema de interacción, por su habilidad de construir significados. El quehacer de la comunicación parte en muchas partes como un proceso analítico e interactivo que genera un vínculo entre el lector y el escritor, en este caso para entender el modelo informativo de los medios de comunicación, primeramente, se deben conocer el lenguaje escrito, periodístico e informativo.

La lengua escrita es uno de los elementos de comunicación más exigente por lo que posee reglas plenamente establecidas que regulan la calidad y credibilidad del escrito, en este caso un texto

escrito correctamente de seguir una buena estructura, coherencia, sin faltas ortográficas, concordancia en género y número, además de un buen uso del léxico y el tiempo verbal.

3.1 Lenguaje periodístico

Por su parte, Guardia de Viggiano, N. (2009) refiere a que el lenguaje representativo, corresponde a informar, es decir, aquellas que se encargan de ilustrar y dan a conocer noticias y temas de carácter político, social, científico, filosófico, histórico, por medio de ensayos, artículos periodísticos, de revistas, de libros.

Asimismo, INENKA (2020) sugiere que el lenguaje que se emplea en el periodismo se suele distinguir a simple vista de otros géneros literarios, por lo que este suele ser sencillo, conciso, preciso y claro, presentado características propias como, por ejemplo: la claridad de emplear estructuras gramaticales simples, vocabulario sencillo que permita llegar a todo tipo de público, en el que se evite la redundancia, ambigüedad y el uso de frases hechas o expresiones coloquiales.

3.2 Redacción web

En la era digital los medios de comunicación análogos han sufrido una profunda crisis, en especial el sector prensa, este se encuentra en un momento de profunda transformación, en el que el conjunto de los diarios digitales emergentes y nativos están desarrollando estrategias de adaptación de los medios al exigente entorno multimedia, hipertextual e interactivo.

En los medios digitales nativos se establecen sus propias rutinas de trabajo y creación de contenido, no obstante, estas rutinas de producción de información se organizan de acuerdo a las necesidades de cada medio de comunicación, siempre teniendo en cuenta la preponderancia del internet, al encontrarse en la era de la transición, se cree que “el lenguaje ciberperiodísticos plantea, en fin, una amalgama de códigos que dará paso a nuevos géneros para elaborar contenidos informativos. (Loaiza, 2018)

La aparición de los medios digitales ha revolucionado y transformado la redacción de los contenidos informativos por lo que escribir para estos nuevos espacios se ha considerado un reto por lo que ha definido ciertos aspectos importantes a tomar en cuenta para la redacción eficaz y concreta que demanda la web y sus usuarios:

- Ser breve, y escribir con técnicas de SEO los párrafos no deben sobrepasar de 250 palabras y las oraciones de 20.
- Empleo de las palabras claves o herramientas de análisis como Keywords.
- Enfocarse en crear contenido atractivo, por ejemplo, la “pirámide invertida”, que inicia con la información más relevante y consecutivamente datos secundarios.
- Elegir el tono de tu redacción y cuidar la ortografía.
- Utilizar recursos multimedia.
- Rompe la uniformidad del texto, es decir, los intertítulos que definen bloques temáticos, viñetas, numeración o negrillas para destacar. Así el texto no se percibirá tan ‘pesado’. (Wearecontent, 2020)

Por su parte en el estudio de caso que propone Villacrés (2018) resalta que la forma de escribir en la web debe tomar en cuenta las siguientes características:

- Usabilidad: noción para el diseño de interfaces
- Estructura de la pirámide invertida revalorizada para la utilización en la web
- Unidades divididas de pirámides e Hipertextos de una sola pirámide.
- Propone el uso de células afirmativas, a través de este modelo se busca descomponer la estructura tradicional de los textos y que funcionen como unidades informativas enlazadas entre sí.
- Acerca de la conformación de gramáticas en los nuevos medios: el caso de los diarios electrónicos: El periodismo digital se caracteriza por su configuración retórica, temática y enunciativa (pág. 28 - 29)

En los últimos cinco años, la mayoría de las redacciones de los medios convencionales conciben la adaptación de diferentes estrategias para enriquecer su presencia en las redes sociales por lo que, para Campos, F. et ál (2016) dice: “Se ha supuesto un nuevo panorama para los medios, generando incipientes posibilidades y ventajas, pero también nuevas exigencias y requerimientos”. (pág. 452)

En cuanto a modelos informativos y narrativas Freixa, p., Pérez, M. y Codina, L. (2017) refieren que todas las composiciones “responden a una estructura de tres niveles en que el nivel central, el de las capas informativas, actúa de enlace entre la interfaz de navegación del usuario y la base de datos que contiene la información codificada” (pág. 1888).

A esto mismo agrega que la interfaz es la que:

Se sitúa en el nivel superior de la pieza informativa, la del sistema. En ella se concreta y distribuyen las capas de información y los elementos de navegación e interacción que permitirán al usuario acceder a los contenidos, recorrer la pieza o participar en ella. La selección de las capas de información que van a formar parte de una pieza debe responder a un diseño previo de interacción en el que los autores hayan considerado lo que el usuario podrá explorar, leer o consultar. El diseño de la interacción de la pieza debe contemplar la potencialidad de los datos obtenidos, el rol que se quiere dar al usuario, lector, creador, participante, etc.-, así como la eficacia de las capas que se van a utilizar” (Freixa, p., Pérez, M. y Codina, L., 2017, pág. 1887).

De igual forma, Irala, P y Pérez, V. (2012) señalan aportes significativos de Ramón Salaverría y Javier Díaz Noci expertos en ciberperiodismo, en cuanto a la redacción periodística en el internet y sus herramientas de ciberculturas en las que sobresalen:

- 1). El policronismo (las múltiples posibilidades de relación temporal entre la emisión y la recepción de mensajes en el ciberespacio).
- 2). La multidireccionalidad. A los que se suman las tres cualidades comunicativas de las piezas ciberperiodísticas y, según mi estudio, también son visibles estas particularidades en el periodismo multimedia: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad (pág. 27).

No obstante, Watlington (2013) infiere que en la era digital ha atraído a la web un sinnúmero de escritores con diferentes niveles de conocimiento en el área de la redacción que ha dejado como resultado fatal, sobre todo en medios hispanos, en donde muchos periodistas se han visto obligados a emigrar y a escribir diariamente, lo que por resultado un escenario desfavorable en el que se puede ver titulares erróneos, mala ortografía, traducciones erróneas y una indiferencia general hacia los detalles, precisión y atribución de la información presentada.

3.3 Géneros del ciberperiodismo

El proceso evolutivo comprendido por el ciberperiodismo desde su llegada con la web 1.0 estableció una etapa en la que la polémica por la redefinición en cuanto a sus estructuras y alcances en el desarrollo de los contenidos en los géneros plenamente ya empleados en el periodismo convencional: la noticia, el reportaje, la entrevista y demás géneros.

La preocupación surge con la necesidad de ajustar lo ya existente con las características propias de hipertextualidad, multimedialidad, la interactividad e incluso la renovación frecuente de contenidos llevaba necesariamente a procesos de recreación de cada uno de ellos, a fin de explotar adecuadamente esas herramientas, dado que las narrativas del ciberperiodismo tienen paradigmas muy distintos a los que prevalecían en el impreso. (López, 2013).

Los géneros del ciberperiodismo surgen debido a la necesidad de responder al procesos de mutación y adaptación de los géneros tradicionales innegables en su funcionalidad, para muchos autores, la calificación géneros ciberperiodísticos se caracteriza por conjugar dos lenguajes periodísticos previos: el de la prensa escrita (el análogo o convencional) y el audiovisual de la radio y la televisión, entre los géneros que destacan se encuentran están: el blog, el chat con los lectores y la cobertura en tiempo real.

Encontramos que para Salaverría y Cores (2005) enumeran cuatro fases de desarrollo en los géneros ciberperiodísticos:

- Repetición: Este estadio corresponde al nivel más básico, el de la mera reproducción literal en los cibermedios de géneros y formatos textuales tomados de medios precedentes, habitualmente de los impresos.
- Enriquecimiento: El medio impreso o audiovisual, incorpora posibilidades hipertextuales, multimedia y/o interactivas. Es decir, aprovecha las características comunicativas del ciberespacio.
- Renovación: Supone la reconfiguración íntegra de un género anterior a partir de las posibilidades comunicativas del ciberespacio.
- Innovación. Consiste en la creación de géneros periodísticos para los cibermedios, los weblogs, por ejemplo, además de un versátil y económico sistema de publicación. (Salaverría y Corse, 2005, pág. 148- 149)

3.3.1 La noticia

En los cibermedios las noticias han cobrado si cabe mayor protagonismo que en los periódicos impresos, si bien es definido como el género por excelencia de los medios de comunicación análogos, se precisa que con la llegada del internet se ha logrado mantener esa batalla informativa que los medios impresos consideraban perdida, es decir la competencia por la exclusividad y la famosa información de última hora, que en la era digital concibe en competir con la inmediatez de la televisión e incluso con la radio.

Por otra parte, Rage (2020) menciona los nuevos aportes y rasgo del género noticioso empleados en el periodismo digital:

- Título – enlace: Destacar lo más relevante de la información, sino también como punto de partida para la navegación.
- Datación exhaustiva: Publican en un contexto temporal policrónico
- Fragmentación hipertextual: El título se anticipa al cuerpo de la noticia.
- Párrafo de enganche: Lead de la noticia con un título – enlace.
- Enlaces documentales: Cualquier pasaje explicativo o documental se “salva” mediante un enlace, lo que permite un mayor desarrollo del género. Sirve para conectar la información con otros aprovechamiento multimedia y audiovisual: emplea galerías fotográficas, videos, audios y gráficos animados que complementan los datos escritos en el tradicional de forma textual
- Uso interactivo: Se ha adaptado a otras formas y modelos de periodismo acordes con el carácter horizontal de la comunicación digital. Los usuarios pueden emitir votos de popularidad, realizar comentarios, correcciones, etc. Más allá de los clásicos “enviar a un amigo” e “imprimir” (pág. 6 - 8).

3.3.2 Género interpretativo: Reportaje y Crónica

Desde el surgimiento de la web 2.0 se recrea una nueva forma de aplicar estos dos géneros en el ciberperiodismo, por lo que Jordán (2018) lo explica de la siguiente manera

En el reportaje se da la posibilidad de adjuntar multitud de elementos multimedia, incluyendo en estos testimonios de personas, infografía, vídeos ilustrativos e hipervínculos a otros de contenido similar y complementario. Atendiendo a la interactividad con el lector. Por su parte, la crónica en la web se clasifica en: crónica en directo, la cual narra acontecimientos que ocurren en vivo; por otro lado, crónica de última hora o flash, las cuales notifican de noticias urgentes y actualizadas en el momento justo en el que tienen lugar

Asimismo, Ivala y Pérez (2013) asegura que “incluso un blog conlleva una diferente estructuración de los elementos tipográficos e iconográficos articulados en su propia morfología informativa (pág. 19). Esto debido a la naturaleza de su composición, explicado de la siguiente manera:

Por ejemplo, una composición estándar expondría: encabezado, en franja superior, conteniendo, esencialmente, imagen corporativa —«mancheta» gráfica— y etiquetas de navegación;

columnas o bloques de exploración, cuya disposición vertical facilita la inclusión de subdivisiones informativas (mayoritariamente, en formato texto) relacionadas con los contenidos, así como módulos publicitarios; área de contenido, aglutinando el peso narrativo de la información —en formato texto/imagen— que atiende a un tema concreto; y, por último, el pie de página, donde aparecen referenciados datos puntuales concernientes a la autoría de la web y otros enlaces importantes (Ivala y Pérez, 2013, pág. 20)

3.3.3 Géneros dialógicos

Entre los géneros dialógicos encontramos: la entrevista, el foro, la charla o chat y la encuesta. Siendo la entrevista la más popular entre el periodismo convencional y digital, por lo que Barrios, Mar, Barragán y Villareal (2016) infieren en que hay cuatro tipos de entrevista entre ellos están:

- 1). Aquellas que, apegándose a la tradición, el periodista entrevista a un personaje para posteriormente realizar un texto y difundirlo en el medio digital
- Aquella que es acompañada de los lectores o charla con los usuarios, son los propios usuarios los que hacen las preguntas al entrevistado.
- Aquella entrevista programada sin intermediario, pero que, sin embargo, algunas de las respuestas se pueden volcar en noticias.
- la cuarta correspondería a una suerte de programa que se repite en día y hora, pero con la diferencia que las preguntas son las enviadas previamente por los lecto-autores (pág. 153).

3.4 Infografía digital

Para Vallejos (2013) la infografía se define como “un método para representar la información de forma icónica y textual de manera que el usuario pueda comprenderla fácilmente empleando para ello herramientas informáticas. Con las infografías podemos narrar historias, explicar acontecimientos, describir situaciones, exponer procesos, etc.” (pág.4)

Asimismo, sostiene que para crear una buena infografía debe contener, al menos, los siguientes elementos:

- Título. Debe ser claro y directo, puede ir acompañado de un subtítulo, pero debe quedar destacado en la infografía y motivar a la visualización de la información.
- Cuerpo. Es la parte fundamental del gráfico. Incorporaremos todo tipo de información visual y, en ocasiones, texto. Puede incluir diagramas de todo tipo (lineales, barras, burbujas), mapas, tablas, diagramas, iconos, dibujos, etc.

- Texto explicativo. En ocasiones deberemos añadir texto que acompañe a la información gráfica. Este texto debe ser concreto y claro, que aporte la información necesaria para contextualizar o completar la información gráfica.
- Fuente. Referencias a las fuentes de información en la que nos hemos basado para elaborar nuestro infograma.
- Autoría y licencia. Deberemos firmar nuestra obra y, a ser posible, compartirla con los demás (Vallejos, 2013, pág. 16).

3.5 Calidad de los contenidos digitales

Aguirre y Bernal (2015) sugieren en su estudio que existen varios factores incidentes que contribuyen a una homogenización de contenidos en los cibermedios enumerándolos en:

- La adaptación de los contenidos de los medios tradicionales a través de procesos de convergencia.
- Hay un predominio de la información proveniente de agencias de noticias, dadas las limitaciones materiales de los medios en línea.
- Existe una actitud “canibalística” en relación con los contenidos de la competencia, un monitoreo constante y actualizaciones que reproducen de los otros medios. (pág. 79)

El modelo de calidad de contenidos digitales, conocido por sus siglas (CCD) es un esquema de medición de calidad periodística en medios digitales que aborda, una perspectiva cuantitativa en las variables propias del periodismo tradicional en las que destacan: agenda informativa, información en profundidad, diversificación en el uso de géneros periodísticos, multimedialidad, interactividad e hipertextualidad. (Aguirre y Bernal, 2015)

Como parte de los contenidos que se reproducen en el periodismo digital, así como los diferentes recursos y formatos propios de los contenidos digitales que los diferencian de la prensa tradicional contribuyendo significativamente a la innovación periodística.

4. Interactividad

Los medios digitales incorporan herramientas (Maldonado, 2012) interactivas que posibilitan la participación de la audiencia en el proceso comunicativo (Fenoll, 2014). Para algunos autores, el sistema de comentarios que acompaña a las noticias de los medios digitales fomenta la participación del público y ofrecen la oportunidad de que surja una conversación entre periodismo y audiencia rompiendo esa comunicación unidireccional.

La interactividad en la era digital, se concibe como la capacidad de presentar herramientas que rompen con el esquema unidireccional de la comunicación convencional, la cual permite a los usuarios interactuar entre el usuario y el periodista.

Desde luego para Fenoll (2014) señala que “desde que apareció el primer medio digital en 1995, la interactividad con la audiencia ha ido aumentando progresivamente. Además de cumplir su papel tradicional como fuente de información, los medios digitales se han convertido en plataformas que fomentan la interacción social e incorporan a la audiencia en el proceso comunicativo” (pág.1)

Del mismo modo, Aguirre y Bernal (2015) “la interactividad permite al usuario construir su propio texto”, dado que en una noticia impresa la lectura del documento está restringida a la linealidad, por otra parte, el caso digital, las posibilidades de lectura son múltiples, por lo que abre paso a esa comunicación bidireccional y feedback, consensuada en la teoría de la comunicación de masa, la interactividad posibilita el meta-meta-texto.

Así pues, también sugiere que la interactividad se ha convertido en una de las características más saltantes en la relación entre los lectores y los medios de comunicación con presencia en internet. Prácticamente todo producto exitoso en línea debe necesariamente contar con esta característica para crecer y captar el interés de los usuarios. (Rivera, Carrión y Córdova, 2016)

La interactividad se fue desarrollando, en los medios de comunicación en función de los avances tecnológicos. Este proceso se ha visto acelerado por un proceso de transformación que han sufrido los medios de comunicación desde su creación, pues así lo explican Varas & Gonzáles (2016), dada la aparición de nuevos actores protagónicos; como las redes sociales, las cuales no solo comparten con aquellos la gestión simbólica del espacio público, sino que también, los beneficios obtenidos a través de la publicidad.

En una aproximación genérica del concepto de interactividad puede decirse que los usuarios adquieren un papel más activo que abarca dos facetas esto según Rivera, Carrión y Córdova (2016):

En primer lugar, participan en la creación del proceso informativo, y, en segundo lugar, dan forma a espacios de comunicación desconocidos hasta la fecha”. Por lo tanto, debe considerar tres factores fundamentales: el tipo de público, la finalidad y la accesibilidad. (pág. 1133)

Cuando se habla de la interactividad, hablamos de un término que se empezó a utilizar en los años 70's aproximadamente cuando empezaron a surgir los primeros medios de información, entretenimiento; y por supuesto servicios que planteaban una mejora en los medios masivos.

El desarrollo tecnológico es un elemento importante en la interactividad, ya que este permite favorecer la fosilización de los llamados “usuarios pasivos”. En términos globales se propone la existencia de dos tipos de interactividad, la selectiva que es la que identifica los vínculos que se genera entre el contenido y el usuario y la comunicativa, esta explica de una manera más detallada la relación que existe entre los usuarios.

Por último, Villacrés (2018) dice que la interactividad “determinar el nivel de interacción existente entre los protagonistas receptores de información, y es así que se establecen 3 niveles de comunicación: Comunicación no interactiva, Comunicación cuasinteractiva, Comunicación completamente interactiva” (pág.31)

Solano, P. y Rocha, R (s.f) refiere que la usabilidad es “un factor estratégico fundamental para conseguir un máximo aprovechamiento de los recursos. En donde los usuarios van fácilmente de un sitio a otro y solo tardan 1 o 2 minutos. Para conocer el funcionamiento experimentan la usabilidad de un sitio Web. Siendo ese atributo de calidad que mide lo fácil que son de usar las interfaces”.

Lo que significa que entre más fácil sea el uso de un sitio web, este generará mayor interactividad entre los usuarios, dado que este le permite contribuir a cumplir los objetivos con efectividad, eficiencia y satisfacción.

La interactividad es una de las características propias del ciberperiodismo, por ende, es considerado como un proceso de comunicación, pero específicamente trata a la interacción a modo de diálogo entre computador y usuario a través de los sitios web; por ende, para seguir adentrándose al estudio de este, entra en función la navegabilidad web.

La navegabilidad web que se puede entender como “la facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web, por eso aquí se deben implementar una serie de estrategias de navegación, siempre recomiendo a mis estudiantes las famosas preguntas a responder ¿Dónde estoy? ¿Dónde he estado? Y ¿Dónde puedo ir? Según las respuestas nos podemos dar una idea de cuan navegable es nuestro sitio web” (Lambert, Y., 2016)

4.1 Medición y Analítica

Según Agüera, (2014) Para definir la analítica web, en primer lugar, se encuentra una especificación de Digital Analytical Association que la clasifica como la ciencia del análisis usando datos para comprender los patrones históricos con una visualización; que puede llegar a mejorar el rendimiento y la predicción del futuro.

Cuando se habla del análisis de los datos webs, se refiere a la información que se recolecta a través de canales interactivos (online, móvil, social, entre otros). Según la revista Emarketing, la recopilación, medición y la evaluación de los datos obtenidos de internet son con el propósito de entender y así poder optimizar los sitios webs.

Maldonado (2012), en su libro "Analítica web: medir para triunfar" afirma que la analítica web, es el análisis y presentación de los datos recabados en internet con el único propósito de ayudar a las empresas en la gestión y optimización de sus estrategias digitales.

Como se pudo observar anteriormente ambos apartados coinciden en que el análisis y la medición web, son fundamentales en toda empresa, ya que esto permite conocer el nivel de interacción que tienen los usuarios con el medio; para así poder realizar un mejor diseño de estrategia que ayude a mejorar la interactividad de la empresa con la audiencia, ayudándola a posicionarse entre los receptores y así incrementar el número de visitas al sitio web.

En 1995 nació "webtrends" este fue una de las primeras empresas en desarrollar un software; que más tarde serviría para analizar datos a base de logs o también llamados archivos de registro. De esta forma el análisis web empezó a tomar auge y pasó a formar parte del mundo virtual, integrándose como elemento fundamental a las disciplinas como el Marketing digital o el Análisis SEO. Con el tiempo esta función empezó a enfocarse cada vez más en el mundo de los negocios y con ello el surgimiento de empresas al mundo digital. (Agüera, 2014)

Los denominados blogs son más que todos archivos procesables que se guardan en el servidor, su función es mostrar cierta información que a su vez responde a pocas preguntas sobre la web. El propósito de medir la información, que los usuarios dejan en los sitios webs que visitan es de suma importancia, ya que estos datos ayudan a conocer los comportamientos, y así saber cuáles son los puntos en los que se debe mejorar.

Sin embargo, medir solo es el primer paso para conseguir los objetivos online, estos están relacionados con lo que se quiere conseguir de la audiencia, porque no solo basta con que los usuarios entren al sitio web, sino que estos cumplan con aquellos objetivos que tiene planteado la empresa.

Desde este anclaje el término audiencias implica pensar en un individuo colectivo mediado por tecnologías, que “enuncia una forma de estar frente al mundo, que es siempre mediada por dispositivos tecno mediáticos, y que, en esencia, aun cambiando de roles de lo más pasivo a los más activos, y de los más masivos a los más interpersonales, mientras no se altere esa mediación, las audiencias seguirán vigentes” (Fernández, 2013, pág.69)

La importancia de los Estudios General de Medios (EGM) radica en la exploración sobre medios de comunicación basados en entrevistas anuales. Por su parte (López, 2019) enfatiza que “a diferencia de los audímetros, que se centran exclusivamente en las audiencias de televisión, el Estudio General de Medios abarca diversos medios: prensa, radio, televisión, cine, internet”.

Manfredy y Breiner (2015) aluden que hoy día, con Google Analytics y otras herramientas de medición de las actividades de los usuarios en línea, podemos saber mucho más del público. Aquí es donde entra en juego la labor de los periodistas y comunicadores los cuales deben cambiar la mentalidad para pensar en comunidades activas de interés en vez de audiencias que son receptoras pasivas, para que de esta manera se pueda de conocer al público que es de gran importancia para la creación de nuevos medios de comunicación.

Asimismo, refiere que hay muchos periodistas consideran que las métricas son una herramienta diabólica que inevitablemente guía las redacciones, pero realmente estas son aliadas que ayudan a posicionar las notas web o bien incluirlas en las más vistas.

Por su parte, Agüera 2014, enumera herramientas de analíticas su clasificación por SEO, Redes Sociales y Analítica Web

- Herramientas seo: Moz – Open Site Explorer - Advanced Web Ranking - Majestic Seo
- Seo Powersuite
- Herramientas de analítica en redes sociales: Facebook: Agorapulse – Blitzmetrics - Postacumen: Twitter: Twitter Analytics - Topsy Tweriod:

- Herramientas de analítica web: Google analytics - Clicktale - (pág. 57- 58)

4.2 Innovación y periodismo

Para Vázquez, Negreira y López (2019) “La innovación en el contexto periodístico se desarrolla en cuatro áreas en busca de avances en eficiencia y calidad: contenidos, procesos productivos, organización y modelo de negocio” (pág. 196). Siendo el principal fenómeno en estudio la adaptación de los géneros a los formatos contemporáneos en el que se incluyan en los cibermedios la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, siendo esta la diferencia más notable ante sus predecesores.

Para Manfredy y Breiner (2015) señalan que desde 2008, la radical transformación de la industria ha conducido a la aparición de nuevas iniciativas periodísticas. El periodismo actual empuja a los nuevos profesionales a ser innovadores porque, en vez de intentar mantener el mismo modelo analógico, incita a que se adapten a las nuevas tecnologías; lo que significa que hay más flexibilidad, dinamismo, y velocidad en la capacidad de adaptación al cambio.

La transformación de la sociedad tradicional en una sociedad más emprendedora e innovadora está ocurriendo en medio de una revolución en las formas de comunicación. Esto comenzó antes de la llegada del internet, es decir en los años 50 y 60, en el entorno de las pequeñas empresas. Sin embargo, la llegada la red de redes primero como infraestructura militar y después como red de comunicación cada vez más masiva a mediados de los años 90, aceleró el proceso de las transformaciones.

Esta interrupción de internet y posteriormente de todo tipo de dispositivos de comunicación digital, es solo un paso más de la continua evolución tecnológica de los medios de comunicación masiva experimentada en los últimos siglos.

En nuestro tiempo, Internet ha reducido los costes de producción y distribución de la información a una ínfima fracción de lo que suponían en el pasado. También ha creado sus propios géneros de literatura y de comunicación, como los ya mencionados, así como infinidad de nuevos formatos de contenidos: reportajes en multimedia, bases de datos y mapas interactivos, e-books, vídeo bajo demanda, y muchos más.

Recientemente, siguiendo ese desembarco de la innovación y el emprendimiento en los campus universitarios, las escuelas de comunicación han comenzado a reconocer la necesidad de incorporar esas disciplinas a la formación de los periodistas y de otros profesionales de la comunicación. Muchas razones pueden explicar este fenómeno, pero una sobresale entre todas ellas: la industria de la comunicación, y en particular el sector periodístico, estaba en crisis, y los métodos tradicionales de gestión de los medios ya no funcionaban. (Manfredy y Breiner, 2015).

VII. Preguntas Directrices

- ¿Qué tipos de tendencias del ciberperiodismo se han empleado en el periodo de enero – junio en TN8?
- ¿Cuáles son los cambios y transformaciones que ha experimentado el modelo informativo en el primer semestre del 2021 en el medio Telenica, canal 8?
- ¿Qué tipo de interactividad está presente en el medio canal 8?

VIII Marco Metodológico

8.1 Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es cualitativo debido que su propósito es estudiar un fenómeno que ha sido poco explorado, a como es el Cyberperiodismo en Nicaragua; profundizando en cada uno de los grupos sociales que lo rodean. De esta forma se podrá examinar como los individuos perciben la información (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, pág 9).

Y a la vez se le asocian características de la investigación cualitativa, como lo es la inducción de una nueva teoría, describiendo las cualidades de un fenómeno buscando un entendimiento lo más profundo posible, teniendo una perspectiva holística.

Siendo así una investigación tipo cualitativa por lo que este modelo representa la integración o combinación entre las diversas perspectivas del ámbito inductivo (Grinnell, 1997). Estableciendo así la relación entre las variables estudiadas.

8.2 Tipo de investigación

Según el nivel de profundidad de esta investigación es de tipo explicativa por lo que Hernández, Fernández y Baptista (2014), sostiene que:

“Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables” (pág. 95).

Por su parte Morales (2012) afirma que la investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones. El diseño de la investigación explicativa sirve para recoger y evaluar datos cualitativos, auxiliándose en la interpretación y explicación de los nuevos hallazgos.

8.3 Diseño de la investigación

La investigación está basada, en analizar las tendencias del ciberperiodismo en el período comprendido en el primer semestre del año 2021, además de su modelo informativo y su interacción con los usuarios, por tanto, el diseño es de carácter no experimental.

A como manifiesta Dzul (2010) la investigación no experimental “Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (pág. 2). Asimismo, para Hernández, Fernández y Baptista (2014) “el diseño no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido”. En sí, la investigación se enfoca en estudiar la evolución de las variables y la relación entre ellas, permitiendo estudiar los cambios ocurridos a través del tiempo.

Del mismo modo, esta investigación es longitudinal por lo que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) refiere a analizar los cambios en el paso del tiempo en determinadas categorías, conceptos, sucesos, variables, contextos o comunidades, o bien, de las relaciones entre éstas, los cuales recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias. (pág. 159) De igual manera, también manifiestan que “Los diseños longitudinales de tendencia son aquellos que analizan cambios al paso del tiempo en categorías, conceptos, variables o sus relaciones de alguna población en general”.

Por su parte, Velásquez (s. f.) señala que “El estudio longitudinal, al igual que el estudio transversal, también es un estudio de tipo observacional en el que se recopilan datos de la misma muestra repetidamente durante un periodo prolongado de tiempo”.

Los beneficios de llevar a cabo un estudio longitudinal parte en que se pueden retomar las notas u observaciones de los investigadores y descubrir los cambios que ocurren en las características de los participantes o variables.

8.4 Área de estudio

El área de estudio de una investigación corresponde al “campo de trabajo de la especialidad donde se ubica el tema a estudiar” esto según Silva (2018). Por lo que la investigación se realizará a

través de la observación investigativa y analítica de los recursos digitales periodísticos presentados en el sitio web del medio Telenica, canal 8.

8.5 Universo de estudio

El universo de estudio según Carrasco (2009) “es el conjunto de elementos personas, objetos, sistemas, sucesos, entre otras- finitos e infinitos, a los que pertenece la población y la muestra de estudio en estrecha relación con las variables y el fragmento problemático de la realidad, que es materia de investigación”.

En otras palabras, la población se define como la totalidad de los valores posibles (mediciones o conteos) de una característica particular de un grupo especificado de personas, animales o cosas que se desean estudiar en un momento determinado. Por lo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo definen como “un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (pág. 174) en sí, son elementos desde una perspectiva general, pero siempre enfocado al sujeto de estudio.

Para la realización de esta investigación se identificó como universo todas las publicaciones emitidas en el sitio web oficial del medio Telenica canal 8, desde enero a junio del 2021; el cual está conformado por un aproximado de 4,320 notas informativas, tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo, la realización de entrevistas estructuradas dirigidas al jefe de área, editores web y periodistas que hacen posible las publicaciones periódicas en el sitio web del medio en estudio.

8.6 Muestra del estudio

Para López y Fachelli (2015) definen a la muestra como “una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se someten a una observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo investigado, dentro de unos límites de error y de probabilidad que se pueden determinar en cada caso” (pág.6).

Del mismo modo Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que “la muestra es el subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que deben ser representativos de esta” (pág.173).

Asimismo, este estudio es de tipo no probabilístico dado que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las causas relacionadas con las características de la investigación o con las del propósito del investigador” (pág.176). Es decir, el estudio no probabilístico obtiene muestras sin que todos los individuos de la población tengan posibilidades iguales de ser elegidos; esto suele ser así porque está fuera de las posibilidades económicas y técnicas del estudio acceder a una muestra probabilística

En cuanto a la muestra de estudio para la realización del análisis cualitativo de esta investigación que tiene como objetivo: 1) estudiar la evolución de las tendencias del ciberperiodismo. 2) evolución del modelo informativo y 3) la interacción del sitio web. Para alcanzar el objetivo propuesto en esta investigación se seleccionó a través de un calendario aleatorio de “semana compuesta” durante los meses de enero a junio de 2021.

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
4	2	10	8	21	5

Tabla 1.
Calendarización de muestra.
Elaboración propia.

la Fuente:

Enero							Febrero							Marzo						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
				1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4	5	6	7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14	8	9	10	11	12	13	14
11	12	13	14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21	15	16	17	18	19	20	21
18	19	20	21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28	22	23	24	25	26	27	28
25	26	27	28	29	30	31								29	30	31				

Abril							Mayo							Junio						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4					1	2		1	2	3	4	5	6	
5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
26	27	28	29	30			24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	31			

Tabla 2 Calendario del primer semestre 2021

Fuente: Elaboración propia.

8.6.1 Criterios de selección por conveniencia

- Semana compuesta, conformada por notas al azar de los días de semana correspondiente por mes.
- Publicada correspondientemente en los días seleccionados en estudio.
- Así mismo la aplicación de la entrevista que se les realizara al jefe del área de redes sociales, administradores webs y periodistas de Telenica canal 8, con un total de 11 entrevistas.

8.7 Métodos y técnicas

El análisis se aplicará en la nota periodística, seleccionadas al azar, lo que permitirá identificar las tendencias del ciberperiodismo en el modelo informativo y la interacción con el sitio web en el primer semestre del 2021, Por ello se escogió a través de un calendario aleatorio de “semana compuesta”.

Por lo que se realizará un análisis empírico con aspectos cualitativos siguiendo el método de análisis de contenido, y observaciones estructuradas. Así mismo la aplicación de la entrevista que se le realizara al jefe del área de redes sociales, administradores webs y periodistas de Telenica canal 8, con un total de 11 entrevistas.

8.7.1 Análisis de contenido

El análisis de contenido según Albert (2017) sirve para alcanzar la propuesta de estudio y responder a las preguntas de investigación, “El análisis de contenido forma parte de la metodología aplicada que posibilita diagnosticar los elementos más importantes que contiene el medio en su página principal” (pág.116).

Según Bolagay (2015), “el análisis de contenido es una técnica de investigación que sirve para explicar de forma objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación, al que se entiende, el conjunto de significados expresados a través de símbolos (verbales, musicales, pictóricos, plásticos, mímicos) que constituyen la comunicación misma. (Sánchez, 2011) [Bolagay, B. 2015, pág. 49; cito a (Berelson, 1954)].

Así mismo, para determinar el grado de interacción en el sitio web, se realizará la metodología aplicada según el protocolo de Nielsen (2002), que considera que el paso previo de interacción corresponde a la usabilidad del sitio, “la interactividad de los usuarios tiene mucho que ver con la composición visual de la página y la compatibilidad con navegadores de lectura, dado que los textos y gráficos son muy pequeños para su comprensión” [Sánchez, 2011, pág.19; cito a (Nielsen 2002)].

8.7.2 Entrevista

La entrevista es una herramienta de recolección de datos íntima, flexible y abierta se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

A través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. En este caso el instrumento empleado en este análisis es la entrevista estructura.

Se dice que es estructurada porque el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden).

8.7.3 Observaciones estructuradas

Para la medición de interacción de los usuarios con el medio, se realizará la técnica de observación estructurada la cual consiste según varios autores, en que el investigador tiene que hacer observaciones rigurosas de uno o más comportamientos específicos en un ambiente más comprensivo o estructurado.

8.7.4 Tratamiento de la información

Dado que la investigación es de tipo cualitativo, para el respaldo de la información se llevará a cabo la utilización de herramientas y métodos que evidencia al sujeto en estudio, en tal caso, el análisis de contenido, entrevista y observación lo que sugiere es una sistematización interpretativa.

8.7.5 Matriz de operacionalización de las variables.

Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Identificar las tendencias del ciberperiodismo en el periodo comprendido entre enero – junio 2021 en TN8	Ciberperiodismo	El ciberperiodismo o periodismodigital definido por Orozco, Rivera y Mendieta (2019) constituye un fenómeno nuevo, definiéndolo como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”. (p.13)	<ul style="list-style-type: none"> • Ciberespacio • Tendencias del ciberperiodismo 	Multimedialidad Nivel de evolución Tecnología Web 2.0 Plataformas digitales	Matriz de análisis de contenido y entrevista.
Caracterizar los cambios y transformación es que han experimentado el modelo informativo en el periodo de enero – junio 2021 en el sitio web de TN8	Modelo informativo	En cuanto a modelos informativos y narrativos Freixa, p., Pérez, M. y Codina, L. (2017) refieren que son todas las composiciones que responden a una estructura de tres niveles: el nivel central, el de las capas informativas y el que actúa de enlace entre la interfaz de navegación del usuario y la base de datos que contiene la información codificada.	<ul style="list-style-type: none"> • Géneros periodísticos • Lenguaje periodístico • Redacción web 	Tratamiento de la información Jerarquización de la información Hipertextualidad Hipervínculos	Matriz de análisis de contenido y entrevista.
Evaluar la interactividad digital con las audiencias del sitio web TN8	Interactividad	“La capacidad de presentar herramientas que rompen con el esquema unidireccional de la comunicación convencional, la cual permite a los usuarios interactuar entre el usuario y el periodista. Las posibilidades de lectura son múltiples, por lo que abre paso a esa comunicación bidireccional y feedback consensuadas en la teoría de la comunicación de masas, la interactividad posibilita el meta texto”. Fenoll (2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación bidireccional • Interacción • Retroalimentación 	Interfaz Usabilidad Alcance digital Accesibilidad Estructura de contenidos	Matriz de análisis de contenido y entrevista.

Tabla 3 Matriz de operacionalización de las variables.

Fuente: Elaboración propia.

IX. Análisis e interpretación de los resultados

La transformación digital ha permitido un cambio en la cultura por sus características de conectividad, credibilidad, acceso y difusión de la información, dando como resultado una ruptura de las prácticas convencionales, por lo que el gremio periodístico se ve obligado a reformular y crear nuevas estrategias en conjunto con las herramientas tecnológicas, un modelo que responda a ser más atractivo y variado que vaya acorde con las necesidades y demandas informativas de los lectores y/o usuarios.

Es por ello que el objeto de estudio de esta investigación es el sitio web del medio de comunicación Telenica canal 8 (www.tn8.tv) dado que es un medio que ha emigrado del formato convencional de la televisión al plano digital. Asimismo, se seleccionó por la influencia que este posee al ser el tercer medio digital más visitado a nivel nacional.

Además de representar un reto para sus periodistas y colaboradores en cuanto a la apropiación de las herramientas y plataformas digitales, que ayuden a difundir las notas periodísticas de forma masiva. Tomando en cuenta que es una plataforma que va dirigida a todos los sectores de la población por lo que el sitio web publica todas las notas periodísticas presentadas en el noticiero y de las demás secciones que lo conforman.

Por consiguiente, se recopiló un total de 6 notas periodísticas sobre temas variados para identificar las tendencias del ciberperiodismo correspondiente al primer semestre del 2021 a través de un análisis de contenido constituido por instrumento técnico y metodológico que propicia los cambios y transformaciones en el modelo informativo y la interactividad del sitio web.

Además de la interpretación de las entrevistas realizadas a los periodistas, editores web y al coordinador jefe de área web en el medio de comunicación Telenica canal 8, que nos permita dar respuesta a nuestras preguntas de investigación.

A continuación, se presenta el análisis e interpretación de los resultados encontrados en el instrumento:

Nota periodística, lunes 04 de enero de 2021

URL: https://tn8.tv/sucesos/530045-hecho-sangriento-con-machetazos-conmociona-el-barrio-milagros/						
Fecha: 04 de enero de 2021				Cantidad de notas: 96		
Sección						
Mundo	Nicaragua	Sucesos (X)	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública ()		Expertos ()		Ciudadanía (X)		
Género periodístico:						
Entrevista (X)		Crónica informativa ()		Reportaje ()		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 10 (X) 12 () 17 ()						
Número de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 ()		300 - 600 (355)		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes		3				
Autoría de los recursos		Si ()			No (X)	
Pie de foto		Si (X)			No ()	
Análisis de multimedia						
Iconos		Sí (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance	Visitas	Likes		Compartidos Relevancia
Velocidad de ejecución		Lenta (X)			Rápida ()	

Tabla 4 Matriz de análisis de contenido 04/01/2021

Fuente: Elaboración propia

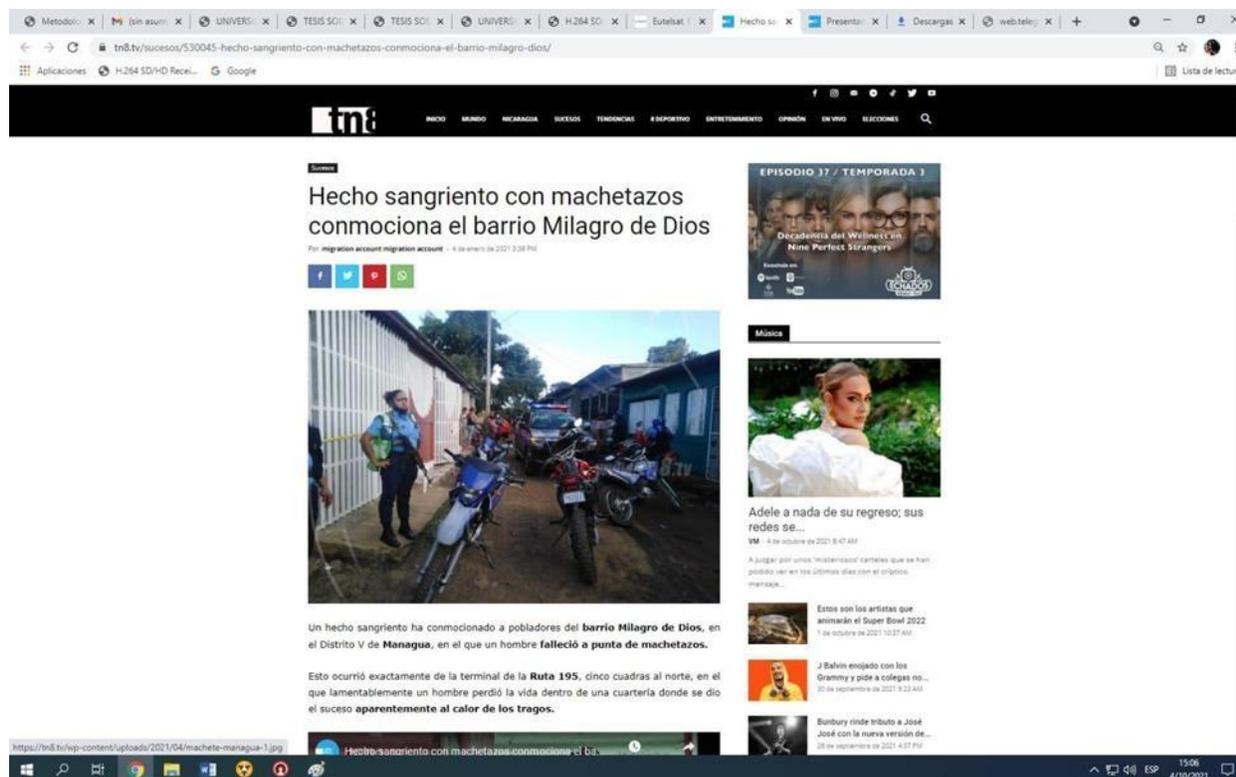


Ilustración 1 Captura de pantalla de la nota periodística 04/01/2021

Fuente: TN8

Bajo la selección de semana compuesta, se analizó una nota periodística de las 96 publicadas en el sitio web de TN8 correspondientes al 04 de enero de 2021. La cual presenta una dirección propia de URL que posee el nombre del sitio, seguido de la categoría (Sucesos) en la que está ubicada y posteriormente el título de la nota.

Con el titular "Hecho sangriento con machetazos conmociona el barrio Milagro de Dios", la cual responde a la sección o categoría de Sucesos de Canal 8, donde en primer lugar se logra percibir que es un título de 10 palabras; menor cantidad de la recomendada por las investigaciones de redacción web.

Aunque este titular pudo ser más atractivo y corto, en el se encuentran las palabras que servirán de etiquetas; ya que se percibe el mensaje de lo sucedido. Cabe destacar que las palabras del título al igual se repetirán en ciertas partes del contenido de la nota, como lo sugiere el SEO (Search Engine Optimization), que en castellano refiere a la optimización de motores de búsqueda.

De acuerdo al contenido de la nota, nos muestra que la principal fuente de información es la ciudadanía; debido a que es un suceso y en la inmediatez de querer tener la primicia suelen sacar notas con los datos que se recogen en el lugar por entrevistas a los testigos.

En los cibermedios el género periodístico que destaca es el noticioso, es decir la competencia por la exclusividad y la famosa información de última hora, que destaca es la entrevista que es una herramienta de recolección empleada por los periodistas dado que permite la recolección de datos íntima, flexible y abierta.

En los caracteres de la nota, la estructura del modelo informativo corresponde a 355 palabras, en donde se aprecia que los párrafos son breves de 2 a 3 líneas, particularmente esta nota es de 10 párrafos.

Por otro lado, los recursos multimedia propios del periodismo digital, se reflejan con un total de 3 fotografías, donde se evidencia que poseen una marca de agua corporativa, esto garantiza que la competencia no se robe las fotos, siendo una táctica de personalización del medio de comunicación.

Las fotografías incluyen pie de fotos que describen lo que está sucediendo en el momento. Además, se evidencia publicidad con características propias de colores, formas y signos que, a su vez, influyen en la distracción de los lectores al momento de consumir la información.

En la hipertextualidad de la nota se aprecian enlaces de textos, internos y externos, en cuanto a los de textos se aprecian 74 palabras en negritas dentro de toda la redacción. La negrita es una variante tipográfica que permite redirigir la atención a palabras, ideas o conceptos especiales, sobre todo en un sistema en donde los lectores realizan un proceso de escáner para saber qué es lo más relevante puede ser la noticia.

En este mismo enfoque la implementación de los hipervínculos tanto de textos, internos y externos; son infaltables, y lo vemos en las 6 etiquetas que se ajustan para posicionar la nota. En los que se encuentran dos enlaces al canal de YouTube (Archivo informativo TN8).

En el análisis multimedia encontramos iconos que se emplean para la máxima difusión de las notas periodísticas entre estas se destacan Facebook, Twitter, WhatsApp y Telegram. De acuerdo a la interactividad planteada por Jacob Nielsen, la interactividad también se evalúa a través de la

adaptabilidad del sitio web en los diferentes dispositivos electrónicos tanto móviles, tablets y computadoras.

Además de la usabilidad que este posee para la navegación de los usuarios, logrando constatar que en los diferentes dispositivos es de carácter factible, por lo que se adapta muy bien a estos. Su ejecución es relativamente rápida.

Desde su diseño presenta una fácil adaptabilidad a los diferentes dispositivos (tablets, computadora y dispositivo móvil); además que todo está segmentado por categoría lo que hace que los usuarios naveguen en el sitio web, con mucha libertad.

En cuanto a publicidad está sobrecarga el acceso; ya que crea ruido en la lectura de las notas periodísticas. Asimismo, dado a los hipervínculos que se emplean esta muestra artículos similares en los laterales, recordando que la estructura es vertical en una sola columna.

En el sitio web www.tn8.tv no logra destacarse el número de “me gusta” que recibió esta nota por fallas técnicas, también restringe los comentarios, visitas y compartidas.



Ilustración 2 Captura de pantalla Nota periodística 04/01/2021

Fuente: TN8

Nota periodística, 02 de febrero de 2021

URL: https://tn8.tv/nacionales/533142-facilidad-acceso-mayor-construccion-viviendas-nicaragua/						
Fecha: 02 de febrero 2021				Cantidad de notas: 115		
Sección						
Mundo	Nicaragua (X)	Sucesos	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública (X)		Expertos ()		Ciudadanía ()		
Género periodístico:						
Entrevista (X)		Crónica informativa (X)		Reportaje ()		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 10 (X) 13 () 17 ()						
Número de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 ()		300 - 600 (563)		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes:		5				
Autoría de los recursos		Si ()			No (X)	
Pie de foto		Si (X)			No ()	
Análisis de multimedia						
Iconos		Sí (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance		Visitas		Likes 7
Velocidad de ejecución		Lenta ()			Rápida (X)	

Tabla 5 Matriz de análisis de contenido 02/02/2021

Fuente: Elaboración propia

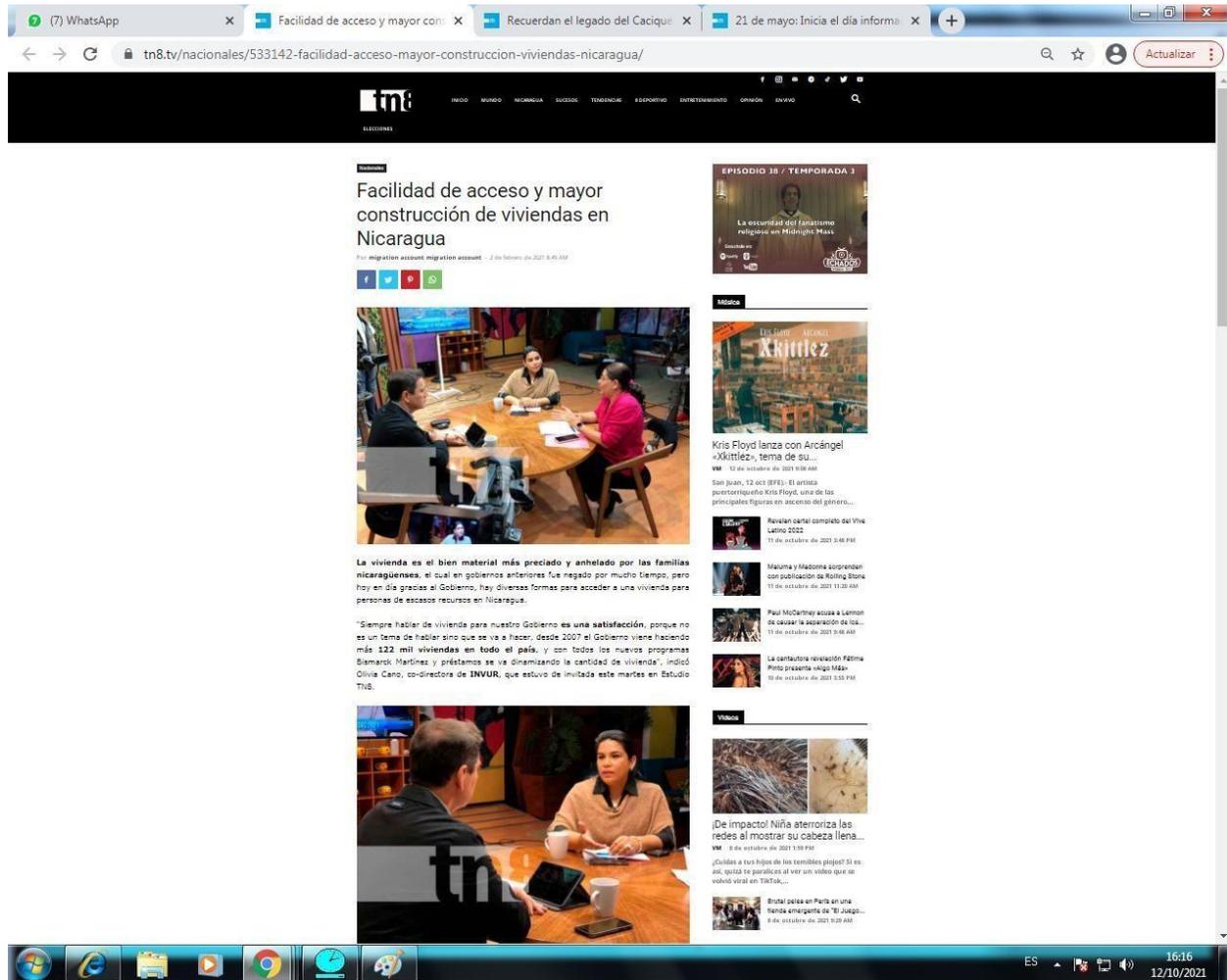


Tabla 6 Captura de pantalla Nota periodística 02/02/2021 Fuente: TN8

En la segunda nota de análisis correspondiente al dos de febrero de 2021 se escogió una de las 115 publicaciones del día, con una dirección de URL en la cual se presenta la categoría y palabras empleadas en el titular para que esta sea fácil de ser recordada por los usuarios.

En cuanto a la sección que representa es la de Nicaragua (noticias nacionales), en el contenido de la nota, encontramos que su fuente principal es una institución pública por lo que genera credibilidad y veracidad en la noticia, evitando de esta manera las fake new.

En el género periodístico sigue siendo la noticia el eje fundamental respaldo la entrevista como herramienta de recolección de información, dado que a través de las preguntas y respuestas se

logra una buena comunicación y construcción conjunta de significados para estructurar una nota periodista.

Otro género que acompaña esta nota fue la crónica, dado que es una noticia ampliada y comentada, de modo que el periodista no solamente narra lo sucedido, sino que también incluye su propia interpretación de los hechos.

Su título contiene 10 palabras conformadas por 57 caracteres, siendo una cantidad bastante acertada dado que el límite desde el SEO que emplea canal 8 tiene 71 caracteres, dado que es importante destacar la brevedad y concisión. Dicho esto, su contenido posee 563 caracteres, siendo una nota bastante extensa.

Con todo el avance de las herramientas de tecnología y comunicación, evolución de la web e incorporación de recursos multimedia, se añadieron fotografías al igual que el enlace externo a YouTube, donde se aprecia el programa que fue en vivo.

En los hipervínculos de textos se excedió el uso de las negritas pues se marcaron 209 palabras que desvían la atención; pues minimiza la importancia de las ideas en un texto cargado de información. Además, vemos como las ideas son divididas por dos subtítulos debido al desarrollo del contenido, esto permite organizar y estructurar mejor la coherencia de lo expuesto.



Olivia Cano, co-directora de INVUR / TN8.

Tabla 7 Captura de pantalla 02/02/2021 Fuente: TN8

En cuanto a los recursos multimedia se utilizaron 5 fotografías con pie de foto, que describen nombre y cargo de los protagonistas, en dos de ellas se puede observar que son capturas de pantalla del programa que se presentó en vivo.

Nota periodística del 10 de marzo de 2021

URL: https://tn8.tv/managua/537279-recuerdan-el-legado-del-cacique-mayor-durante-su-vela/						
Fecha: 10 de marzo de 2021				Cantidad de notas: 120		
Sección						
Mundo	Nicaragua (X)	Sucesos	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública ()		Expertos ()		Ciudadanía (X)		
Género periodístico:						
Entrevista ()		Crónica informativa ()		Reportaje (X)		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 9 (X) 11 () 17 ()						
Numero de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 ()		300 - 600 (398)		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes		3				
Autoría de los recursos		Si ()			No (X)	
Pie de foto		Si (X)			No ()	
Análisis de multimedia						
Iconos		Sí (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance		Visitas		Likes
						18
						Compartidos
						Relevancia
Velocidad de ejecución		Lenta (X)			Rápida ()	
Observaciones		Se pudo observar que no todas las fotografías poseen una leyenda.				

Tabla 8 Matriz de análisis de contenido 10/03/2021

Fuente: Elaboración propia

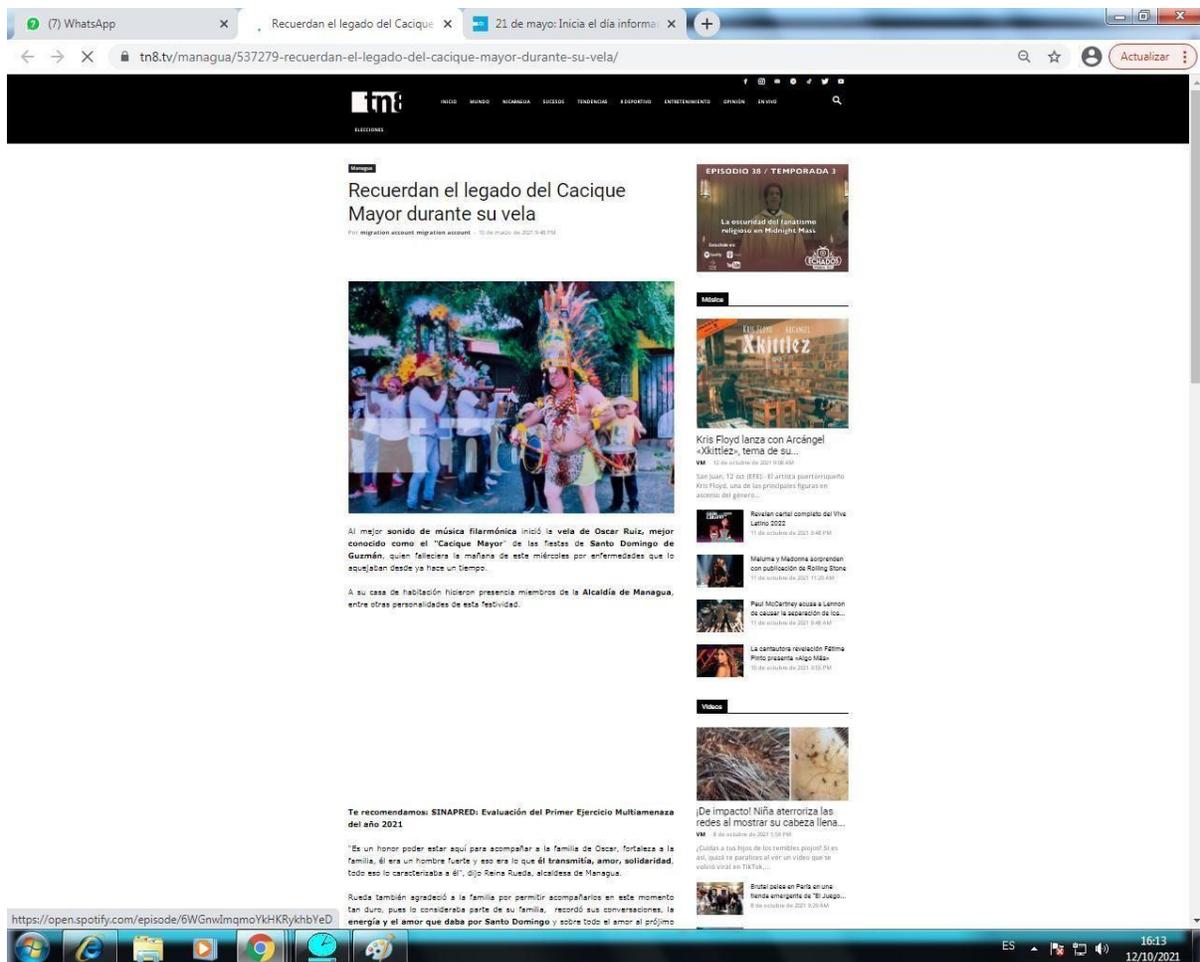


Ilustración 3 Captura de pantalla 10/03/2021

Fuente: TN8

Algo importante de destacar respecto a los URL en cuanto a la implementación de herramientas de tecnología de la información y comunicación, es que los URL de las noticias se construyen alrededor de un dominio principal en este caso (tn8.tv), seguido de subdominios (Managua). Esto con la finalidad de trabajar con el SEO en cuanto a posicionamiento y aparecer en los buscadores.

Siguiendo en la sección esta nota de la categoría de Nicaragua (Nacionales), se seleccionó dentro de las 120 publicadas durante el 10 de marzo del 2021, en cuanto al contenido de la nota, la fuente principal es la ciudadanía, en donde para la noticia adquiere una perspectiva más variada dado al lenguaje popular y coloquial empleado. Además, que presenta una interacción directa entre el entrevistado y entrevistador.

El género periodístico presenta es un reportaje, en este se recrea la posibilidad de adjuntar elementos multimedia, incluyendo testimonios de personas que sean complementarios en la descripción y estructura de la nota.

Con un título de 9 palabras “Recuerdan el legado del Cacique Mayor durante su vela” se refleja la precisión de informar en brevedad, sin tantos adornos gramaticales. Su corpus posee un total de 398 palabras sobrepasando las 300 que son las recomendadas, dado que los modelos disruptivos nos dicen que “entre menos, es más.

También se observa, como se rompe con la uniformidad, ya que aplica bloques temáticos y esto permite que el texto no se vea tan pesado, asimismo, la inclusión de recursos multimedia como fotografías.

En los hipertextos se emplearon un total de 80 palabras en negritas, lo que ayudó al lector a tener una mejor interpretación de la nota, y desarrollar la habilidad de escáner que consiste en la escritura de internet, pero el excesivo uso del mismo puede llevar al lector a que se fatigue o pierda el interés de seguir leyendo, por lo que se recomienda moderación.

Dentro de la nota se encontraron diversos hipervínculos; incluido uno que llevaba a los “avances para redes” que esta popular medio emplea para que los usuarios estén al pendiente de la publicación de la nota completa. Además de 4 etiquetas, que ayudan al motor de búsqueda a través de Google. En otros hipervínculos a otras plataformas sociales.

mostro su agradecimiento por la gestion de la comuna para con ellos.



Ilustración 4: Captura de pantalla Hipervínculo externo Fuente: TN8

Casi como una plantilla del medio, se añadieron 3 fotografías y breves pie de foto para una mejor interpretación de las imágenes. En cuanto a la interacción del sitio web, este no presenta fallas, su ejecución es un poco lenta por la cargada publicidad que hay, aunque este sigue siendo adaptable a los diferentes dispositivos.

En cuanto a las reacciones de interacción directa posee 18 likes.



Ilustración 5 Captura de pantalla Etiquetas e iconos

Fuente: TN8

Nota periodística del 08 de abril del 2021

URL: https://tn8.tv/eeuu/539725-arrestos-migrantes-frontera-eeuu-suben-71-marzo/						
Fecha: 08 de abril de 2021				Cantidad de notas: 119		
Sección						
Mundo (X)	Nicaragua	Sucesos	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública ()		Expertos ()		Ciudadanía () Otras fuentes (X)		
Género periodístico:						
Entrevista ()		Crónica informativa (X)		Reportaje ()		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 9 () 11 (X) 17 ()						
Numero de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 (285)		300 - 600 ()		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes			1			
Autoría de los recursos			Si ()		No (X)	
Pie de foto			Si ()		No (X)	
Análisis de multimedia						
Iconos		Sí (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance	Visitas	Likes		Compartidos Relevancia
				20		
Velocidad de ejecución			Lenta ()			Rápida (X)
Observaciones			Tiene una sobrecarga de Publicidad.			Las fotos no tienen autor ni leyenda

Tabla 9 Matriz de Análisis de contenido 08/04/2021

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 6 Captura de pantalla 08/04/2021 Fuente: TN8

En la cuarta nota seleccionada para el estudio se selecciona una de las 119 notas publicadas correspondientes del 08 de abril en la cual correspondía a la sección de Mundo (internacionales). Con un titular conformado por 11 palabras encontramos “Arrestos de migrantes en frontera de EE.UU suben 71% en marzo”, muy similar a su URL.

En el contenido de la nota se observa que su principal fuente de información responde a ser otro medio de comunicación de las cadenas noticiosas internacionales (Telemundo Noticias), a este proceso se le conoce como narrativa colaborativa, en el sistema de agregación de contenidos.



Te puede interesar: **Más de 15 menores arribaron a frontera mexicana en busca del sueño americano**

“Esto no es algo nuevo”, afirmó Troy Miller, comisario interino de CBR.

Según las autoridades, un 60% de los **migrantes** que llegaron a **Estados Unidos** -103.900 personas- fueron expulsados. De ellos, 28% eran migrantes que ya habían sido deportados del país.

Ilustración 7 Captura de pantalla Telemundo Fuente:

TN8

Es decir, información recopilada y elaborada a partir de otros contenidos, igualmente puede ser el uso de datos de terceros son atribuidos y enlazados a su fuente original.

El género periodístico que resalta es la crónica informativa de la web en este caso se da en directo, que consiste en la cual narra acontecimientos que ocurren en vivo.

En su contenido general, la nota posee un total de 285 palabras, un buen trabajo, dado que con la aparición de estos medios digitales ya se están estableciendo sus propias rutinas que recomiendan un total de 250 a 300 palabras. Su modelo informativo está constituido por ocho párrafos de 3 a 4 líneas.

Entre los hipervínculos de textos dentro del corpus, se lograron identificar 30 palabras claves o en negritas. Además, se presentaron cuatro hipervínculos de texto al igual que internos y externos. Entre los hipervínculos externos, hay un enlace que dirige al canal de YouTube de Telemundo, sirviendo como principal fuente y a la vez, generado tráfico de contenido.

En la foto utilizada no presentó autoría; por lo que son imágenes de la cadena hermana de Telemundo noticias, tampoco colocaron pie de foto.



Ilustración 8 Captura de pantalla Foto sin autoría y pie de foto Fuente: TN8

En cuanto a la adaptabilidad; en este se logra observar desde una perspectiva vertical en forma de columna central, con texto justificado. Poseen una sobrecarga de publicidad, además de poseer los iconos de redes sociales que al tocarlos o hacer click redirigen a la plataforma social, con un total de interacción directa 20 likes.

Nota periodística del 21 de mayo de 2021

URL: https://tn8.tv/nacionales/21-de-mayo-inicia-el-dia-informado-con-tn8/						
Fecha: 21 de mayo de 2021				Cantidad de notas: 115		
Sección						
Mundo	Nicaragua (X)	Sucesos	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública (x)		Expertos (X)		Ciudadanía ()		
Género periodístico:						
Entrevista ()		Crónica informativa (X)		Reportaje ()		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 9 (X) 15 () 17 ()						
Numero de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 ()		300 - 600 (480)		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes		5				
Autoría de los recursos		Si ()			No (X)	
Pie de foto		Si (X)			No ()	
Análisis de multimedia						
Iconos		Sí (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance		Visitas		Likes
						10
Velocidad de ejecución		Lenta ()			Rápida (X)	

Tabla 10 Matriz de análisis de contenido 08/04/2021

Fuente: Elaboración propia

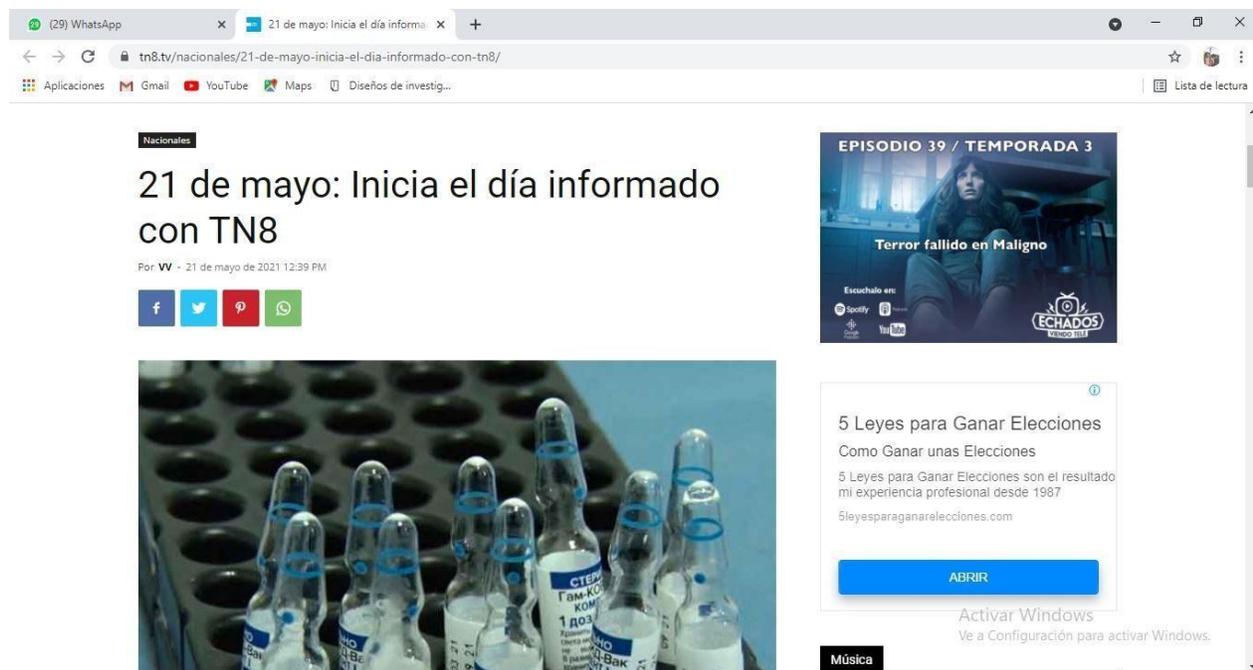


Ilustración 9 Captura de pantalla 21/05/2021

Fuente: TN8

Se analizó una de las 115 notas publicadas el 21 de mayo 2021, en el cual se encontró en la sección o categoría de Nicaragua (Nacionales), en donde su fuente principal son los expertos e instituciones públicas, dado que es una recopilación de varias notas del día en una sola, haciéndola ver una nota bastante interesante.

Bajo un género periodístico de crónica que consiste en una nota ampliada, de modo que el periodista narra lo sucedido. La estructura de esta narración periodística se compone de la información objetiva sobre los hechos ocurridos.

El título de esta nota, debe ser atractivo, para que el lector se interese por enterarse de las noticias más relevantes sucedidas en el país, "21 de mayo: Inicia el día informado con TN8" con características de brevedad dado que solo incluye 9 palabras en su título.

En cuanto a recursos multimedia, se emplearon 5 imágenes en total, 3 con autoría corporativa, 2 sin autoría. De igual manera, 4 de ellas poseen pie de fotos; y en uno de los casos repiten la misma fotografía de portada, con la de una de las notas.

En el se encuentra una entradilla general, para recaer en primer subtítulo de 11 palabras, una fotografía con autoría corporativa y pie de foto; además de 3 párrafos de corpus.

En la utilización de los hipervínculos encontramos en hipertexto un total de 90 palabras subrayadas a lo largo del cuerpo de la nota informativa y 4 etiquetas; además de hipervínculos internos y externos. Al final de cada resumen encontramos un “**MÁS EN TN8...**” que en este caso funciona como hipervínculo interno; que dirige a la nota original.

Nicaragua autorizó el uso de la **vacuna monodosis rusa** contra el COVID-19 Sputnik Light, informó el **Fondo Ruso de Inversión Directa (RDIF)**.

«El RDIF anuncia el registro de la vacuna monodosis rusa contra el coronavirus Sputnik Light por el **Ministerio de Salud de la República de Nicaragua**», señala el comunicado.

El responsable del **RDIF, Kiril Dmítriev**, destacó que con la aprobación de este fármaco, Nicaragua verá incrementado su arsenal para hacer frente a la **pandemia** y podrá acelerar la campaña de vacunación. **Más en TN8**

Crimen en el Caribe: Asesinan a sangre fría a mujer frente a sus hijos

Ilustración 10 Captura de pantalla Fuente: TN8

En el análisis de multimedia, seguimos encontrando iconos que redirigen a los usuarios a las demás plataformas sociales, de igual manera, hay una óptima adaptabilidad en los diferentes dispositivos, con una ejecución rápida. En cuanto a la interacción directa, se registraron 10 likes.

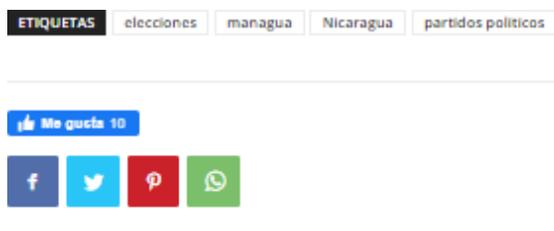


Ilustración 11 Capturas de pantalla Fuente: TN8

Nota periodística del 05 de junio del 2021

URL: https://tn8.tv/nacionales/realizan-jornada-de-mamografias-en-el-hospital-bertha-calderon/						
Fecha: 05 de junio de 2021				Cantidad de notas: 102		
Sección						
Mundo	Nicaragua (X)	Sucesos	Tendencias	8Deportivo	Entretenimiento	Opinión
Contenido de la nota						
Fuente:						
Institución pública (X)		Expertos ()		Ciudadanía (X)		
Género periodístico:						
Entrevista (X)		Crónica informativa ()		Reportaje ()		interpretativo ()
Título:						
Menor de 8 () 9 (X) 15 () 17 ()						
Numero de palabras del cuerpo de la nota:						
150 – 300 (291)		300 - 600 ()		650 - 700 ()		1000 - 1500 ()
Recursos audiovisuales						
Fotos (X)		Videos ()		Audio ()		
Hipervínculos:						
De texto (X)		De imagen ()		e mail ()		interno (X) externo (X)
Cantidad de imágenes		4				
Autoría de los recursos		Si (x)			No ()	
Pie de foto		Si (X)			No ()	
Análisis de multimedia						
Iconos		Si (X) No ()				
Adaptabilidad		Celular (X)		Tablet (X)		Computadora (X)
Usabilidad		Fácil (X)			Complejo ()	
Comentarios		Alcance	Visitas	Likes	Compartidos	Relevancia
Velocidad de ejecución		Lenta ()			Rápida (X)	

Tabla 11 Matriz de análisis de contenido 05/06/2021 Fuente: Elaboración propia



Ilustración 12 Captura de pantalla 05/06/2021 Fuente: TN8

Bajo la selección de semana compuesta, se analizó una nota de las 102 notas periodísticas publicadas en el sitio web de TN8 correspondientes al 05 de junio de 2021. La cual presenta una dirección propia de URL que posee el nombre del sitio, seguido de la categoría (nacionales) en la que está ubicada y posteriormente el título de la nota.

El género empleado es la institución pública y ciudadanía dado que su principal fuente de información son médicos y pacientes del hospital Bertha Calderón, esta nota es producto de la recolección de ambos entrevistados, información que no ha sido alterada, interpretada o analizada, sino simplemente recopilada y adaptada a un formato noticioso.

Con un titular de 9 palabras “Realizan jornadas de mamografías en el hospital Bertha Calderón”; menor cantidad de la recomendada por los expertos en los modelos disruptivos de redacción web.

El cuerpo de la nota se encuentra un total de 291 palabras, lo que evidencia la evolución del medio en disminuir tanto el uso de caracteres como de publicación en el día. Su modelo discursivo está dividido en 7 párrafos.

Por otro lado, los recursos multimedia propios del periodismo digital, se reflejan con un total de 4 fotografías, donde se evidencia que poseen una marca de agua corporativa, esto garantiza que la competencia no se robe las fotos, siendo una táctica de personalización del medio de comunicación.



Ilustración 13 Captura de pantalla

Fuente: TN8

Las fotografías incluyen pie de fotos que describen lo que está sucediendo en el momento. Además, se evidencia publicidad con características propias de colores, formas y signos que, a su vez, influyen en la distracción de los lectores al momento de consumir la información.

En la hipertextualidad de la nota se aprecian muy pocos enlaces de textos, internos y externos, en cuanto a los de textos no hay palabras en negritas, pero sí tres etiquetas de textos. En este mismo enfoque la implementación de los hipervínculos internos y externos; lo vemos en los enlaces al canal de YouTube (Archivo informativo TN8).

En el análisis multimedia encontramos iconos que se emplean para la difusión de las notas periodísticas. Desde su diseño presenta una fácil adaptabilidad a los diferentes dispositivos (tablets, computadora y dispositivo móvil); además que todo está segmentado por categoría lo que hace que los usuarios naveguen en el sitio web, con mucha libertad.

En el sitio web www.tn8.tv logra destacarse el número de “3 me gusta” que recibió esta nota, también restringe los comentarios, visitas y compartidas.

X. Discusión de los resultados

Capítulo I: Tendencias del Ciberperiodismo: Revolucionando el ejercicio periodístico.

A nivel mundial el periodismo está pasando por una etapa de renovación e innovación a causa de la aparición de las nuevas tecnologías de información y comunicación, nos encontramos en una era totalmente digital en donde el dispositivo móvil se convirtió en una herramienta indispensable en la vida cotidiana y el ejercicio periodístico.

La importancia de las tendencias del ciberperiodismo radica en esa ruptura con el modelo unidireccional y lineal que proponen los medios convencionales, implicando para los periodistas cambios y transformaciones fundamentales no solo en la práctica del quehacer periodístico, sino también, en su perfil, modelo informativo e interacción con las masas.

Con más de 20 años de la aparición de los primeros cibermedios ya no se pueden seguir llamando «nuevas tecnologías», por ende, Salaverría, R. (2018), propone entenderlo como el conjunto de herramientas que poseen como característica principal ser digital, es decir, todos aquellos medios que usan la red para crear, difundir y divulgar la información. Lamentablemente en Nicaragua a través de una enorme dificultad en el desarrollo del periodismo digital, pues hemos iniciado a ejercerla de manera empírica.

Se precisa que, aunque el periodismo online, no posee tantos estudios, este se encuentra en constante debate por su aporte como medio de comunicación que responde a la inmediatez, ubicuidad y la adaptabilidad de conexión a través de los diferentes dispositivos que demandan los consumidores de la información de la era digital.

En un vistazo de lo masivo a lo digital en Nicaragua, cabe destacar, que los medios de comunicación por excelencia han sido desde sus inicios la radio y el periódico, siendo estos los primeros en dar un paso a los ciberespacios, esto como resultado de la digitalización y sus características de conectividad, credibilidad, acceso y difusión de la información.

En este sentido el rol del periodista ha tenido que ser modificado para poder solventar estas necesidades, aunque no se puede negar el vacío que existe en algunos medios de comunicación respecto a la implementación y adaptación de prácticas innovadoras del ciberperiodismo y sus tendencias en cuanto a géneros periodísticos, narrativos, rol profesional y forma de acercarse al

público; por ende, debe de ir más allá de la creación de blog o sitios webs y no estancarse en la idea que ya con esto se está haciendo Periodismo Digital, dado que aún sigue sin romperse la rutina de copiar y pegar la información.

Por ende, hay que tener en cuenta que este modelo disruptivo de periodismo masivo cuenta con habilidades de las nuevas generaciones auxiliadas de las redes sociales. Existen diversas perspectivas de periodistas con respecto a esta práctica transformadora, dado que no solo los grandes medios de comunicación han emigrado a las plataformas digitales, sino que también, se ha revolucionado la forma de consumir la información por parte de los usuarios.

Causado un verdadero giro en los lenguajes, formatos y herramientas utilizadas para crear, producir y divulgar la información. Por lo que, para Salaverría (2017), el periodismo digital, “se presentaban como organizaciones periodísticas similares a las existentes, pero enriquecidas con ciertos rasgos propios” que, si bien estas respondían a la combinación de características con nuevas maneras de presentación de los contenidos, siendo una tendencia innovadora para ejercer la profesión periodística.

Por su parte, periodista de TN8 señala que *“El periodismo ha sido objeto de cambios constantes desde sus inicios; el contexto, la audiencia y el medio han sido los causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información en los últimos años. Muchos medios en la actualidad han creado ediciones digitales lo que ha conseguido consolidarse satisfactoriamente en el panorama comunicativo, medios radiales, de prensa escrita y televisivos buscan su espacio digital para conseguir lectores, seguidores y fanáticos de la noticia”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

De este modo, *“Un periodismo digital no tiene las mismas características que un convencional. El periodista continúa siendo periodista, es decir, cambiamos de entorno, pero nuestras competencias esenciales deben ser las de siempre: informar y comunicar. Nuevas funciones, misma esencia”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

Asimismo, la revolución digital no solo ha condicionado cambios en los medios de comunicación, sino también en las características propias del comunicador, de acuerdo a Acosta, (2016) sugiere que un verdadero periodista digital debe conocer y adaptarse a la cultura de la red, producir contenidos en tiempo real a través de las herramientas de Tecnología Información y

Comunicación (TICs), por lo que este puede ajustarse a los formatos Online en los que destaque la creatividad e innovación de los mensajes informativos.

Por su parte Salaverría (s.f), explica que los blogs periodísticos carecen de un patrón textual estándar, brevedad de los títulos y, en menor medida, en el escaso uso de las citas textuales, asimismo, señala que estos sitios configuran un nuevo modelo que viene a dar respuesta a la interactividad e inmediatez que caracteriza a la web 2.0 y a su constante evolución que prima de veracidad, calidad periodística y la capacidad de generar opinión.

La creciente ola de migración de parte de los medios convencionales a este metamedio, ha contribuido a la polémica en cuanto al considerarlo o no autentico instrumento de comunicación, proceso en el cual todavía hay quienes subestiman el rol que ejercen los blogs en la sociedad. (López, 2013).

Origen del sitio web de TN8.tv

Para cualquier medio la decisión de emigrar a la red fue difícil, dado que es una herramienta novedosa y complementaria de la televisión analógica, con toda la revolución tecnológica era una necesidad no quedarse fuera de la era digital, siendo un proceso de superar obstáculos y aprendizaje continuo.

Un 30 de octubre del 2013, nace el TN8.tv cuyo objetivo es brindar a los usuarios, nacionales e internacionales, información ágil, inmediata y confiable; a través de la creación y producción de contenido noticioso, deportivo, social y entretenimiento que se actualiza permanente las 24 horas del día y los 7 días de las semanas, debido a la red digital, que respalda las noticias exclusivas que ningún otro medio podría brindar.

Generando una experiencia informativa dinámica y de confianza, conformada por una red de corresponsales en todo el país y equipos informativos, lo que permite hacer llegar la información de lo que acontece con la mayor brevedad posible, las características de inmediatez y multifuncionalidad que presenta esta nueva era han convertido al equipo de TN8 en periodistas multiplataforma.

Por tanto “La TN8.TV ocupó la posición número tres de las páginas nacionales más visitadas y el número 10 en las cuentas de redes más vistas, incluidas Facebook, YouTube, Google, Twitter e

Instagram” según el portal TN8.tv en el 2018, continuando con el empeño y la meta de ser el portal número uno a nivel centroamericano

Primera actualización



Ilustración 14 Captura de pantalla Fuente: Sitio web TN8

Inicialmente la interfaz del sitio web de TN8.tv era de color rojo, el logo se ubicaba al lado izquierdo, y 10 secciones conformadas por: Inicio, Mundo, Nacionales, Sucesos, Política, Negocios, Tendencias, Entretenimiento, Deporte, Sociedad, Ciencia y Salud.

En la esquina derecha se encuentra el buscador y los iconos de las redes sociales en blanco de Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Snapchat, WhatsApp y YouTube.

Se trabajaba bajo un formato serio, título en un número de letra superior, abajo de esto: se ubicaban el nombre del periodista o redactor web que se encargaba de publicar la nota al sitio oficial de tn8, asimismo un icono que refiere un calendario en el cual se detallaba el día y hora exacta de publicación; además de establecer los iconos de las demás redes sociales disponibles para compartir como Facebook, Twitter, Google, WhatsApp y E- mail.

Igualmente, desde esta versión se encuentra que Canal 8, ya hacía uso de los hipertextos o enlaces jerquizados, según Villacrés (2018) los hipertextos contextuales se relacionan con las “W” de las noticias que aparecen el lead o bien lo enlaces relacionales que sirven como antecedentes de la noticia, creando una referencia entre un artículo y otro.

La nota se encontraba en la columna izquierda, en cambio en la columna derecha había un enlace a EN VIVO, que refiere un hipervínculo externo al sitio de YouTube. Seguido de publicidad y enlaces internos.

Ataques cibernéticos contra el sitio web

El pasado 21 de enero del 2020, se registró «un ataque cibernético del tipo DDoS», lo que refiere a la caída del portal de noticias, dejando como resultado inhabilitado el acceso a la información para miles de internautas que consumían contenido que se publicaba en este medio digital.

«El rápido actuar del equipo técnico – informático, logró brindar una solución eficaz y que la web pudiese “levantarse”, término común que se usa para decir que la misma está activa nuevamente» siendo para la investigación un antecedente importante para analizar las tendencias del ciberperiodismo, las ventajas y debilidades que viven los medios al emigrar al internet.

No obstante, el ciberperiodismo no está excepto de desventajas entre ellas, se encuentra las Fake News, que, aunque siempre han existido, en esta se hace más notoria por el hecho de la disponibilidad y el acceso inmediato de las plataformas; además del acceso sin restricciones en donde todos los usuarios que posean un dispositivo comenten el error de sentirse un periodista.

Las noticias falsas son una amenaza para el periodismo dado que hace perder credibilidad y confianza, en este sentido el sitio web de canal 8, se vio afectado en enero de 2020 en circulación de información falsa, en la que utilizaban la apariencia de la identidad grafica del sitio web de TN8.

Causando un daño a la imagen, credibilidad y veracidad de las notas del medio de comunicación, dado que fueron informaciones difundidas para generar polémica y caos. En el ciberperiodismo no se puede omitir las Fake News que se crean en el internet a causa de la inmediatez, por no constatar la información o bien para ser los primeros en publicarlas, en este caso Pérez, A. periodista del medio en estudio nos refiere a cerca de que *“para ser parte de la era digital se deben producir y compartir información (...) a través de sus medios digitales sin caer en las noticias falsas aprovechando la popularización del internet”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

Las plataformas digitales se han convertido en la principal herramienta de acceso a internet, bienes y servicios habituales para los ciudadanos. Siendo este uno de los elementos que más ayudan a redefinir la cotidianidad de las sociedades y el ejercicio periodístico.

Desde el portal web se informa de lo que acontece en temas políticos, financieros, socioeconómicos, de entretenimiento y tendencias, a su vez de cumplir con la transferencia de contenido de la televisión a la web.

Eje creativo de los sitios web

Dar a conocer las notas del día en las diferentes plataformas digitales y el portal del sitio web de TN8.tv, siendo su eje creativo: Divulgar noticias, y emitir el Noticiero Crónica TN8, al igual que todas las notas que se presentaban en el noticiero, igualmente la demás parrilla del medio Telenica canal 8.

Desde una perspectiva tecnológica este se ha tenido que expandir y ampliar sus alcances hacia los nuevos canales propiciados por las Tecnologías de la información y comunicación, dónde han tenido que ir evolucionando su interfaz web, su modelo informativo (discursivo) y la interacción con su audiencia.

Segunda actualización



Ilustración 15 Captura de pantalla

Fuente: sitio web TN8

En el 2021, el portal de TN8.tv atravesó por un proceso de rediseño de la interfaz y línea gráfica con el fin de estar actualizado y más acorde a las exigencias que demanda la línea editorial, más formal y seria, que les permitiera lograr un mejor posicionamiento en la web.

TN8, se ha caracterizado por ser un medio completo, es por ello que está en constante actualización tanto en interfaz, como capacitaciones web, con el fin de brindar una mejor información a sus usuarios, que se rápida, veraz y objetiva

Ahora vemos, una interfaz del sitio web un poco más formal más interactiva con más pestañas dentro del sitio web en donde el color que sobre sale es el negro al lado izquierdo sigue estando el logo de TN8 y en la misma barra, las 10 secciones en las que se encuentran conformada y jerarquizada las noticias publicadas del portal web.

En la esquina superior derecha se encuentran los iconos de las distintas redes sociales y plataformas q en el sitio web de TN8ue está conectada Canal 8 entre ellas tenemos: Facebook E- mail, Telegram, TikTok, Twitter y YouTube; en comparación vemos una distintiva con la actualización del 2020 dado que hay aplicaciones digitales que ya no están en el formato y se añadieron nuevas plataformas sociales, así mismo, seguido están las noticias ordenadas por relevancia.



Ilustración 16 Captura de pantalla

Fuente: Sitio web TN8

La continua evolución tecnológica y el desarrollo constante del Internet obliga a quienes manejan medios de comunicación digital o jefes de áreas de redes y web, a buscar nuevas formas de participación e interacción para sus usuarios, a fin de lograr un modelo que permita empatía y tráfico seguro de los contenidos publicados.

En esta versión, se modificó y actualizó la plantilla del sitio web por una nueva versión, la cual, pudiera responder a las demandas de la era digital. Además, que incluye nuevos programas cómo Google Analytics, Google Search Console, Sitios web como Contador de Palabras, hasta software como Photoshop, a veces Final Cut para videos; incluyendo también modelos digitales multimedia.

Es por ello que Altamirano, J. afirma que “*Es un modelo juvenil para la redacción de sus notas*”, (Comunicación personal, 02/10/2021). Sin embargo, estas son tomadas de otras agencias

digitales, por lo que el editor web, debe crear un nuevo lead; y cambiar ciertos párrafos para jugar con el posicionamiento de Google a través del SEO.

La aparición de los medios digitales ha revolucionado y transformado la redacción de los contenidos informativos por lo que escribir para estos nuevos espacios se ha considerado un reto por lo que ha definido ciertos aspectos importantes a tomar en cuenta para la redacción eficaz y concreta que demanda la web y sus usuarios como ser breve, y escribir con técnicas de SEO, es decir que los textos no deben sobrepasar de 250 palabras y las oraciones de 20, el empleo de las palabras claves o herramientas de análisis como Keywords, cuidar la ortografía y utilizar recursos multimedia.

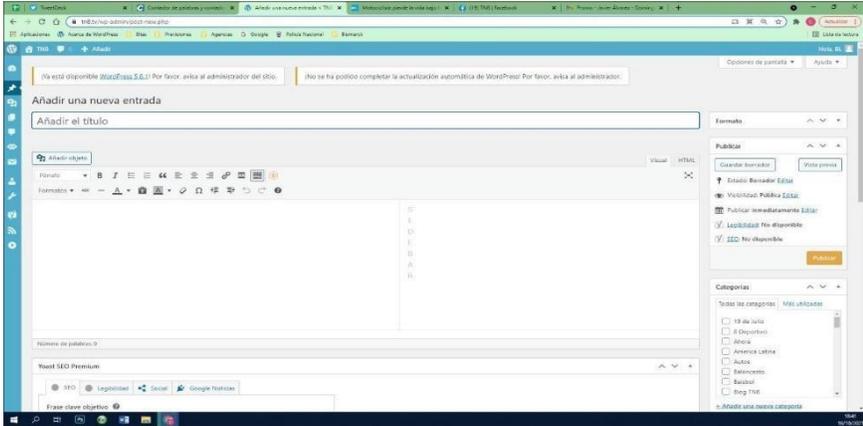


Ilustración 17 Captura de pantalla Plantilla Wordpress Fuente: Wordpress TN8

El hipertexto nace con el objetivo de hacer referencia entre un mismo artículo y otro, asimismo, en la escritura web, se ve obligado a rediseñar la estructura estableciendo una jerarquización en el contenido de la nota, a través de la selección de palabras claves que se trabajan con el SEO para el posicionamiento en la web.

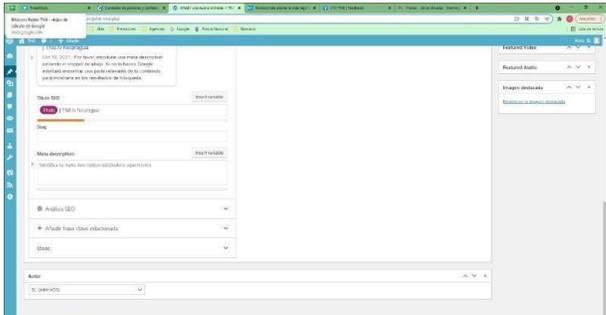


Ilustración 18 Captura de pantalla Fuente: Plantilla de Wordpress

En cuantos a los hipervínculos son una remisión unidireccional la importancia de su implementación es que estos potencializan la distribución, interacción y dinamismo. *“A través de capacitaciones, de práctica con el propio sitio web y acostumbrarse al ritmo de trabajo”*, explicó Rafael Lechado el caso de los hipervínculos externos, internos, de textos e imágenes en las notas periodísticas para construir un mejor servicio de calidad a como lo demanda la era digital.

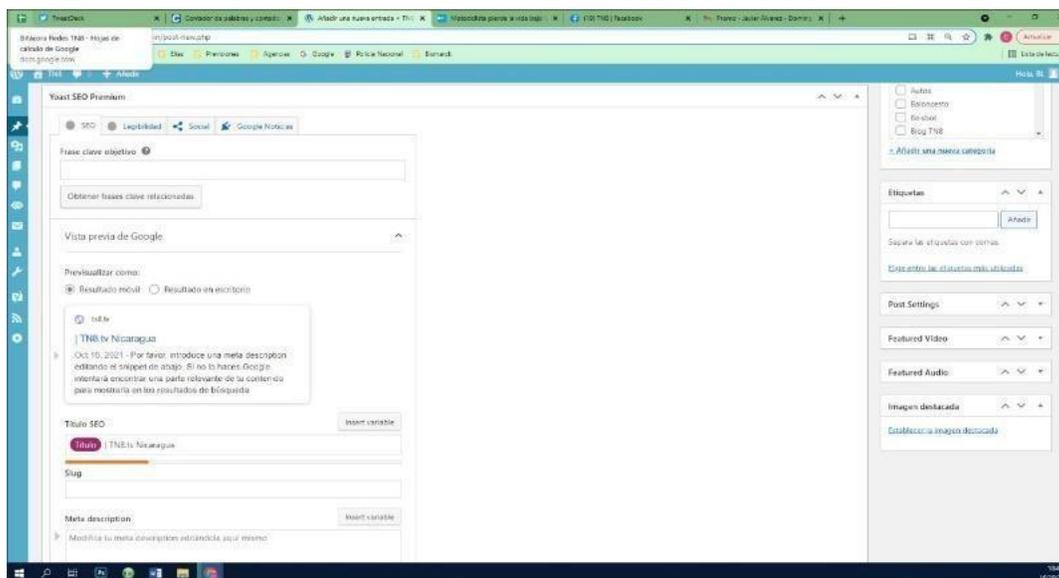


Ilustración 19 Captura de pantalla

Fuente: Plantilla de Wordpress

El modelo de participación de TN8.tv ofrece a sus usuarios las opciones de emitir una reacción a las notas periodísticas –con me gusta–, compartir, además de ofrecer la interacción en redes sociales como Facebook, Twitter, Telegram, Instagram, WhatsApp, Spotify y E mail.



Ilustración 20 Captura de pantalla Fuente: TN8

Asimismo, el periodista de TN8 añadió *“El periodista convencional se conforma divulgar en los medios tradicionales la noticia. Pero el periodista de plataformas digitales tiene un mayor reto porque debe crear contenido breve, atractivo y acorde a las distintas plataformas para llegar a públicos específicos. El periodista de plataformas digitales debe estar constantemente actualizando sus conocimientos, al mismo ritmo que surgen nuevos espacios de comunicación”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

Es por ello que el ciberperiodista debe aprender a trabajar la información, formatos y géneros periodísticos capaces de incorporar la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad, estando consiente de cada espacio de divulgación y plataformas sociales que cada día nacen a través de la necesidad de respuesta a nueva inquietud de las masas.

Lo que conlleva a vivir un entorno de retos a causa de la evolución del quehacer periodístico, y la revolución de las herramientas tecnológicas que se crearon para acceder y difundir información es donde es de vital importancia adaptarse e implementar medios digitales.

“El mayor reto es interesarse por lo digital, renovarse, ya que en años atrás se estaba acostumbrado a leer periódicos, pero hoy en día tenemos la información de primera mano en las diferentes plataformas de manera instantánea y masiva; lo mejor de todo con interacción de ideas con diferentes personas” (Comunicación personal, 02/10/2021)

En las tendencias también es necesario mencionar la importancia que poseen los recursos multimedia dado que son la clave en el proceso de transformación, porque la información puede ser la misma lo que cambia es la forma de transmitirla, es decir, la combinación entre el sonido, las imágenes e información que genera la genialidad del periodismo digital. En este sentido la multimedialidad es la explosión del potencial creativo del periodista.

Capítulo II: Cambios y transformaciones del modelo informativo

El modelo que posee la plataforma digital de TN8 (www.tn8.tv) ahora posee *“Un modelo informativo plano”*, así lo cataloga Valeria Miranda, administradora web de este medio.

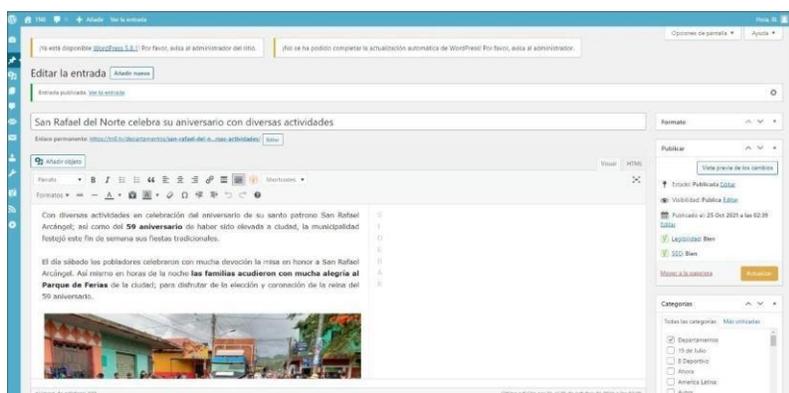


Ilustración 21 Modelo Informativo

Fuente: Plantilla Wordpress TN8

Los periodistas recopilan la información y elaboran notas para televisión (noticiero Crónica TN8, la historia más allá de la noticia), escribir 300 palabras para el sitio web, tomar fotografías, y hacer pequeñas transmisiones en vivo para las redes sociales.

En los géneros informativos se encontraron que se continúa teniendo un apego por lo convencional, por la noticia y la crónica; con una estructura de redacción propia de la prensa escrita como la pirámide invertida, casi como una plantilla: titular, lead o primer párrafo, cuerpo de la información, subtítulos y párrafos de contexto.

Entre las negativas encontradas en las notas analizadas se observa que solo el día 08 de abril bajo el titular “Arrestos de migrantes en frontera de EEUU suben 71% en marzo” el corpus comprende 285 palabras; seguida del 05 de junio con un total de 291 palabras.

En cambio en las demás sigue en aumento con un total de 04 de enero, 355 palabras, 02 de febrero, 563 palabras, 10 de marzo, 398 palabras, 21 de mayo y 430 palabras, rompiendo con la característica de la brevedad y precisión de resumir el texto, acortar los párrafos y eliminar información irrelevante.

Igualmente, sucedió con la creación de títulos reveladores que, aunque en su mayoría responden a ser menor de 12 palabras, se encuentran comprendidos de la siguiente manera: 3 notas del 10 marzo, 21 mayo y 05 de junio de 9 palabras, seguidas del 04 enero y 02 febrero con 10 palabras y la del 08 abril con un total de 11 palabras. Cabe destacar que todas las notas en estudios, presentaban en el desarrollo del corpus, encabezados y subtítulos representativos para acortar ideas.

En cuanto a su redacción debe seguir mejorando para lograr utilizar verbos y no abusar de sustantivos, además de evitar frases ambiguas, cómo en el caso del titular del 21 de mayo, “21 de mayo: inicia el día informado con TN8”, pudiendo omitir sustantivos «INFÓRMATE CON LO MÁS RELEVANTES DE TN8»

O en el caso de la ambigüedad del contenido de la nota del 02 de febrero, en dónde el primer párrafo de la nota periodística en el que no sé dice nada concreto, no hay contexto, no hay respuesta a las 6 w, y no da la precisión que demanda la web y plataformas digitales para atrapar y conectar con los lectores, dado que su mayor interés es saber pronto la historia de otra forma, se irán a otra parte.

«La vivienda es el bien material máspreciado y anhelado por las familias nicaragüenses, el cual en gobiernos anteriores fue negado por mucho tiempo, pero hoy en día gracias al Gobierno, hay diversas formas para acceder a una vivienda para personas de escasos recursos en Nicaragua».

Es decir, se continúa escribiendo para prensa escrita con párrafos extensos, en cambio el internet, te dice que la brevedad es mejor opción, diseñar para cada párrafo una idea principal, una idea que admitió muy bien la editora de la nota del 08 de abril, que en 8 párrafos desarrolló la nota, en dónde siempre refutó con datos e ideas centrales, tal es el caso en dónde ambos párrafos conectan ideas, y su relevancia van de la mano, con citas y datos confiables.

«La cantidad de migrantes detenidos en la frontera sur de Estados Unidos subió 71% en marzo con respecto al mes anterior, para un total de 172.331 personas -un máximo en 15 años- y con un fuerte aumento de los menores no acompañados, según cifras oficiales publicadas este jueves.

El número de menores no acompañados registró un aumento de 100% en un mes, al sumar más de 18.000 niños, de acuerdo con los datos de la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de Estados Unidos (CBP).»

La redacción es clara dado que significa la utilización de un vocabulario o léxico neutro, sin tanto tecnicismo para la comprensión de todos, la ortografía y sintaxis deben seguir siendo una prioridad en la creación de contenido digital.

En cuanto a la implementación de enlaces, hipertextualidad o hipervínculos, se observa que TN8.tv, sabe lidiar con ellos dado que, en su segunda actualización ya vemos links de las plataformas digitales personalizadas.

Como es el caso de la nota del 10 de marzo y el tweet como fuentes de información secundaria, asimismo, en la nota del 08 de abril con un enlace directo a la cadena de Telemundo Noticias, como fuente principal; además de que en todas las notas hay uso de hipervínculos externos a la plataforma de YouTube, y a través de los hipervínculos de texto, enlaces a artículos similares.

Los ejemplos de hipervínculo dentro de las notas son muy notorios, por ejemplo, en las palabras claves marcadas en color o subrayado en las publicaciones en estudio encontramos que el

04 de enero se aprecian 74 Keywords, 02 de febrero 209 Keywords, 10 de marzo 80 Keywords, 08 de abril 30 Keywords, 21 de mayo 90 Keywords y el 05 de junio 0 Keywords.

En cuanto a costo promedio de una vivienda, en los propios años en \$6 mil a \$7 mil y cuando se hace en urbanizadoras tiene un costo de \$12 mil a \$13 mil, pero la familia viene pagando \$6 mil, porque el resto lo subsidia la alcaldía municipal, el instituto de la vivienda (Gobierno) y el aporte de la familia.



Guiomar Irías, Presidenta Ejecutiva de INIFOM / TN8.

Guiomar Irías resaltó que también el programa incluye lotes, lo cual a la fecha se han entregado 25 mil 827 y viene a facilitar las construcción de estas viviendas.

Actualmente la demanda de las viviendas en Nicaragua es alta, pero año con año el Gobierno viene cubriendo a más familias para que puedan acceder a su vivienda, gracias a los mecanismos implementados.

Ilustración 22 Exceso uso de Keywords o negritas Fuente: Tn8

Por una parte, esto deja entre ver una debilidad del medio, porque se sabe que la negrita se percibe como una variante tipográfica, que dirige la atención a palabras, ideas o conceptos especiales, y lo recomendable no es sobrecargar su uso, para que el lector logre captar las ideas; dado que puede ocurrir un efecto inverso por lo que lo importante es ser breve.

En cuanto a la utilización de imágenes, fotos o vídeos en la web o en cualquier otra plataforma digital es importante mantener en cuenta la importancia de emplear marca de agua como autoría de los recursos multimedia, es decir, el proceso de superponer un logo o un texto sobre un archivo de imagen para la protección de los derechos de autor como medio de comunicación ya asentado, con vasta experiencia y credibilidad; garantizando que no se pueda reutilizar o alterar sin tu permiso.

Desde siempre ha existido una brecha entre el periodista y el periodista audiovisual (imágenes), entre la redacción y las fotografías, pero con la unificación que protagoniza el ciberperiodismo converge a ambos en uno solo, es decir, contar a través de imágenes, sonidos; entendiéndose como el reto multimedia.

Salaverría, lo explica como el proceso en dónde “una noticia reclama un protagonismo del texto y cuándo, por el contrario, una imagen o un sonido hacen que sobren mil palabras. Más aún: llegado el caso, debe saber contar la historia con textos, imágenes y sonidos a la vez”.

En cuanto a las notas en estudio con un total de 21 fotos en las 6 notas analizadas, en las cuales la correspondiente al 04 de enero, 3 fotografías poseen autoría corporativa y solo 2 de ellas tienen pie de fotos; el 10 de marzo 3 fotografías poseen autoría corporativa y solo 2 de ellas tienen pie de fotos; 10 de marzo, 3 fotografías, igualmente con autoría y solo 2 con pie foto; la del 08 de abril, 1 fotografías sin autoría y sin pie de foto; del 21 de mayo, 5 fotografías, 3 con autoría y 4 de ellas con pie de fotos, y la del 05 de junio, 3 fotografías de las cuales las 3 poseen autoría y 2 pie de falso.



Ilustración 23 Captura de pantalla

Fuente: Youtube Tn8

En cuanto a la utilización de marca de agua por parte del medio de comunicación de TN8 este solo cumple con un estricto protocolo de seguridad que se ven obligado a cumplir todos los medios de comunicación, dado que es su deber garantizar la calidad y credibilidad de lo dicho en su nota ante la cantidad exuberante de noticias falsas «Fake News».



A través de un burdo montaje fotográfico utilizando la apariencia de nuestro sitio web, medios irresponsables divulgan la falsa noticia del fallecimiento del Miembro Histórico del FSLN, Jacinto Suarez.



Ilustración 24 Captura de pantalla Fuente: Twitter TN8

Bajo este contexto, es importante explorar nuevos formatos como que las páginas de contenidos sean interactivas, con contenidos multiformato, infografías, podcasts, entrevistas en vivo, reportajes entre otros. Además de poseer una estructura fresca con la información en Z, meta descripciones que conecten como llamados de atención al artículo, estructura de heading tags; jerarquización y etiquetado del contenido; todo esto como parte de los recursos multimedia que hacen de una nota una oportunidad para generar tráfico al sitio web y demás plataformas digitales.

Al ser un medio que está presente no solo a nivel televisivo, sino que también de manera digital, este sufre diversos cambios continuamente, desde interfaz hasta la manera de redacción de sus editores web y periodistas.

Si bien el periodista que hace la función de reportero es quien redacta la nota web de la cobertura asignada, esta pasa por un filtro a través de los editores web. Estos se encargan de corregir, subir y publicar la nota a las diferentes plataformas que posee el medio en estudio.

Una de los nuevos cambios que este medio ha tenido es el implemento de los hipervínculos y el añadir archivos multimedia como fotografías, videos o audio a sus notas web; Jacqueline Mora, administradora y editora web explica que esto “ayuda a tener más tráfico para tu portal web”.

Esto se traduce, a que los usuarios además de querer leer la información de manera veraz, también desean ver, es por ello que depende a la relevancia de la nota será el número de fotografías que se agregaran al corpus.

Sin embargo, a través del tiempo el posicionamiento ha sido parte de los cambios que este medio ha implementado; ya que no solo se trata de redactar y subir una nota al internet. Sino lo que se busca es que esta logre un alcance a los usuarios, para ello se apoyaran de las herramientas brindadas por el SEO.

Los editores web, al recalcar la importancia que poseen los hipervínculos y lamultimedialidad “Para hacer que el Seo de Google posicione más la nota en las búsquedas” (Comunicación personal, 02/10/2021), para ello también, se apoyaran de las etiquetas, mismas que Google usa para que una nota sea encontrada de primera mano.

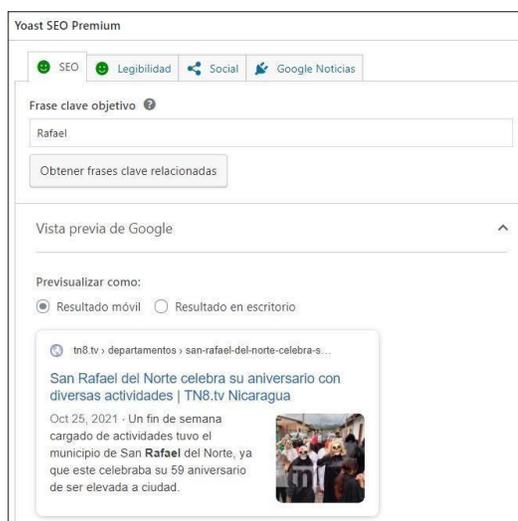


Ilustración 25 Captura de pantalla Yoast SEO premium Fuente: WordPress, 2021

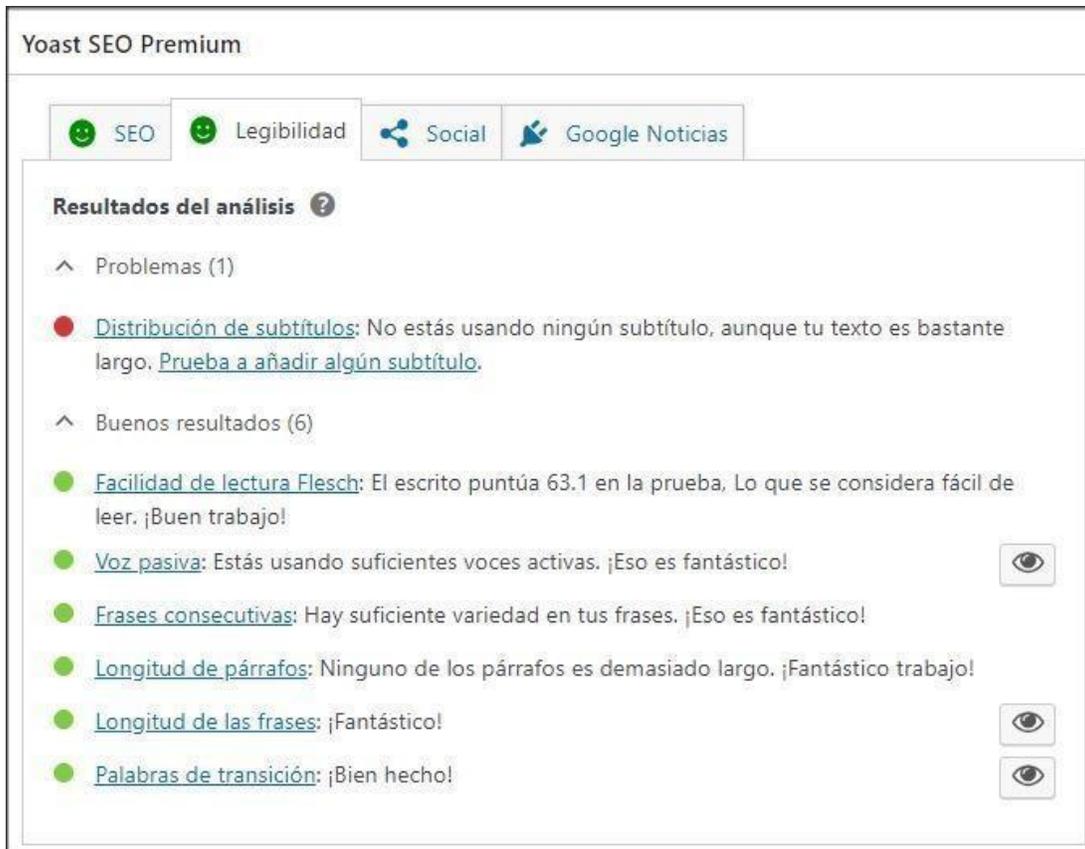


Ilustración 26 Yoast SEO Premium

Fuente: WordPress TN8, 2021

Diversos medios han decidido emigrar a las plataformas digitales, debido a que hoy en día estamos a un solo click del internet, es por ello que el periodista digital ha tenido que adaptarse a nuevas técnicas y fortalecer ciertos puntos para llevar la información a manera de primicia.

Un nuevo integrante del equipo de editores webs, explica que durante su estancia en el área web, ha tendido que fortalecer ciertos aspectos como *“Ser ágil para llevar la información a sus seguidores, para ganar credibilidad”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

La credibilidad es un aspecto importante de este medio, ya que ante de subir una nota a sus plataformas esta es verificada por el reportero. Otras de los aspectos importantes en los que estos editores web mejoran son el *“estar actualizado, dominar redes sociales y trabajar en equipo”*. (Comunicación personal, 02/10/2021)

Rafael Lechado, coordinador del área de redes, afirma que uno de los restos que posee el ciberperiodista es “*el saber estar actualizado con las tendencias digitales, el poder detectar la mejor forma de aplicar esos conocimientos a la práctica del día a día*”. (Comunicación personal, 02/10/2021)

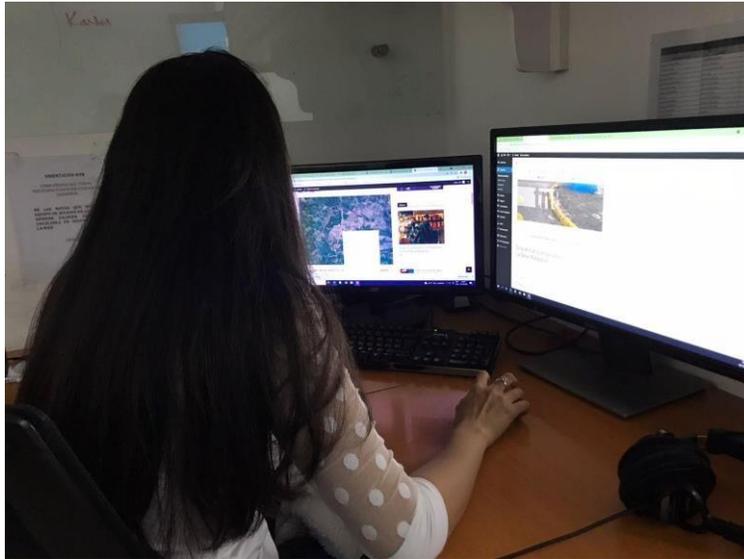


Ilustración 27 Editor web Fuente: Fotografía de Bismarck Lugo, 2021

En años anteriores este medio era conocido por sus encabezados extravagantes; sin embargo, este es otro de los cambios que ha sufrido el medio, estos cambios han tenido una buena aceptación por parte de los usuarios.

Se conoció también, que esta modificación se dio debido al cambio de línea gráfica por el cual el medio pasó, en su momento, tomando un perfil más serio a la hora de redactar notas informativas y encabezados.

A pesar de contar con un aspecto más serio en cuestión de redacción no se puede dejar a un lado que un medio de comunicación tiene que estar al pendiente de los temas que están en tendencia del internet, entre las categorías está Entretenimiento, Tecnología y Ciencia; de las cuales también se abarcan notas.

Además, es importante que los medios de comunicación deben explorar nuevos formatos como:

- Páginas de contenidos interactivos

- Contenidos multiformato
- Infografías
- Podcasts
- Entrevistas en vivo
- Mini-documentales

Capítulo III: Interactividad digital en el sitio web de TN8

La interactividad es una de las características propias del ciberperiodismo, por ende, es considerado como un proceso de comunicación, pero específicamente trata la interacción a modo de diálogo entre computador y usuario a través de los sitios web.

Para seguir adentrándose al estudio de este, entra en función la navegabilidad web, que se puede entender como "la facilidad con la que un usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen un sitio web, por eso aquí se deben implementar una serie de estrategias de navegación, siempre recomiendo a mis estudiantes las famosas preguntas a responder ¿Dónde estoy? ¿Dónde he estado? y ¿Dónde puedo ir? Según las respuestas nos podemos dar una idea de cuan navegable es nuestro sitio web" (Lambert, Y., 2016)

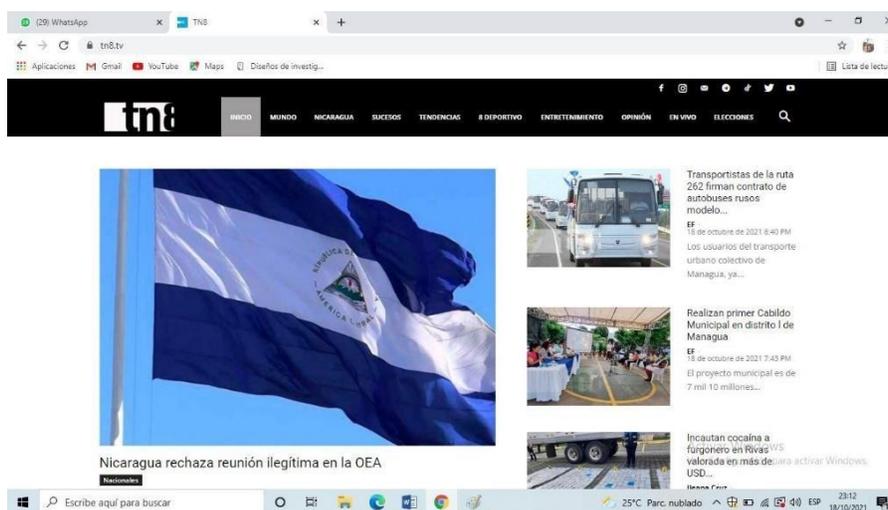


Ilustración 28 Captura de pantalla Inicio Fuente: Sitio Web TN8

En primera instancia, a la hora de entrar al sitio web se ve la importancia de la velocidad de carga, seguido de la línea gráfica en este caso el color que predomina es el negro, dado que se refleja

desde la barra de búsqueda, que está en la parte superior, su logo es de color blanco; como parte de la formalidad que refleja representar un noticiero de trayectoria.

Mientras que en un teléfono móvil aparece una barra extra donde se evidencia un nuevo botón de inicio que muestra un color degradado entre las tonalidades negro, morado y rosa fucsia, lo que le da un estilo diferente y elegante.

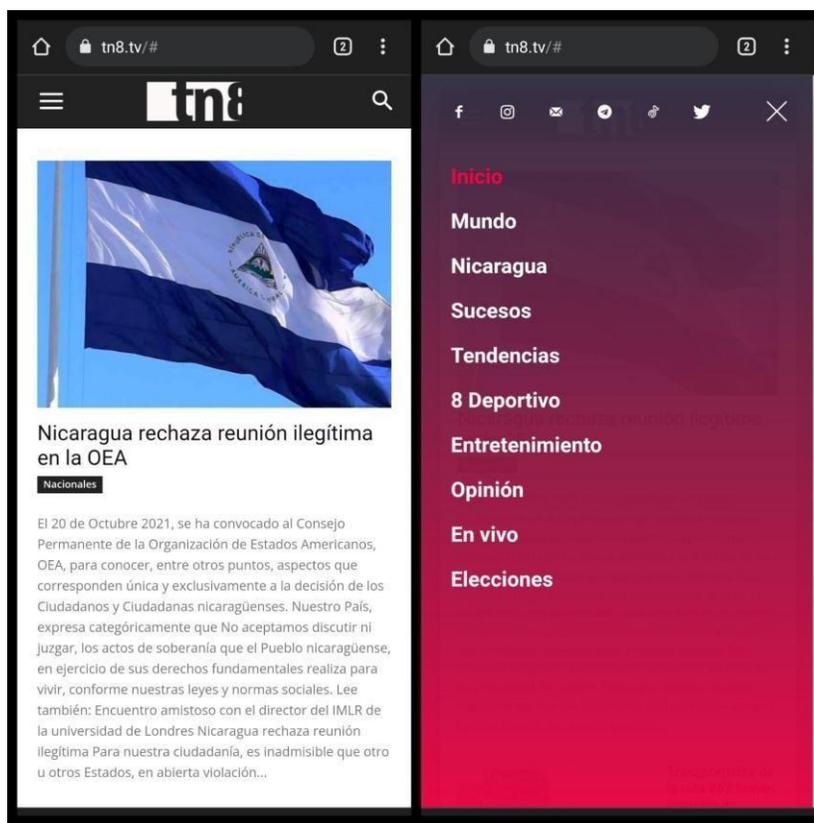


Ilustración 29 Captura de pantalla versión Móvil Fuente: Sitio Web TN8, 2021

Para todo medio de comunicación debe ser importante la interacción con sus usuarios, ya que es gracias a ellos que se deben las visitas en sus diferentes plataformas.

Sin embargo, los medios actuales solo se encargan de subir notas, sofocando las redes sociales, provocando que el usuario no se interese tanto por interactuar con el medio.

En la necesidad de informar, los medios digitales, sobrecargan las redes sociales, esto conlleva a ciertos problemas, uno de ellos es que sus notas no tengan el alcance requerido y pasen desapercibidas para los usuarios.

Un ejemplo de ello es cuando estas notas son publicadas a manera de bombardeo en la red social de Facebook, no importará que tan relevante sea nota, esta no podría tener el alcance que se quiere; aunque esta posea un título atractivo.

Los usuarios muchas veces se sienten atraídos por la interfaz que posee el sitio web oficial del canal es por ello que “es muy importante, sin una interfaz adecuada la web se hace poco presentable y para competir se necesita tener algo que se vea bien y además que sea práctico”, explica Rafael Lechado.

Otro elemento para interactuar con el público que cuenta es a través de sus páginas diferentes plataformas sociales de Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, WhatsApp, E-mail y TikTok, donde se publican las notas, imágenes, Infografías y videos con el objetivo de redirigir las personas a consumir la información completa.

En ambos elementos se rescatan las características para poder hacer cumplir la interactividad comunicativa, uno de los principales y más importantes requisitos del periodismo digital y de la utilización de la web.

En la usabilidad es un sitio bastante completo y ordenado que hace que la estadía en el sitio sea placentera, desde su espacio de interacción encontramos «likes» en la nota del 04 de enero debido a las actualizaciones y fallas técnicas no logran ser públicas, la del 02 de febrero apenas 7 likes, el 10 de marzo corresponde a 18 likes, luego el 21 de mayo, vuelve a disminuir a 10 likes, en abril a 20 likes y a su vez hay una sobrecarga de publicidad, en junio, tampoco hay una obstrucción al ver la cantidad de likes.

Estas fallas técnicas se deben a que la revisión de las dos notas que no reflejan la cantidad de likes, fueron revisadas desde un dispositivo móvil. Aunque su velocidad de ejecución es buena, tiende a hacer muy lenta cuando hay demasiada publicidad.

A través de un análisis observacional en el sitio web de TN8 se pudieron recolectar ciertos indicadores de la usabilidad web, entre ellos se destacan:

- 1) Incluye vínculos de navegación en el pie de página
- 2) Posibilidad de retorno directo a la página de inicio en todo momento

- 3) Menú permanente con más de 6 opciones
- 4) Links externos que abren a nuevas ventanas
- 5) Los íconos usados son comprensibles
- 6) Existencia de una opción de búsqueda en la parte superior
- 7) Presencia de elementos multimedia como fotos y videos
- 8) Fuente de texto adecuada

Sin una interfaz actualizada, los usuarios optan por informarse con otro medio, es por ello que uno de los principales objetivos de este medio es mantenerse a la vanguardia de la información; aplicando nuevas técnicas SEO y actualizaciones web.

Para poder tener una mayor cercanía con los usuarios, se deben usar herramientas que ayuden a medir la cantidad de lectores interactuando con el medio en tiempo real, para ello el coordinador de redes sociales, Rafael Lechado detalló los dos instrumentos principales que el medio usa para poder medir la cantidad de cibernautas “Google Analytics y Google Search Console”.

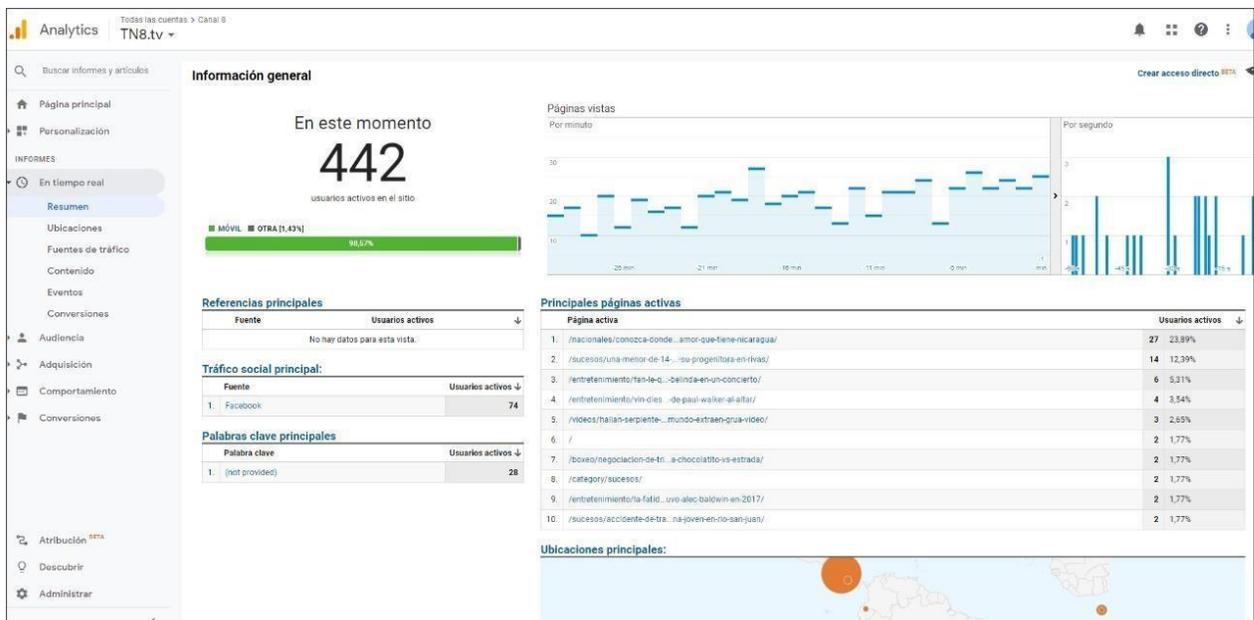


Ilustración 30 Captura de pantalla Analytics TN8.tv

Debido a sus diferentes actualizaciones, capacitaciones e interacción con los usuarios *“Actualmente estamos como en tercer lugar de medios de noticias, de Nicaragua, más vistos en el país”*, (Comunicación personal, 02/10/2021), esto es gracias a años de trabajo y esfuerzo que el canal en conjunto con sus trabajadores ha realizado.

Todo esto se ha hecho para que los usuarios se sientan con la confianza de leer este medio, y sepan que lo que están leyendo son noticias verificadas, elaboradas en tiempo real; con el fin de ser los primeros en tener la noticia en sus plataformas digitales y seguirse posicionando como uno de los principales medios de comunicación

En cuanto a la adaptabilidad del sitio web y sus plataformas a la versión móvil, cabe destacar que se agrega una plantilla responsiva, lo que significa que automáticamente se adecúa desde su versión principal de escritorio a una adaptación para dispositivos de menor tamaño, tales como celulares, tabletas, entre otros.

Las visitas al sitio web responde todavía a la comunicación 1.0 porque recibe la información, en cambio la interacción que se ejerce en las plataformas sociales como Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, WhatsApp, Google bussines, Spotify, y YouTube, estás sí generan una interacción directa entre usuarios y el medio de comunicación entendiéndose en el mundo de social media como la implementación de las redes y pluggin web la capacidad de visualizar la interacción dentro de la web, pero esa interacción es genera en la redes.

XI. Conclusiones

- Telenica canal 8 tuvo que emigrar a las plataformas digitales como parte de la adaptabilidad a las nuevas exigencias de la era digital y demanda de la audiencia por mantenerse informado. Por ello desde el 2013 atravesó por un proceso de rediseño de interfaz y línea gráfica con el fin de estar actualizado y más acorde a las exigencias que demanda la línea editorial, que les permitiera lograr un mejor posicionamiento en la web.
- Cuenta con variedad de temas y categorías para brindar coberturas, lo que lo ha convertido en un medio más atractivo, variado e informativo.
- Este medio creó un área específica para administrar el sitio web y redes sociales, en el cual a través de estrategias que implementan el uso de tecnologías, permite a los colaboradores realizar un trabajo más eficiente.
- En los últimos dos años han realizado modificaciones en su interfaz web y actualizaciones constantes en su sitio web. Además de agregar nuevas herramientas de tecnología de información y comunicación (TICs); para crear un ciberespacio más interactivo para los usuarios.
- Apuesta a convertirse en un cibermedio con gran contenido visual gráfico que utiliza muchos recursos multimedia. (infografías, videos y fotografías.)
- Rompieron el esquema de la creación de formato televisivo para añadir nuevos formatos emergentes como infografías digitales, foto galerías y notas webs para diferentes plataformas sociales.
- Los titulares son breves y descriptivos; además de que los vincula en la entrada, URL y corpus lo que significa un mejor posicionamiento en la red.
- Emplean programas específicos que sirven de auxiliares en la creación de contenido digital y herramientas para el correcto funcionamiento de títulos, palabras claves y metadatos, tales como: Search Engine Optimization (SEO), Contador de Palabras, Photoshop, Final Cut Pro para videos, Google Analytics y Google Search Console.

- En los géneros informativos se encontró que se continúa teniendo un apego por lo convencional; con una estructura de redacción propia de la prensa escrita en sus estructuras haciendo uso de la pirámide invertida y casi como una plantilla: titular, lead o primer párrafo, cuerpo de la información, subtítulo, párrafos de contexto extensos y tres fotografías con autoría corporativa.
- Emplean la curación de contenido en las notas de internacionales, es decir, recopilan información y elaboran notas a partir de otros contenidos; asimismo, los datos de terceros son atribuidos y enlazados a su fuente original.
- Sus notas periodísticas poseen diferentes tipos de hipervínculos entre ellos: Texto o hipertextos, es decir, cuando una palabra correspondiente a un texto está destacada y haciendo clic en ella nos lleva a otro lugar; además de hipervínculos de imagen, hipervínculos internos que se utilizan para tener movilidad dentro de un documento y el externo que se emplea para citar otro dominio o en forma de backlink. Esto es un enlace de otro dominio que dirige a nuestro sitio, como al canal de YouTube.
- La usabilidad del sitio debido a las actualizaciones constantes en la interfaz web, genera una mejor experiencia del usuario al interactuar con el sitio; y al editor web al momento de publicar una nota periodística.
- Aunque el sitio web posee un espacio de comentarios en su inicio para la interacción directa este hace uso de las redes sociales.
- Su fácil navegabilidad en el sitio permite que los usuarios puedan desplazarse por todas las páginas que componen la web, a través de pluggin interactivos.
- La interacción de medios trata el uso de texto o hipertexto, imagen, enlaces, audio y vídeo como factores multimedia dentro de cada aplicación web; para enriquecer los recursos con los que cuenta la nota periodística.
- Se trabaja de la mano con programas para medir la Interactividad del sitio web y los cibernautas como: Google Analytics y Google Search Console.

XII. Recomendaciones

El periodismo digital es realmente una herramienta útil y confiable para las nuevas generaciones de periodistas que deben utilizar, tomando en cuenta que no se harán expertos tecnológicos, sino que consideren a la tecnología como un instrumento que permita desarrollar las habilidades y desenvolvimiento del ejercicio periodístico en la creación, producción y difusión de la información con sus características de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

1. Al estado de la República de Nicaragua, para que cree una ley que permita a los cibermedios establecerse como un medio de comunicación, en el que se pueda informar bajo un compromiso respaldado ante las regulaciones del Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR).

2. A los medios de comunicación:

- Para que fomenten el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información a sus trabajadores, tomando fuerza en esta nueva era tecnológica.
- Nos encontramos en la era de la sociedad de información en la que hasta los más pequeños espacios de noticias deberían emigrar a las plataformas digitales, permitiendo así la adaptación a las nuevas tecnologías como instrumentos de trabajo.
- Capacitar a sus periodistas para que estos utilicen estas nuevas herramientas para la divulgación de sus noticias.
- Los medios digitales deben asegurarse de la veracidad de las noticias, evitando de esta manera caer en la fake news.
- Asimismo, deben hacer uso correcto de la multimedialidad e hipertextualidad para poseer un buen posicionamiento según el SEO.
- Mantener compromiso con el lenguaje escrito en su redacción respetando la ortografía y gramática.

3. Al medio en estudio Telenica Canal 8:

- Evitar el sobrecargo de imágenes en las notas periodísticas y emplear formatos de mejor calidad que sean llamativas para el lector.
- Evadir la proliferación de notas periodísticas de manera masiva, ya que esto no genera un buen alcance de la noticia en redes sociales.
- Seguir realizando mejoras en su interfaz web y actualizaciones constantes.
- Que instruya en sus empleados el uso de las herramientas SEO para posicionar al sitio web en los primeros lugares.

4. A las audiencias:

- Verificar la fuente de las noticias con las que se informan para evitar caer en las Fake News
- Fomentar el hábito de la lectura en todas las generaciones.

5. A los periodistas y Comunicadores:

- Si desean incursionar en el mundo del Ciberperiodismo, como editores webs, que mantengan la disciplina y disposición con la sed de conocimiento por estas nuevas herramientas.
- Siempre tengan en cuenta el buen uso de las plataformas digitales, como herramienta de inmediatez para la divulgación de noticias.
- Hagan buen uso de las herramientas digitales, y desarrollen un perfil profesional amplio.
- Se han multiplataforma y multifacético, sepan realizar buenas fotografías de manera correcta, respetando los planos.
- No solo se queden con lo convencional, sino que exijan la enseñanza del ciberperiodismo.
- Exijan que sus trabajos periodísticos posean sus créditos.

6. A la UNAN – Managua:

- Crear una universidad libre de analfabetismo digital.
- Un espacio liderado por la implementación de herramientas de la tecnología, información y comunicación; tanto para docentes, como la comunidad universitaria.

7. A la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas:

- Organizar capacitaciones con los docentes para impartir la clase de ciberperiodismo.
- Impulsar las iniciativas de los jóvenes con temas referentes al ciberperiodismo.

8. A la coordinación de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua:

- Que permita incluir una nueva asignatura donde los jóvenes aprendan sobre el periodismo digital y se encuentren preparados en todos ámbitos del periodismo.
- Ser pioneros en las enseñanzas del ciberperiodismo.
- Capacitar a los docentes en la importancia de la implementación de herramientas tecnológicas para el desenvolvimiento profesional

9. A los jóvenes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo:

- Que no solo se queden con lo que se imparte en el aula de clases, que lean y se instruyan sobre las nuevas herramientas que ofrece el ciberperiodismo.
- Lean, analicen y conozcan la importancia del ciberperiodismo.
- Realicen propuestas en su carrera, de nuevas alternativas para llevar a cabo un buen ciberperiodismo.
- Pongan en práctica las tendencias del periodismo digital, para ser periodistas completos en todos los ámbitos.

XIII. Referencia

- Acosta, C. (25 de marzo de 2016). *Entreperiodistas Periodismo y Comunicación*. Obtenido de Entreperiodistas Periodismo y Comunicación: <http://www.entreperiodistas.com/10-habilidades-buen-periodista-digital/>
- Agüera, M. (2014). *Analítica web y redes sociales. Herramientas de análisis*. Cartagena, Colombia: Trabajo Fin de Grado para la obtención del título de Graduado/a en Administración y dirección de empresa.
- Aguirre, C. y Bernal, J. (2015). Contenidos periodísticos digitales: hacia un modelo de medición de calidad. *Revista ComHumanitas*, 79 - 90.
- Albert, R. (2017). *Análisis de las tendencias del ciberperiodismo: la evolución de The Huffington Post, su modelo discursivo y sus procesos de interacción con los usuarios*. Madrid: Tesis doctoral, para optar al grado de doctor.
- Alonso, A. (2016). *Definición de la semana: Estudio longitudinal*. Obtenido de Psyciencia: <https://www.psyciencia.com/definicion-de-la-semana-estudio-longitudinal/>
- Amusquivar, F., Archet, A., Segovia, A. y Venice, E. (2011). *Universidad de Palermo, Facultad de diseño y comunicación*. Obtenido de Universidad de Palermo, Facultad de diseño y comunicación: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=333&id_articulo=7316
- Bañados, F. y Rogel, B. (10 de junio de 2018). *Diario Concepción*. Obtenido de Posverdad y fake news: desafíos para las comunicaciones en la era de las redes sociales: <https://www.diarioconcepcion.cl/politica/2018/06/10/posverdad-y-fake-news-desafios-para-las-comunicaciones-en-la-era-de-redes-sociales.html>
- Barrios, E., Mar, G. y Villareal, C. (2016). Hacia la evolución de los géneros periodísticos. Lenguaje para un medio periodístico digital. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 147 - 156.
- Belloch, C. (2012). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje*.

España: Material docente (On line) departamento de Métodos de investigación y diagnóstico en educación. Universidad de Valencia.

Benavides, C. y Chávez, W. (2017). *Análisis del uso de la red social facebook como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en las páginas Futbol Nica, Revista beisbolera yb NicaFut Femenino*. Managua: Tesis de seminario de graduación para optar al título de Licenciado en comunicación para el desarrollo.

Bolagay, B. (2014). *Análisis de contenido de las notas publicadas en la página web de radio la red sobre la selección ecuatoriana de futbol del 9 al 27 de Junio*. Ecuador: Universidad Central del Ecuador.

Calderón, S. (2017). Periodismo digital o ciberperiodismo. *En contexto*, 1-12.

Campo, F., Rúas, J., López, X y Martínez, V. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información*, 449-457.

Carrasco, S. (2009). *Blogger*. Obtenido de Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-el-universo.html>

Castillo, J. (2011). *Introducción a la estadística*. Obtenido de <https://issuu.com/guadalca/docs/estadistica>

Castillo, M., Cruces, L. y Guerra, M. (2016). *Revista Educación y Tecnología*, 2(08), 26 - 40.

Obtenido de [file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-LaVeracidadDeLaInformacionExpuestaEnLasRedesSocial-6148884%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/admin/Downloads/Dialnet-LaVeracidadDeLaInformacionExpuestaEnLasRedesSocial-6148884%20(1).pdf)

Corino, C. (2017). *Evolución de la web 2.0 a la 3.0 y su impacto en la empresa*. España: Grado en administración y dirección de empresas.

EcuRed. (2012). *EcuRed*. Obtenido de EcuRed: <https://www.bing.com/newtabredir?url=https%3A%2F%2Fwww.ecured.cu%2FBlogosfera>

- Fenoll, V. (01 de diciembre de 2014). *Revista Faro*. Obtenido de Revista Faro:
<https://www.revistafaro.cl/index.php/Faro/article/view/346/245>
- Ferrer, M. (2018). Presente y futuro de las plataformas digitales. *Revista de estudios de Juventud*, 63 - 67.
- Freixa, P., Pérez, M y Codina, L. (2017). “Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *El profesional de la información*, 1076-1090.
- García, A. (2020). *La veracidad como requisito del derecho a la información*. Barcelona, España: Trabajo de fin de grado en Derecho, Universidad Autónoma de Barcelona.
- García, R., Martínez, J. y Sánchez, A. (Abril de 2019). *Propuesta de asignatura de "periodismo digital" para fortalecer los aprendizajes y la formación profesional de Comunicadores para el desarrollo, de la UNAN - Managua, durante el II semestre 2018-19*. Managua, Nicaragua: Tesis de seminario de graduación para optar al título de Licenciado en Comunicación para el desarrollo. Obtenido de Repositorio de la UNAN.
- González, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Revista internacional de comunicación*, 29-52. Obtenido de https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/45/Mon/Fake_News-_desinformacion_en_la_era_de_la_sociedad_de_la_informacion_.pdf
- Guzmán, M. (2014). *Las nuevas tecnologías: El ciberperiodismo ¿una nueva opción?* México: UNAM. Obtenido de <https://www2.politicas.unam.mx/sae/wp-content/uploads/2014/09/Ciberperiodismo.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Miembro de la cámara nacional de la industria editorial mexicana. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hopmann, C., Arce, M., y Zúniga, L. (2012). *Los medios y el periodismo ante el desafío digital*. Managua: Centro de Investigación de la Comunicación (CINCO).

Icabalzeta, R. (14 de octubre de 2019). Compromiso Social. Revista de la UNAN-Managua, extensión universitaria. Obtenido de <https://revistacompromisosocial.unan.edu.ni/index.php/CompromisoSocial/article/view/43/121>

INESKA BUSINESS SCHOOL. (20 de agosto de 2020). *INESKA BUSINESS SCHOOL*.

Obtenido de INESKA BUSINESS SCHOOL:

<https://escuelainenka.com/que-es- lenguaje-periodístico/>

Irala, P., y Pérez, V. (2013). *Cibermedios: Palabras, Imagen y Tecnología*. Gállego, España: Universidad de San Jorge.

Iruela, J. (20 de mayo de 2015). *Revista Digital INESEM*. Obtenido de Revista Digital INESEM: <https://revistadigital.inesem.es/informatica-y-tics/que-es-la-web-3-0/>

Jórdan, N. (24 de Marzo de 2018). *AUNPERIODISMO*. Obtenido de AUNPERIODISMO: <https://aunperiodismo.wordpress.com/2018/03/24/los-generos-ciberperiodisticos/>

Latorre, M. (2018). *HISTORIA DE LAS WEB 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Universidad Marcelino Champagnat.

Loaiza, Y. (2018). Las salas de redacción en la era digital, la percepción y los principales retos de la comunidad virtual de periodistas y colaboradores, caso la barra espaciadora.

Revista COMHUMANITAS, 219 - 234.

López, D. (enero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/actual/como-se-miden-las-audiencias-de-los-medios-de-comunicacion.html>

López, L., y Guerrero, L. (2013). *El `papel del periodista en la era digital. Las redes sociales y el trabajo periodístico*. Colombia: Rutinas de producción periodística acopladas al medio virtual (Twitter) en el episodio de la fallida reforma a la justicia.

López, O. (2017). *Generación de contenido para el sitio web de la Carrera de Comunicación para el desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*

- (UNAN. Managua), durante el segundo semestre de 2016. Managua, Nicaragua: Tesis Monográfica para optar al título de Licenciado en Filología y Comunicación.
- López, P., y Guerrero, L. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA* (1 ed.). Barcelona: Dipòsit Digital de Documents. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- López, X. (Julio de 2013). *Universidad de Santiago de Compostela*. Obtenido de El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades: https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/9558/rep_540.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Maldonado, S. (2012). *ANALITICA WEB: MEDIR PARA TRIUNFAR*. ESIS.
- Manfredy, J., y Breiner, J. (2015). *Innovación y periodismo: emprender en la universidad*. España: Cuadernos Artesanos de la Comunicación - comité científico.
- Martínez, M., Serrano, J., Portilla, I., y Sánchez, C. (2019). La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online. *Revista científica de Educomunicación*, 19-28.
- Mata, L. (30 de julio de 2019). *Investigalia*. Obtenido de investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/disenos-de-investigaciones-con-enfoque-cuantitativo-de-tipo-no-experimental/#:~:text=Este%20es%20el%20caso%20de,ambiente%20natural%20para%20despu%C3%A9s%20analizarlos%E2%80%9D>
- Mendieta, Q. (2017). *Percepción del uso de blog como herramienta de comunicación alternativa para el ejercicio periodístico por estudiantes de V año de la carrera de Comunicación para el desarrollo de la Unan - Managua durante el II semestre de 2017*. Managua, Nicaragua: Tesis de Seminario de Graduación para optar al título de Licenciado en Comunicación para el desarrollo.
- Montes, J. (2020). *Grupo Emprende*. Obtenido de Grupo Emprende: <https://www.grupoemprende.mx/la-comunicacion-y-las-tics/>

Morales, F. (23 de abril de 2012). *ucipfg.com*. Obtenido de *ucipfg.com*:
https://www.ucipfg.com/Repositorio/MSCG/Practica_independiente/UNIDAD1/Tipos%20de%20investigaci%C3%B3n.docx

Navarro, L. (2013). Investigación del ciberperiodismo en América Latina. *Revista latinoamericana de comunicación*, 364-375.

Noguera, J. (2016). Metamedios y periodismo: revisión panorámica de los mejores cibermedios.

El profesional de la información, 341- 350.

Núñez, J. (2017). *Los métodos mixtos en la investigación en educación: hacia un uso reflexivo*.

Brasil: Cadernos de Pesquisa. Obtenido de
<https://www.scielo.br/j/cp/a/CWZs4ZzGJj95D7fK6VCBFxy/?format=pdf&lang=es>

Oficina de desarrollo de Telecomunicaciones. (2018). *Estudio de caso: El ecosistema digital y la masificación de las tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC's en Nicaragua*. Managua, Nicaragua: Oficina de desarrollo de Telecomunicaciones.

Orozco, K., Rivera, E. y Mendieta, J. (2019). *Propuesta de la validación para la creación del periódico digital universitario para fortalecer las habilidades y destrezas en temas de redacción periodística en los estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN- Managua, durante*. Managua: Tesis de seminario de graduación para optar la título de Licenciado (a) en comunicación para el desarrollo.

Paradigma. (2012). *Paradigma*. Obtenido de Paradigma:
<https://www.paradigmadigital.com/dev/web-4-0/>

Pardo, D. (05 de marzo de 2018). *GEEK TECNOLOGÍA*. Obtenido de GEEK TECNOLOGÍA:
<https://pandorafms.com/blog/es/la-web-4-0/>

Peñailillo, A. (noviembre de 2019). *Universidad de Chile*. Obtenido de Universidad de Chile:
<https://www.uchile.cl/noticias/159105/columna-en-tiempos-de-mucha-informacion-verifica-lo-que-compartes>

- Prándanos, E. (2012). *Reflexiones*. Obtenido de ¿Cuál es la diferencia entre Transmedia, Crossmedia, multiplataforma, merchandising y productos licenciados?: <https://eduardoprados.com/2012/03/02/cual-es-la-diferencia-entre-transmedia-crossmedia-multiplataforma-merchandising-y-productos-licenciados/#:~:text=%E2%80%93%20Crossmedia%3A%20consiste%20en%20extender%20una%20historia%20a,parte%20del%20relato%20y%20so>
- Rage, F. (2020). *StuDocu*. Obtenido de StuDocu: <https://www.studocu.com/es/document/universidad-del-pais-vasco/redaccion-ciberperiodísticas/apuntes/ciberperiodismo/9313364/view>
- Rivera, R., Carrión, G. y Córdova, J. (2016). Aporte de los usuarios en la construcción de contenidos digitales en los principales medios de comunicación de la comunidad Andina. *Revista Latina de comunicación social*, 1,131- 1,150.
- Rockcontent. (22 de mayo de 2019). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-hipervinculo/>
- Rojas, R. (2019). Observatorio de medios digitales: Una conexión entre la academia y los medios. *Revista de extensión universitaria de la UNAN-Managua*, 35-42.
- Romero, L., y Rivera, D. (2019). *La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y prospectivas*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Rus, E. (09 de diciembre de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de Investigación Explicativa: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html>
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos; bases teóricas para su clasificación. *Revista mediterránea de comunicación*, 24-25.
- Salaverría, R., y Cores, R. (2005). *Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/83559778.pdf>
- Salaverría, R., y Solórzano, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, España: Universidad de Ariel S.A.

Sánchez, W. (2011). *La usabilidad en ingeniería de software: Definición y características*.

Reporte de Investigación ING-Innovación.

Santamaría, P. (04 de mayo de 2016). *Nebbot Tecnología para las personas*. Obtenido de Nebbot Tecnología para las personas: <https://www.nobbot.com/general/que-es-la-web-4-0/>

Santos, D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf

Silva, Y. (05 de febrero de 2018). *slideshare.net*. Obtenido de Áreas de investigación : <https://es.slideshare.net/YoyaSilva/15-areas-de-investigacion>

Solís, M. (04 de Mayo de 2018). *Milenio*. Obtenido de Milenio: <https://www.milenio.com/opinion/mariela-solis/mujeres-con-proposito/las-redes-sociales-y-la-posverdad>

Tabares, R. (2014). El inicio de la Web: historia y cronología del hipertexto hasta HTML 4.0. *ArtefaCToS*, 57 - 82.

TECNOSFERA. (19 de diciembre de 2018). *El tiempo*. Obtenido de El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/fake-news-y-desinformacion-fueron-tendencia-en-el-2018-306742>

Torreblanca, F. (noviembre de 2020). *Marketing y Comunicación*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-crossmedia-marketing-ejemplos>

Trillo, M., y Alberich, J. (2019). Análisis y tipificaciones de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 367-375.

Vallejos, C. (2013). *EducaLAB*. Obtenido de EducaLAB: <http://educalab.es/intef/tecnologia/observatorio-tecnologico/cajon-desastre/infografias-y-competencia-digital>

- Vázquez, J., Negreira, M., y López, X. (2019). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de Comunicaciones*, 191 - 214.
- Velásquez, J. (2018). *Gestión de la información a través de las Tecnologías de la información y las comunicaciones para el fortalecimiento de las comunicaciones intercultural en URACCAN, 2018*. Managua, Nicaragua: Maestría internacional en Comunicación Intercultural con enfoque de Género, Master en Comunicación Intercultural.
- Vila De Prado, R. (2018). *La posverdad y la espiral del silencio*. Bolivia: Universidad Autónoma Gabriel René Moreno. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/racc/n24/n24_a02.pdf
- Villacrés, M. (2018). *La incidencia del ciberperiodismo y sus elementos de comunicación digital: Interactividad, Hipertextualidad y Multimedialidad en la plataforma digital del diario el telégrafo en el mes de enero de 2018*. Ambato, Ecuador: Maestría en Periodismo Digital, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.
- Warner, J., y Lastrebner, M. (30 de Mayo de 2017). *Fundación GABO*. Obtenido de Fundación GABO: 5 herramientas básicas para periodistas que incursionan en el mundo digital (fundaciongabo.org)
- Watlington, L. (2013). *Guía de periodismo en la era digital*. Washintong: Lideres digitales de ICFJ- internacional center for journalist.
- Wearecontent. (06 de 09 de 2020). *wearecontent Blog*. Obtenido de Tips-consejos- para-freelacers: <https://www.wearecontent.com/blog-comunidad/tips-consejos-para-freelacers/10-consejos-de-redaccion>
- Webempresa. (1 de Marzo de 2018). *Webempresa*. Obtenido de Webempresa: <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona-2.html>
- Zúniga, L., y Hopmann, C. (2013). *Los medios digitales: Nicaragua*. Managua, Nicaragua: Open Society Foundations.

ANEXOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista dirigida a los periodistas de canal 8; como parte de la recolección de datos para la realización de la presente tesis de seminario de graduación.

La presente entrevista busca recopilar información pertinente desde su opinión profesional en el área del Periodismo qué contribuya al Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción con los usuarios durante el primer semestre del 2021.

Para ello se ha elaborado previamente el presente instrumento de investigación:

Entrevistados:

Dalila Álvarez

Iliana Vázquez

Abrildalessy Quintanilla

Xochilt Espinoza

Jimmy Altamirano

Amanda Pérez

Tipo de entrevista: Estructurada.

Fecha: 02 de octubre, 2021

Lugar: Formulario de Google.

¿Cuál ha sido su evolución en la estructura de la nota periodística en el formato digital?

Respuesta Dalila Álvarez: En término de escritura ser concretos y seleccionar el contenido más importante para mantener el interés del lector.

Respuesta Iliana Vásquez: El periodismo ha sido objeto de cambios constantes desde sus inicios el contexto, la audiencia y el medio han sido los causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información en lo últimos años. Muchos medios en la actualidad han creado ediciones digitales lo que ha conseguido consolidarse satisfactoriamente en el panorama comunicativo. Medios radiales, de prensa escrita y televisivos buscan su espacio digital para conseguir lectores, seguidores y fanáticos de la noticia.

Respuesta Amanda Pérez: Hace un par de años, no se pensaba en las notas digitales, solo en las piezas televisivas, y veo que hay una mayor cobertura con el formato digital, es decir que llega a más personas de las que uno piensa.

Respuesta Abrildalessy Quintanilla: Con el pasar del tiempo la estructura periodística de las nota se ha vuelto más completa, ya que cada nota se sube a la web con menos errores permitiendo al lector mejor entendimiento.

Respuesta Xochilt Espinoza: Se ha implementado mantener una estructura de pequeños párrafos con lo esencia y relevante de la nota periodística para que a los usuarios tomen interés en estar informados con nosotros, así mismo se muestran imágenes acorde a la narración de la nota y mostramos enlaces de notas relevantes que les pueda interesar leer.

Respuesta Jimmy Altamirano: El mayor cambio ha sido la extensión de las notas informativas, que ahora se exigen como mínimo de 300 palabras. Anteriormente el mínimo era de 200 palabras y mucho antes no existía un mínimo ni un máximo, todo tenía que ver con la importancia de la información. Otro cambio ha sido la inmediatez y brevedad, en el caso de la publicación en las redes sociales. Por ejemplo, en la actualidad se debe enviar en el instante un lead acompañado de fotos y videos de cualquier cobertura.

¿Cuáles son los retos o desafíos de los periodistas para adaptarse al periodismo digital?

Respuesta Dalila Álvarez: En el caso de los periodistas de TN8 ninguno, considero porque, de hecho es una de las plataformas digitales más completa y actualiza en contenido.

Respuesta Amanda Pérez: Para ser parte de la era digital deben producir y compartir información o noticias más allá de los que hasta hoy han venido realizando a través de sus medios digitales sin caer en las noticias falsas aprovechando la popularización del internet.

Respuesta Iliana Vázquez: Debes de ir experimentando nuevos retos, adaptarte a los mismos, y el nuevo periodista debe de estar claro que se está en una nueva era del periodismo digital y hay que aprovecharlo.

Respuesta Abrildalessy Quintanilla: La manera de redactar, ya que escribir para televisión es muy diferente a la forma de redactar para web, porque en el área digital se debe de escribir de manera que atraiga y atrape al lector con la noticia.

Respuesta Xochilt Espinoza: El mayor reto es interesarse por lo digital, renovarse, ya que en años atrás se estaba acostumbrado a leer periódicos, pero hoy en día tenemos la información de primera mano en las diferentes plataformas de manera instantánea y masiva; lo mejor de todo con interacción de ideas con diferentes personas.

Respuesta Jimmy Altamirano: Los retos son muchos, ya que muchos no somos nativos en el mundo digital. El principal creo que es un mayor manejo de las redes sociales y el estar presto a los constantes cambios, porque cada plataforma tiene un diferente formato y diseño. El reto es hacer atractiva la información, porque las nuevas generaciones no pierden mucho tiempo leyendo. Mientras más breve y contundente el mensaje es mejor.

¿Cuál es la diferencia de ser un periodista convencional a ejercer periodismo para las plataformas digitales?

Respuesta Iliana Vázquez: Las diferencias sustanciales son los formatos y canales que se utilizan para desarrollar la labor.

Respuesta Dalila Álvarez: Un periodista digital no tiene las mismas características que un convencional. El periodista continúa siendo periodista, es decir, cambiamos de entorno pero nuestras competencias esenciales deben ser las de siempre: informar y comunicar. Nuevas funciones, misma esencia.

Respuesta Amanda Pérez: Adquirís más conocimiento con el periodismo digital y tu reporte perdurará en el tiempo, mientras que el periodismo convencional, solo te limitabas a elaborar una pieza que solo se miraba una vez por la televisión. Así que es una gran ventaja para el comunicador practicar el periodismo digital.

Respuesta Abrildalessy Quintanilla: Una de las diferencias es que en el periodismo digital el periodista mejora su redacción, aprende a editar las piezas que crea en web y al crear contenido tiene la posibilidad de viralizar su nota, permitiendo que está quede durante mucho tiempo en la web y en el periodismo convencional no siempre mejora su ortografía y su manera de escribir, crea solo una pieza y no tiene tantas posibilidades de tener la oportunidad de viralizar o hacer que su nota permanezca por tanto tiempo.

Respuesta Xochilt Espinoza: El periodismo convencional era informar a la población, era el pensamiento de los periodistas. Ahora el periodismo digital se espera la reacción de las personas, opiniones. Además que en estos tiempos el periodismo digital tiene mayor alcance y en cuestiones de segundos una nota periodística puede hacerse viral, en este tiempo la información es más fluida e instantánea.

Respuesta Jimmy Altamirano: El periodista convencional se conforma con divulgar en los medios tradicionales la noticia. Pero el periodista de plataformas digitales tiene un mayor reto porque debe crear contenido breve, atractivo y acorde a las distintas plataformas para llegar a públicos específicos. El periodista de plataformas digitales debe estar constantemente actualizando sus conocimientos, al mismo ritmo que surgen nuevos espacios de comunicación.



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista dirigida al jefe de área de redes del medio Telenica canal 8; como parte de la recolección de datos para la realización de la presente tesis de seminario de graduación.

La presente entrevista busca recopilar información pertinente desde su opinión profesional en el área del Periodismo qué contribuya al Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción con los usuarios durante el primer semestre del 2021.

Para ello se ha elaborado previamente el presente instrumento de investigación: Tipo de entre vista: Estructurada.

Fecha: 02 de octubre, 2021

Lugar: Formulario de Google.

Cargo que desempeña: Jefe de área de redes del medio Telenica canal 8

Entrevistado: Rafael Lechado.

¿Hace cuánto se creó el área de redes y cómo surgió?

Respuesta Rafael Lechado: Hace 9 años, surge como una necesidad de ampliar el aparato informativo de Crónica TN8

Desde el surgimiento del área web ¿Cuáles han sido los cambios y transformaciones que han ocurrido?

Respuesta Rafael Lechado: Desde cantidad de personas que ven el área, subiendo casi un 200% desde su inicio, hasta el tamaño de la oficina y por supuesto cambios de CMS con el fin de tener una web de mejor capacidad para que el usuario tenga una experiencia satisfactoria

Desde su perspectiva ¿Cuáles son los retos o desafíos que presentan los periodistas de canal 8 que trabajan en el área de redes?

Respuesta Rafael Lechado: El saber estar actualizado con las tendencias digitales, el poder detectar la mejor forma de aplicar esos conocimientos a la práctica del día a día.

¿Qué importancia tiene la interfaz de la web para generar interactividad con las audiencias?

Respuesta Rafael Lechado: Es muy importante, sin una interfaz adecuada la web se hace poco presentable y para competir se necesita tener algo que se vea bien y además que sea práctico.

¿Qué herramienta utilizan en la producción, promoción y divulgación de las notas periodísticas web?

Respuesta Rafael Lechado: Sitios web como Contador de Palabras, hasta software como Photoshop, a veces Final Cut para videos

¿Qué otra plataforma digital genera tráfico de contenido hacia el sitio web?

Respuesta Rafael Lechado: Facebook es el que principalmente atrae visitas al sitio web.

¿De qué manera se adapta el periodista al manejo de herramientas de producción multimedia?

Respuesta Rafael Lechado: A través de capacitaciones, de práctica con el propio sitio web y acostumbrarse al ritmo de trabajo.

¿Qué programas y aplicaciones usan para medir la interactividad?

Respuesta Rafael Lechado: Google Analytics y Google Search Console

¿Cuál es el posicionamiento del sitio web con respecto a los demás medios nacionales?

Respuesta Rafael Lechado: Actualmente estamos como en tercer lugar de medios de noticias, de Nicaragua, más vistos en el país.

¿Cuál ha sido el aporte del área de redes a las demás áreas del canal?

Respuesta Rafael Lechado: Interacción, organización, inmediatez para que las noticias salgan lo más rápido posible



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Entrevista dirigida a los editores web del área de redes de canal 8; como parte de la recolección de datos para la realización de la presente tesis de seminario de graduación.

La presente entrevista busca recopilar información pertinente desde su opinión profesional en el área del Periodismo qué contribuya al Análisis de las tendencias del ciberperiodismo en el sitio web de Telenica canal 8: Evolución de su modelo informativo y proceso de interacción con los usuarios durante el primer semestre del 2021.

**Para ello se ha elaborado previamente el presente instrumento de investigación:
Entrevistados:**

Valeria Miranda

Geovanny Barrera

Jacqueline Mora

Karleydi Zeledón

Tipo de entrevista: Estructurada.

Fecha: 02 de octubre, 2021

Lugar: Formulario de Google.

¿Cuánto tiempo tiene de laborar en el área de redes?

Respuesta Valeria Miranda: 3 años y 4 meses.

Respuesta Geovanny Barrera: 4 meses.

Respuesta Jacqueline Mora: 6 meses.

Respuesta Karleydi Zeledón: 2 años.

¿Cómo ha sido la experiencia de trabajar en el área de edición web?

Respuesta Geovanny Barrera: Muy buena.

Respuesta Jacqueline Mora: Es una experiencia única que lleva a aprender más sobre la edición web.

Respuesta Valeria Miranda: Muy productiva.

Respuesta Karleydi Zeledón: Mucho aprendizaje y darme cuenta que me faltaba un montón en ortografía y gramática.

¿Qué importancia poseen los hipervínculos y multimedialidad en la creación de contenido web?

Respuesta Jacqueline Mora: Ayuda a tener más tráfico para tu portal web.

Respuesta Valeria Miranda: Para mí llevar a tener una importancia para así llevar otro tipo de información de otro tema o del mismo dentro del mismo contenido web.

Respuesta Karleydi Zeledón: Para hacer que el SEO de Google posicione más la nota en las búsquedas

Respuesta Geovanny Barrera: ABSTINECIA

¿Cuáles son los puntos fuertes que debe poseer un periodista digital?

Respuesta Jacqueline Mora: Ser ágil para llevar la información a sus seguidores, para ganar credibilidad

Respuesta Valeria Miranda: Estar actualizado, Dominar redes sociales, Trabajar en equipo. Respuesta Geovanny Barrera: Redacción, manejo de redes sociales.

Respuesta Karleydi Zeledón: Redacción, criterio, agilidad.

¿Cuál es el modelo informativo que utiliza canal 8, para la creación y redacción de sus notas periodísticas?

Respuesta Valeria Miranda: Un modelo informativo plano.

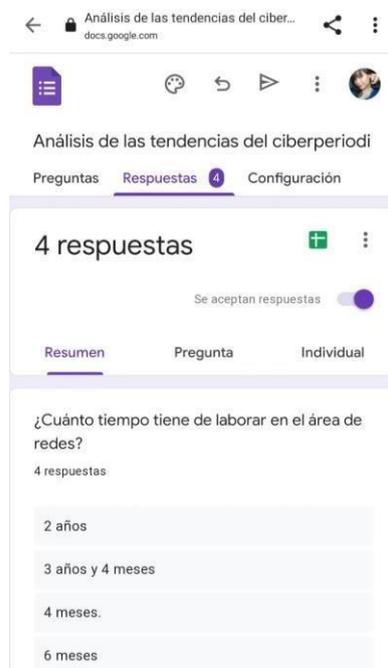
Respuesta Jacqueline Mora: Es un modelo juvenil para la redacción de sus notas.

Respuesta Geovanny Barrera: Veracidad.

Respuesta Karleydi Zeledón: ABSTINENCIA

Fotografías

Instrumento a editores web del sitio web de canal 8



← docs.google.com

Análisis de las tendencias del ciberperiodo

Preguntas Respuestas 4 Configuración

4 respuestas

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

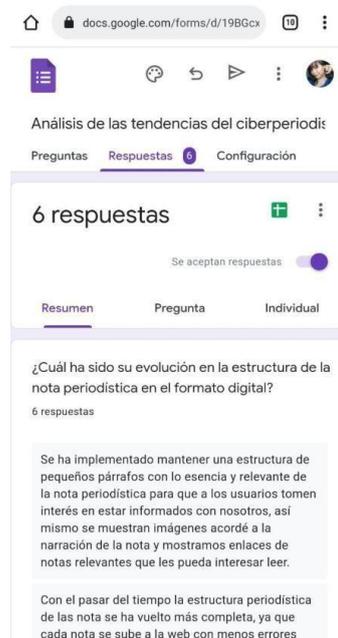
¿Cuánto tiempo tiene de laborar en el área de redes?

4 respuestas

- 2 años
- 3 años y 4 meses
- 4 meses.
- 6 meses

Ilustración 31 Captura de evidencia de aplicación de Instrumento

Instrumento aplicado a Periodistas de Telenica TN8



docs.google.com/forms/d/19BGcx

Análisis de las tendencias del ciberperiodo

Preguntas Respuestas 6 Configuración

6 respuestas

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

¿Cuál ha sido su evolución en la estructura de la nota periodística en el formato digital?

6 respuestas

Se ha implementado mantener una estructura de pequeños párrafos con lo esencia y relevante de la nota periodística para que a los usuarios tomen interés en estar informados con nosotros, así mismo se muestran imágenes acorde a la narración de la nota y mostramos enlaces de notas relevantes que les pueda interesar leer.

Con el pasar del tiempo la estructura periodística de las nota se ha vuelto más completa, ya que cada nota se sube a la web con menos errores

Ilustración 32 Instrumento a periodistas de TN8 Fuente: Formulario de Google, 2021

Instrumento aplicado al jefe de área Rafael Lechado



Ilustración 33 Instrumento aplicado al Jefe de área de redes de TN8, 2021

Índice de las ilustraciones

Ilustración 1 Captura de pantalla de la nota periodística 04/01/2021	Fuente: TN8.....	61
Ilustración 2 Captura de pantalla Nota periodística 04/01/2021	Fuente: TN8	63
Ilustración 3 Captura de pantalla 10/03/2021	Fuente: TN8.....	68
Ilustración 4: Captura de pantalla Hipervínculo externo	Fuente: TN8.....	70
Ilustración 5 Captura de pantalla Etiquetas e iconos	Fuente: TN8.....	70
Ilustración 6 Captura de pantalla 08/04/2021	Fuente: TN8	72
Ilustración 7 Captura de pantalla Telemundo	Fuente: TN8	72
Ilustración 8 Captura de pantalla Foto sin autoría y pie de foto	Fuente: TN8.....	73
Ilustración 9 Captura de pantalla 21/05/2021	Fuente: TN8.....	75
Ilustración 10 Captura de pantalla	Fuente: TN8	76
Ilustración 11 Capturas de pantalla	Fuente: TN8.....	76
Ilustración 12 Captura de pantalla 05/06/2021	Fuente: TN8	78
Ilustración 13 Captura de pantalla	Fuente: TN8.....	79
Ilustración 14 Captura de pantalla	Fuente: Sitio web TN8	83
Ilustración 15 Captura de pantalla	Fuente: sitio web TN8	85
Ilustración 16 Captura de pantalla	Fuente: Sitio web TN8.....	86
Ilustración 17 Captura de pantalla Plantilla Wordpress	Fuente: Wordpress TN8	87
Ilustración 18 Captura de pantalla	Fuente: Plantilla de Wordpress.....	87
Ilustración 19 Captura de pantalla	Fuente: Plantilla de Wordpress	88
Ilustración 20 Captura de pantalla	Fuente: TN8	88
Ilustración 21 Modelo Informativo	Fuente: Plantilla Wordpress TN8.....	89
Ilustración 22 Exceso uso de Keywords o negritas	Fuente: Tn8.....	92
Ilustración 23 Captura de pantalla	Fuente: Youtube Tn8.....	93
Ilustración 24 Captura de pantalla	Fuente: Twitter ¡Error! Marcador no definido.	
Ilustración 25 Captura de pantalla	Fuente: Twitter TN8.....	94
Ilustración 26 Captura de pantalla Yoast SEO premium	Fuente: SEO GOOGLE TN8.....	95
Ilustración 27 Yoast SEO Premium	Fuente: SEO Premium TN8	96
Ilustración 28 Editor web	Fuente: Fotografía de Bismarck Lugo, 2021	97
Ilustración 29 Captura de pantalla Inicio	Fuente: Sitio Web TN8	98
Ilustración 30 Captura de pantalla versión Móvil	Fuente: Sitio Web TN8, 2021	99
Ilustración 31 Captura de pantalla Analytics TN8.tv		101
Ilustración 32 Captura de evidencia de aplicación de Instrumento		129
Ilustración 33 Instrumento a periodistas de TN8	Fuente: Formulario de Google, 2021	129
Ilustración 34 Instrumento aplicado al Jefe de área de redes de TN8, 2021		130