

*Universidad de San Andrés
Maestría en Periodismo (MAEP-Clarín)*



**Adecuación e influencia de los portales digitales de información general en
República Dominicana**

*Los diarios electrónicos como espacios de ejercicio del periodismo digital en la
República Dominicana desde junio hasta agosto de 2010 (estudio de caso: Listín Diario,
Diario Libre y Clave Digital)*

*Tesis de postgrado para optar por el título de:
Magíster en Periodismo*

Sustentado por:
Linda Cristel Valdez Zambrano

Asesora:
Eugenia Mitchelstein

*Los conceptos
expuestos en la
presente investigación
es responsabilidad de
la sustentante*

Buenos Aires, Argentina
Julio de 2011

The logo of the University of San Andrés is centered in the background. It features a shield with a white saltire (X-shape) on a grey background, flanked by two stylized thistle-like flowers with spiky leaves.

**Adecuación e influencia de los portales digitales
en República Dominicana**

Universidad de
San Andrés

Índice

AGRADECIMIENTOS	4
INTRODUCCIÓN.....	14
ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	20
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	39
<i>A) Planteamiento del problema:</i>	39
<i>B) Delimitación del problema:</i>	45
<i>C) Preguntas de investigación:</i>	46
<i>D) Fundamentación de la investigación:</i>	47
CAPÍTULO II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
<i>A) General:</i>	54
<i>B) Específicos:</i>	54
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	55
<i>A) Tipo de investigación:</i>	55
<i>B) Métodos de la investigación:</i>	56
<i>C) Características de la muestra:</i>	58
<i>D) Técnicas o instrumentos de investigación:</i>	60
<i>E) Procedimiento de investigación:</i>	62
PARTE II	63
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS.....	64
<i>A) Historia y tabla de criterios (hallazgos):</i>	65
<i>B) Resultados de la encuesta a los 50 periodistas y editores de los tres medios evaluados:</i>	79
CAPÍTULO V: LOGRO DE OBJETIVOS DE LOS HALLAZGOS	90
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	97
CAPÍTULO VII: ESTABLECIMIENTO DE UN PORTAL DIGITAL	107
CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES	108
CAPÍTULO IX: BIBLIOGRAFÍA	110
PARTE III.....	120
APÉNDICE	121
GLOSARIO DE TÉRMINOS	125
CALENDARIO DE ACTIVIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	131
ANEXO	137

Agradecimientos

A Dios, el dador de sueños. Gracias por recorrer conmigo este camino; iluminaste mi sendero con tu luz, sabiduría y eterno amor. Me sorprendes y bendices en todo lo que me propongo; pones de tu gracia para que salga victoriosa. Te alabo por tu milagrosa obra en mi vida. Cada día me sorprende de tu poder; estoy segura que agarrada de tu mano nunca transitaré por veredas torcidas. Gracias porque los pensamientos que tienes para mí son de bien. Eres testigo de lo difícil que fue separarme por primera vez de mi familia y lanzarme a las aguas de la vida en busca de mayor conocimiento y experiencia. En verdad, crecí y me siento orgullosa del carácter que formé en Buenos Aires, Argentina. Hubiese sido imposible poder terminar este postgrado sin tu ayuda y guía espiritual. Sé que me moviste a esta tierra por un propósito y lo cumplí gracias a ti. Todas mis metas, anhelos y sueños están en tus gloriosas manos.

A mi mami Linda, mujer de oración y fe. No tengo palabras para expresarte lo que significaste para mí en este período de crecimiento profesional y emocional. Estoy segura que esas oraciones llegaron al cielo y conmovieron el corazón del señor. Siempre me alientas a seguir adelante; a ir tras mis sueños. Es curioso, pero nunca he escuchado de ti una palabra de desaliento o derrota. Eres una guerrera moderna. Cuando me sentía desmayar, me infundías fe. Gracias por respaldar este posgrado y apoyarme en todo. Agradezco que siempre estés disponible para mí; gracias por hacerlo todo más fácil. Eres la mejor madre del mundo. Te quiero mucho.

A mi papi querido, Fernando, mi lumbrera en la oscuridad. Eres mi fuerza y motor. Representas un gran ejemplo de perseverancia y éxito. Eres una persona especial; tu generosidad es un gran legado para todas tus hijas. Y, no te lo he dicho, pero tu hermosa sonrisa ilumina a todos los que estamos a tu alrededor. Siempre me haces reír y me alientas a levantarme cada vez que caigo. Gracias por respetarme, por ser mi amigo y por darme la libertad de ser. Te quiero mucho.

A mis hermanas, Ferlinda y Noelys. No sé qué haría si no las tuviese en mi vida. Por este postgrado, tuve la oportunidad de vivir con mi hermosa Noe en Buenos Aires. Tuvimos momentos de aprendizaje y momentos de diversión absoluta. Pero en verdad me tengo que quitar el sombrero y darte las gracias por tu dominio propio, paciencia y amor. Te agradezco que me hayas orientado y ayudado en esta etapa. Fer, eres muy útil. Nunca olvidaré esas llamadas de motivación y aliento. Gracias por esas orientaciones y consejos que fueron mi pan diario cuando más necesitaba de un bálsamo para suplir un poco el estar lejos. Las admiro, porque son unas soñadoras; bellas jóvenes del señor.

A mis abuelitas, Chela y Tatica. Gracias por siempre estar en todo; son útiles para nosotros. Son mujeres de valor, trabajadoras e inteligentes. Nos hacen sentir afortunados y repletos de amor. Las amo mucho.

A mi madrina Ivonne Aristy y mi tía Liquita. Gracias por estar siempre a mi lado en cada momento; siempre están pendientes de esta sobrina que tanto las quiere y admira. Les agradezco todo el apoyo y cariño.

A mi tío y pastor Nelson Zambrano. Gracias por su cobertura espiritual a través de sus oraciones; sin la ayuda de Dios hubiese sido imposible alcanzar esta meta, porque si Dios no edifica la casa en vano trabajan los que la construyen. Usted ha sido de gran bendición para mi vida.

A mis amigas Zahory, Melissa y Kathy. Mujeres, gracias por su amor y amistad. Cada una es especial y ocupa un lugar en mi corazón. Espero que nuestra amistad crezca con el transcurrir del tiempo. Son muy valiosas para mí.

A mi amiga y hermana en Cristo Melisa Porrini. Gracias por ser el instrumento que Dios utilizó para bendecirme. Me alentaste a seguir adelante y a amar a los demás. Tu alegría y risa me contagiaron de vida. Te quiero mucho. Dios te bendiga.

A mi amigo, Marcos Porrini. Gracias por tu hermosa, genuina y desinteresada amistad. Estoy segura que Dios te usará grandemente. Te quiero mucho.

A María de los Ángeles, la bella y dulce. Te agradezco tus consejos y tu ayuda invaluable durante el tiempo que estuve en Buenos Aires. Me brindaste un amor puro y sincero. Que Dios te bendiga grandemente y te conceda los deseos de tu hermoso corazón.

A mis amigas Estela Hebe Tomassetti, Carmen Magaly, Silvana Avellaneda, María Elena Harrington, así como a mis compañeros de maestría. Gracias por estar pendiente de este proyecto, por su amor y aprecio.

A mi asesora, Eugenia Mitchelstein. Gracias por acceder a emprender este proyecto conmigo y transmitir tus conocimientos con constancia. Fue un placer compartir este período de trabajo.

Todos ustedes, los antes mencionados, colaboraron -aunque sea con una palabra de aliento- para que este anhelo se convirtiera en una realidad. Muchas gracias por influir en mi vida. Que Dios los bendiga.



Linda C. Valdez Zambrano

Universidad de
San Andrés

Resumen

El impacto de las nuevas tecnologías representa un cambio en los procesos tradicionales de acceso y difusión de la información. Por ello, se han creado modelos y plataformas comunicativas como los portales digitales. El contexto actual es fruto de un proceso evolutivo desarrollado a lo largo de las últimas décadas. Internet llegó para cambiarlo todo. Desde el auge de la red, el Periodismo no ha vuelto a ser el mismo. Las empresas periodísticas extienden su negocio editorial en Internet, dando respuesta al crecimiento que experimenta este nuevo mercado informativo. Según Pavlik (2001), la convergencia y las salas de redacción multimedia son cada vez más parte del vocabulario del periodismo contemporáneo.

Este estudio investigó sobre la adecuación e influencia de los sitios digitales de información general de la República Dominicana para identificar el grado de presencia de los elementos del periodismo electrónico en tres diarios *online* (*Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*). El período de investigación comprendió desde junio hasta agosto de 2010. Tenemos en cuenta que estos tres periódicos no representan por sí solos a todas las ediciones digitales del país, y tampoco es lo que se pretende. Pero al mismo tiempo son las ediciones digitales más visitadas, con mayor número de lectores y con suficientes recursos para experimentar con nuevas formas de estructuración de las noticias de actualidad. De hecho, y es comúnmente aceptado, son las cabeceras de referencia en periodismo digital y -en último término- son las que marcan la pauta que sigue el resto de las ediciones digitales.

La era de la información le abre nuevos retos al Periodismo. En consecuencia, se consideró importante revisar y analizar la dinámica laboral e informativa de los sitios *online*. Los resultados mostraron que a pesar de que la mayoría de los portales dominicanos realizan grandes esfuerzos para integrar las nuevas tecnologías a su proceso de producción noticiosa, la República Dominicana tiene unos 10 años de retraso en materia de periodismo electrónico en comparación con los grandes diarios en línea de Hispanoamérica, como Clarín, La Nación, BBC, El Mundo, El País, entre otros. En 2008 los tres periódicos estudiados empezaron a tener un mayor interés en desligar la edición digital de la impresa.

Según los resultados del análisis, la fotografía se emplea a color salvo en contadas ocasiones que aparece en blanco y negro por exigencias del contenido. El vídeo siempre aparece a color. La presencia del vídeo es escasa en comparación con la fotografía. Pero se demuestra que hay una apuesta más decidida por el vídeo. Algunos elementos como la cabecera, los motores de búsqueda y los menús de navegación pueden considerarse elementos fijos. De su lado, las noticias se estructuran mediante la combinación de hasta doce elementos de diseño. De los elementos que componen las noticias se han podido identificar cinco que son propios: la hora de publicación, los comentarios, los enlaces, las infografías animadas y los vídeos. Llama la atención el reducido uso de las ilustraciones y las infografías en la portada. *Clave Digital* es el único que utiliza las animaciones o infografías digitales; fue uno de los primeros diarios *online* en incorporar audios, fotogalerías, vídeos propios, enlaces internos y externos, así como noticias relacionadas. Se reveló también que el color más empleado por los portales (sin

contar el blanco del fondo y el negro del texto) es el azul. Hay gran homogeneidad del diseño y la existencia de unos rasgos comunes que pueden considerarse reglas generales.

Parecería que los diarios digitales del país no acaban de afrontar el reto de Internet. La mayoría de los periodistas dicen no tener un entrenamiento específico. De igual manera, los sitios en línea más avanzados pertenecen a los grandes grupos de comunicación. Los portales se encuentran en un nivel básico de desarrollo de los productos y servicios. La investigación concluyó además que los sitios en línea tienen un tiempo de actualización promedio de 45 minutos. Detienen su flujo informativo en la madrugada, horas en las que cuelgan sus ediciones impresas. Las ediciones impresas son ofrecidas de manera gratuita, con excepción del *Listín Diario*. Los medios dominicanos deberían mejorar su rutina de actualización en la noche y en la madrugada.

Los informes especiales, las ediciones regionales, los *weblogs* y las fotogalerías son elementos que se están comenzando a incorporar en los cibermedios. Por otro lado, el ocio es una vía parcialmente novedosa, especialmente los juegos, el humor, el horóscopo, los archivos de vídeos y los concursos. De los analizados, el portal más completo en este aspecto es el *Listín Diario*. Cabe resaltar que el desarrollo de los dispositivos móviles con acceso a Internet y su auge en el país en el último año provocó que todos los diarios electrónicos cuenten con ediciones para teléfonos inteligentes. Asimismo, comprobamos que los cibermedios tienen foros, cartas de los lectores, contactos, debates, votaciones y encuestas para incentivar la participación. *Listín Diario* es el único que emplea los encuentros digitales. Mientras que *Clave Digital* tiene uno de los principales foros e incentiva las cartas de los lectores.

Desde la aparición de las primeras ediciones digitales en la República Dominicana (1998) hasta este momento (2010), podríamos distinguir tres fases: la información es una copia exacta de la edición impresa (1998-2005); empiezan a introducirse, aunque tímidamente, elementos multimedia (2005-2008), y se desarrollan estructuras hipertextuales, versiones para teléfonos inteligentes y redes sociales (2009-2010). Pero todavía la mayoría de los diarios *online* están estancados en la primera o segunda fase.

Esta investigación se efectuó en un universo tecnológico en continuo movimiento y cambio. El análisis se realizó mediante la observación de las características de los ciberperiódicos dominicanos en el contexto de la convergencia digital. Para ello, se evaluó el diseño, así como los recursos que integran al periodismo digital. El método empleado se fundamenta en la observación empírica y comparada. Tras una exhaustiva revisión bibliográfica, se percibe una escasa profundización en la identificación, definición y clasificación de los elementos del periodismo digital. Ante esta realidad, seleccionamos la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad como los principales rasgos de este ejercicio. Un estudio de la Universidad de Stanford, en Estados Unidos, sobre los aspectos que influyen en la credibilidad de los sitios digitales concluyó que los factores que más valoran las audiencias son la calidad del diseño y la estructura visual de la página (Fogg, Soohoo & Danielson, 2002).

Los procesos de producción informativa en Latinoamérica han sufrido grandes transformaciones a causa de los adelantos tecnológicos. Unos 85 millones de usuarios de Internet dan cuenta del crecimiento de la región, donde más de la mitad de los internautas navegan todos los días (Jiménez, 2007). El Periodismo enfrenta grandes retos: adaptar los

contenidos a múltiples formatos, actualizarlos durante un tiempo más rápido y mantener informada a una audiencia global que incrementa su consumo de las ediciones digitales (Hernández, 2006).

Según Barrios (2007), la facilidad para redactar las noticias y, al mismo tiempo, el gran potencial de información disponible en Internet alteró las rutinas profesionales de los periodistas. Por otro lado, estudios sobre el contenido de la prensa en *web* revelaron que en el 61 por ciento de los casos las noticias son las mismas de la edición impresa (El Tiempo, 2007). Este proyecto investigó hasta qué punto la prensa dominicana estaría aprovechando las fortalezas de los medios digitales y pretendió contribuir a la comprensión del periodismo digital, fenómeno que cambia la relación de la audiencia con los productores de noticias. Ofrece un análisis de la literatura profesional y académica en Europa, Latinoamérica y Estados Unidos.

Se requiere destacar que la participación con la audiencia todavía es limitada en los sitios digitales del país. Por tanto, consideramos pertinente llevar a cabo un análisis que midiera el uso de los recursos multimedia, informativos e interactivos, a fin de comprobar la insuficiente evolución histórica del periodismo digital en la República Dominicana. El proceso de observación permitió definir el insuficiente grado de desarrollo en el que se encuentran los diarios en línea. En una primera instancia se evaluaron los componentes de los portales a través de tablas. Posteriormente, se analizaron los resultados obtenidos desde la óptica de la estrategia que se pretende perfilar para rentabilizar estos nuevos sistemas de comunicación, ya que la clave del éxito está en tener un plan de negocio realista, claramente enfocado hacia el cliente y con un modelo de financiación sostenible.

En la actualidad, se incrementan los elementos adyacentes a la información, pero ésta sigue procediendo de la edición impresa. Aunque si bien es cierto que se constata un consciente interés por renovar la estructura de las noticias para su difusión en Internet, todavía no se aprecia ningún cambio considerable que vaya más allá de la incorporación de enlaces relacionados y algunos retoques ocasionales en los titulares.



Introducción

Este proyecto de investigación científica tiene como objetivo identificar la presencia de elementos del periodismo electrónico en tres diarios *online* de información general de la República Dominicana (*Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*) desde junio hasta agosto de 2010, con el fin de analizar y describir el periodismo digital que se realiza en ese país y contribuir a la realización futura de una investigación más profunda sobre esta temática.

Los sitios digitales de noticias son agentes de desarrollo de la esfera pública y de la llamada “Sociedad de la Información”. Albornoz (2007) expresa que la prensa tradicional se encuentra en una crisis de credibilidad, cuyo efecto es el cuestionamiento de la imparcialidad con la que se presentan las informaciones. De forma simultánea, el negocio periodístico ha tenido que adaptar sus contenidos al surgimiento de herramientas digitales, a través de las cuales la ciudadanía puede transmitir sus puntos de vista en referencia al acontecer político, social, económico o cultural de su comunidad.

El estancamiento en el número de lectores y la crisis del modelo de negocio de la industria de diarios complican la supervivencia económica de los medios tradicionales en la República Dominicana. Por ello, el *Listín Diario* y el *Diario Libre* ven en la red una oportunidad para captar nuevos lectores y registrados, especialmente jóvenes. Los directivos de estos medios aprovechan también esta coyuntura para lanzar ediciones digitales que incorporan algunos rasgos del ciberperiodismo. Este modelo de negocio ejecutado por estos canales de información se propone aumentar la rentabilidad a partir de la diversificación de sus productos y servicios. Por otro lado, *Clave Digital* vio en la

web la plataforma ideal para lanzar una propuesta periodística innovadora y moderna basada en la investigación, el uso de los elementos multimedia y la crítica a las ejecutorias del Gobierno. Representó el primer diario de naturaleza digital en el país. Durante la etapa de investigación y recolección de datos, *Clave Digital* cesó sus operaciones, lo que demuestra la vulnerabilidad del periodismo electrónico dominicano.¹

Los elementos que se evalúan en los sitios (*Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*) son: la multimedialidad, para las editoras periodísticas supone la posibilidad de integrar en un mismo soporte todos los formatos (texto, audio, fotografías, animaciones, entre otros); la hipertextualidad, para acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces, y la interactividad, un concepto que remite a la idea de que los miembros de la audiencia pueden iniciar y desarrollar acciones de comunicación. Se evalúan también los contenidos informativos, aquellos que forman parte de la cabecera *online*, y los servicios al lector. Albornoz (2007) y Cebrián Herreros (2006), especialistas en herramientas digitales, aseguran que estos elementos son los que caracterizan el ejercicio del periodismo digital, especialmente en América Latina y el Caribe.

¹ *Clave Digital* cesó sus operaciones el 4 de agosto de 2010 tras recibir presiones políticas, enfrentar amenazas a sus principales directivos y superar graves problemas económicos, debido a la publicación de un reportaje en el que se revelaba una supuesta amistad del jefe de la Policía Nacional de entonces con el español acusado de narcotráfico Arturo del Tiempo.

Este proyecto estudia el comportamiento y las características de los productos noticiosos de estos tres portales digitales, ya que constituyen una de las principales fuentes de contenidos en la República Dominicana. En este sentido, Internet brinda a las editoras de prensa que sufren bajas tasas de lectoría la posibilidad de ofrecer nuevos contenidos, tanto textuales como audiovisuales, con los que narrar la realidad informativa. La prensa digital cuenta con herramientas de participación (interactividad) con las que se fortalecen las relaciones con las audiencias. Ante la creciente necesidad de los lectores de contar lo que ocurre en su entorno, los medios locales han tomado la decisión de invertir más recursos en redes sociales y en multimedia. Pero aún los esfuerzos no son suficientes.

Esta investigación se fundamenta en el análisis individual y comparativo del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*, pertenecientes a los principales grupos mediáticos de la República Dominicana.² Considerando la gran cantidad de diarios presentes en la red, tanto los derivados de ediciones impresas como los concebidos para Internet, hemos seleccionado los dos principales diarios de información general (*Listín Diario* y *Diario Libre*), entendidos como aquellos que presentan una mayor cantidad de visitantes únicos y páginas visitadas por día. Así lo revelan los registros estadísticos de la firma Certifica y Google Analytics, que maneja el Departamento de Tecnología del *Listín Diario* y el *Diario Libre*, los cuales son también los dos diarios impresos con mayor índice de lectoría y publicidad. Asimismo, se incluyó a *Clave Digital* por la importancia

² En 2005, el mercado publicitario impreso en el país estaba liderado por el *Diario Libre* con un 29 por ciento, el *Listín Diario* con un 25 por ciento, el periódico Hoy con el 13 por ciento, El Nacional con un 12 por ciento, El Caribe con un 11 por ciento, El Día con un 9 por ciento y *Clave Digital* (a un año de su fundación) con un 1 por ciento, según el Departamento de Investigación de Mercados de la publicitaria Forcadell.

que tiene este portal como el primer proyecto de naturaleza digital en el país (17 de marzo de 2004), así como por su incidencia social y política.³

Este estudio combina dos métodos de recolección de datos: el análisis de contenidos de los tres portales para identificar los elementos del periodismo electrónico, así como una encuesta a 50 editores y redactores de estas empresas mediáticas para revelar la dinámica de trabajo y el uso que dan las redacciones a los recursos electrónicos. Se requiere comprender también las motivaciones e interpretaciones de los actores que incorporan a diario estas nuevas herramientas. La investigación está constituida por dos bloques fundamentales: la primera parte contiene el anteproyecto con la delimitación del problema, las preguntas de investigación, la fundamentación del problema, los objetivos y el marco metodológico. Mientras que la segunda parte cuenta con el análisis de los datos obtenidos tras la aplicación de la encuesta (tabulaciones, gráficos y evaluación de los hallazgos), el logro de los objetivos, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía. Cabe resaltar que también se cuenta con un tercer apartado con el apéndice y el anexo.

Esta investigación revela que el país caribeño todavía se encuentra en una primera etapa en la incorporación de las nuevas herramientas tecnológicas en los portales digitales. Se podría decir que la República Dominicana tiene unos 10 años de retraso en materia de periodismo digital en comparación con otros países de América Latina. Las empresas periodísticas invierten pocos fondos en los recursos multimedia y las

³ *Clave Digital* y el semanario *Clave* representan uno de los principales medios de denuncia de la República Dominicana. Se caracterizan por denunciar actos de corrupción, abusos migratorios, clientelismo político y complicidad de las autoridades dominicanas con el narcotráfico. Sus reportajes periodísticos son premiados nacional e internacionalmente por la calidad de sus investigaciones, así como por el profesionalismo de su equipo de redacción y diseño gráfico.

redacciones *online* son pequeñas, de no más de 10 profesionales (entre editores, periodistas y diseñadores *web*). Gran parte de los contenidos que se publican en los digitales provienen de las agencias de noticias internacionales (AP, EFE y AFP) y la edición impresa. Los portales dominicanos son lineales y con pocos elementos interactivos. Pero el *Listín Diario* efectuó un último rediseño en abril de 2010, en el que incorporó una sección de noticias más leídas y comentadas, al igual que *Diario Libre*. Aunque hay grandes esfuerzos en mejorar el diseño de las plataformas y la participación de los lectores en las redes sociales, todavía los medios dominicanos están muy por debajo de la tendencia internacional de abrir espacios donde interactúen diversas voces. Lo cierto es que ven a las redes sociales y a los elementos interactivos como “una moda pasajera”. Prefieren invertir esfuerzos en la edición impresa que tiene un modelo de negocio más consolidado, principalmente en captar anuncios publicitarios que los hagan subsistir a largo plazo. Así lo afirma José Ares, director de Desarrollo y Tecnología de *Diario Libre*, quien insiste a su vez que las noticias representan un “relleno” de los anuncios publicitarios.

Coincidimos, sin embargo, con el jefe de Redacción de *Diario Libre* digital, Eli Heileger, quien resalta que la noticia representa un servicio que hay que cuidar. “En todos los soportes debemos de ofrecer servicios informativos de calidad. Nos falta mucho, pero estamos en el camino para lograrlo”, indica el periodista. Heileger defiende además las bondades de Internet. “Diría que el periódico digital, como es un periódico donde convergen todos los adelantos que se han logrado con el desarrollo de la multimedia, te permite comunicar la noticia con mayor rapidez (...)”, asegura. Pero reconoce que en la plataforma digital de su medio hay serias deficiencias. “En sentido general, tratamos de

utilizar las herramientas a nuestro alcance. Pero, por decirte algo, no tenemos infografía digital y tenemos otras limitaciones que con el tiempo, poco a poco, se van a ir resolviendo”, admite.

Todas estas debilidades -antes mencionadas- en el modelo de negocio en línea y la lentitud con que se incorporan los recursos digitales en la República Dominicana nos motivaron a realizar una investigación que examinara y analizara los principales medios digitales para identificar los recursos con los que cuentan. Las condiciones en que se desarrolla el periodismo digital ofrece una ventana para observar e investigar el proceso de incorporación de los elementos del ejercicio periodístico en la red, a fin de que sirva de inicio para la realización futura de otros estudios sobre este nuevo soporte informativo y su aún inestable modelo de negocio, así como para contribuir a mejorar las debilidades actuales que enfrenta esta industria de comunicación en el país.



Universidad de
San Andrés

Antecedentes del problema

Entre el ordenador personal y el Internet

El desarrollo y difusión de las computadoras personales comenzó con la iniciativa de la empresa estadounidense *International Business Machines* (IBM) de aumentar el interés de la sociedad en los llamados ordenadores personales. Sin embargo, estas primeras máquinas eran un poco incómodas, pues para su funcionamiento requerían estar conectadas a máquinas centralizadas de gran tamaño. Cuando el semiconductor (circuito integrado o chip) sustituyó al bulbo como procesador esencial de la información, las computadoras disminuyeron su tamaño y su costo, lo que provocó su comercialización y accesibilidad.

Este proceso de mercadeo de los ordenadores personales se le atribuye a la influencia de Bill Gates y al dúo formado por Steve Jobs y Stephen Wozniak, ya que Gates creía, en 1975, que el futuro de la computación estaba en los ordenadores personales; por esta razón, fundó -junto con Paul Allen- la empresa *Microsoft Corporation*. Dos años más tarde, Jobs y Wozniak perfeccionaron la *Apple II*, una microcomputadora personal de fácil uso, la cual tuvo un gran éxito debido a sus aplicaciones avanzadas de sonido e imagen (multimedia). Luego, en 1980, *Apple* lanzó un ordenador personal con pantalla, teclado, ratón, dos unidades de disco flexible de cinco pulgadas, un procesador Motorola 68,000 y una memoria interna (RAM), denominada Lisa. Cabe destacar que la computadora se desarrolló en una etapa de cambio en la fuerza de trabajo estadounidense. El número de trabajadores en el sector agrícola e industrial declinó y la cantidad de empleados en las áreas de servicios

aumentó, lo que demandó el uso de este tipo de máquina. La solicitud a gran escala de los ordenadores personales multiplicó por seis la dimensión del mercado informático entre 1982 y 1992, lo que provocó que en los primeros años se registrara un crecimiento del mercado superior al 25%. De igual forma, en 1996, las ventas de estos aparatos ascendieron a 50 millones de dólares anuales en Estados Unidos y funcionaban a nivel mundial 150 millones de ordenadores (Armañazas, 1996).

Cuando en 1992 se instituyó la Sociedad de Internet y se lanzó la Red Mundial de Información habían más de 1.1 millones de servidores, que son computadoras que enlazan a usuarios individuales a Internet. De acuerdo con Baran (2005), la Fuerza Aérea de Estados Unidos -en 1962- quería promover el uso de las computadoras en la defensa militar para trazar un plan que le permitiera al ejército estadounidense mantener el control de sus misiles y aviones en caso de que un ataque nuclear arruinara los medios de comunicación convencionales, por lo que encargó a Paúl Baran, de la *Rand Corporation*, la creación de un nuevo método de almacenamiento y difusión de información. Este método de Baran comprende las reglas comunes de comunicación (protocolos), los lenguajes de computación que permiten a cualquier ordenador comunicarse con otros y la existencia de instrucciones de destino. Este sistema fue denominado Internet, en 1974, por Vinton Cerf y Robert Kahn. La llegada de la computadora y las redes de computación permitió que el llamado público de otros medios de comunicación pasara a llamarse usuarios en Internet, pues cualquier persona puede acceder a los contenidos que otros escriben y crear informaciones relevantes para la comunidad, la red contribuye a que sean públicos y creadores.

La red mundial *World Wide Web* y los enlaces de hipertexto

La red mundial *World Wide Web* (WWW) es una fuente de información y sistema de búsqueda que incorpora hipertexto para que el usuario integre un segmento de información con otro. Esto significa que el usuario se puede mover por todos los servicios de Internet, a la vez que relaciona documentos entre sí. Se piensa que el término de WWW lo acuñó, en 1984, el novelista canadiense William Gibson, quien lo utilizó en su obra *Neuromancer*. Sin embargo, los que lo idearon, en 1989, fueron los físicos Tim Berners Lee y Robert Callau. A partir de 1991, el *National Center for Supercomputing Applications* (NCSA) de Illinois y el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) se sumaron al proyecto (Armañanzas, 1996). En 1992, surgió la *Internet Society* que facilita la conexión entre los diferentes operadores y unifica criterios (protocolos) que permiten la comunicación entre sistemas informáticos.

Según Armañanzas (1996), el concepto de hipertexto lo acuñó Theodor Nelson, que lo define como: “Una escritura no secuencial”. La escritura tradicional es lineal, porque se deriva del discurso hablado y debe leerse en forma coherente, pero las estructuras de las ideas no son lineales. El hipertexto por tanto es un modelo basado en la idea del pensamiento humano que funciona por asociaciones. Es una estructura de información compuesta por nodos y enlaces, pudiendo contener los nodos cualquier tipo de contenido: texto, sonido, vídeo, gráficos, entre otros. Por otro lado, el término multimedia hace referencia a la combinación de texto, audio y elementos visuales en una sola situación comunicativa. Hemos considerado la multimedialidad como una característica del hipertexto. Una característica potencial que puede hacerse patente o no.

El hipertexto tiene como una de sus características la capacidad de integrar diferentes formatos de información, de ser multimedia. Así, entendemos la multimedialidad como la posibilidad de agrupar datos de todos los formatos (texto, imágenes fijas o en movimiento, secuencias sonoras o visuales...), traducidas a un lenguaje digital y que son visualizadas bajo un mismo soporte, en este caso el ordenador.

Los cambios luego de la aparición de Internet

Desde la década de los setenta, la prensa de América Latina no ha sido ajena a los múltiples cambios en el escenario mediático. Los periódicos tuvieron que hacer ajustes para adaptarse; primero a la televisión y luego al Internet, fenómenos que -para algunos- han influido de forma directa en la reducción del índice de lectura de los diarios. En los últimos años hemos sido testigos de un cambio en el modelo de comunicación dominante. La aparición de Internet y de nuevos medios de comunicación desligados de los tradicionales, así como la concentración de las empresas de comunicación en grandes corporaciones multimedia ha generado un nuevo paisaje comunicativo. Dentro de este nuevo contexto, los medios tradicionales -como la prensa- se han visto impulsados a colocarse en la red.

Se podría decir también que Internet parece más un canal de transmisión de datos, un soporte tecnológico que un medio de comunicación como tal. Por ser un canal de transmisión de datos -imágenes, sonidos y textos- puede acomodar a cualquier medio. Por ello, los grandes diarios impresos se han lanzado a la *web*; fueron los primeros en darse

cuenta de sus potencialidades. Entre las causas que impulsaron a los impresos a crear ediciones digitales están:

- La pérdida progresiva y constante de lectores.
- El incremento de los servicios especiales, como acceso a bases de datos, correo electrónico, debates y foros, entre otros.
- La diversificación de las empresas multimedia que intentan tener presencia en todos los canales de comunicación.
- La facilidad y viabilidad del coste de la creación de una edición digital. Un periódico tiene, por definición, que elaborar y maquetar sus noticias todos los días. Y no resulta difícil crear un programa que convierta automáticamente las maquetas del diario en una página *web*.

El fin del milenio fue testigo de una de las revoluciones más espectaculares en la historia de la comunicación. El desarrollo de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), y en especial de la *World Wide Web* (WWW), ha incidido en los procesos comunicativos de manera comparable exclusivamente con lo que supuso la invención de la imprenta por Gutenberg en 1455. Hay que considerar también el hecho de que Internet ofrecía ciertas ventajas para la prensa. Entre ellas:

- La posibilidad de una actualización constante de los contenidos.
- La inmediatez.
- Los nuevos medios técnicos que posibilitan la integración de diferentes formatos (texto, sonido, imagen y vídeo).
- La capacidad de una relación más cercana con el lector.

No todo es ventaja. El actual diario digital tiene una serie de problemas, tanto de forma como de fondo, que en el futuro deberían ser resueltos. Entre los formales podemos citar la lenta transmisión de imágenes, vídeos y sonidos a través de las actuales redes y la escasa legibilidad de la pantalla en relación con el papel. Todavía muchos de los periódicos digitales dominicanos no han centrado sus esfuerzos en generar una información pensada para la red. Suponemos que el proceso será evolutivo, aunque siempre habrá unas experiencias que sirvan de guía y marquen la pauta a seguir.

El nuevo contexto comunicativo supone un nuevo desafío para la prensa digital. Internet, al multiplicar constantemente los emisores y receptores de información, pone en cuestión el monopolio que ostentan los medios como elaboradores y transmisores. Sectores que antes eran fundamentalmente consumidores de información se han convertido en emisores. Pero sí un elemento ha venido a enriquecer y transformar la producción de información digital: el hipertexto. En efecto, el hipertexto proporciona al informador una herramienta que permite contextualizar el mensaje informativo, lo que es de enorme importancia para la mejor comprensión de la noticia. También, la *web* ha traído una convergencia de las redacciones digitales e impresas. Se entiende como convergencia a la unión del esfuerzo creativo y de producción de las distintas redacciones que antes estaban separadas.

Periodismo electrónico Vs periodismo tradicional

El desarrollo de los medios digitales y de las nuevas tecnologías impulsó a los medios tradicionales (los nacidos en el siglo XX o medios de comunicación de masas) a ajustar el nuevo modelo de negocio, con el fin de ampliar su oferta informativa,

aprovechar su marca y producir información de calidad en poco tiempo para contrarrestar los estancamientos en el número de lectores y suscriptores.

El primer periódico impreso en ejercer el periodismo electrónico fue *The Chicago Tribune* en 1992. Lanzó una versión de periódico en línea a través de *América Online*. Luego, se generalizó el uso de las tecnologías digitales en el Periodismo, por lo que los medios de comunicación como el *San José Mercury Center*, en 1993, y *The New York Times*, en 1994, comenzaron a instalarse en Internet. A principios de los noventa, se llevan a cabo en Estados Unidos las primeras incursiones del periodismo digital, el cual se caracteriza fundamentalmente por su multimedialidad, interactividad y accesibilidad. Inicialmente, en este nuevo escenario comunicacional, surgieron las versiones en línea de medios ya consolidados. Estos sitios informativos en la actualidad conjugan dinámicamente tres elementos esenciales para su consolidación: el contenido, los productos y los servicios. Estos portales se constituyen como nuevos medios de comunicación, siendo autónomos y multimediáticos. Se calcula por esta razón que existen más de 10 mil millones de páginas, cantidad que aumenta con una proporción aproximada de 10 mil nuevas páginas diarias (Cebrián Herreros y Flores Vivar, 2006).

Conforme a Pavlik (2005), la transformación del oficio periodístico da lugar a una nueva forma de noticia -llamada periodismo contextualizado- basada en la amplitud de las modalidades comunicativas, la hipermedia, la participación de la audiencia, los contenidos dinámicos y la personalización. La *web* es un medio en crecimiento que ofrece información de manera gratuita, rápida y con elementos interactivos que permiten a los lectores participar y formar parte de los debates de forma activa. El periodismo digital es el ejercicio periodístico que hace uso de las tecnologías de la información y la

comunicación (TIC) y se apoya de los mismos principios del periodismo tradicional como la veracidad, comprobación de fuentes, redacción correcta, tratamiento de temas de interés colectivo y compromiso ético. Las noticias de las ediciones digitales se jerarquizan en función del orden en que aparecen en la pantalla de inicio de la sección a la que correspondan.

Es difícil encontrar un medio que no cuente con una página de Internet donde publique las informaciones más relevantes que son de interés público. Los diarios electrónicos responden al crecimiento de una sociedad informatizada, en la que cualquier usuario puede crear un espacio en línea, con el fin de ejercer su derecho de libertad de expresión que posee por el simple hecho de ser una persona. Este nuevo canal permite unir las características de los medios tradicionales. La simbiosis entre los medios y la tecnología de Internet deriva hacia una serie de nuevas concepciones terminológicas, estructurales y funcionales en el Periodismo. Actualmente, el máximo punto evolutivo de estas sinergias se concentra en el periodismo electrónico. Uno de los principales problemas con los que se enfrentan las ediciones digitales es la pérdida de la noción de jerarquía informativa: qué noticias son las más relevantes. Tradicionalmente, en las ediciones impresas, ésta ha estado vinculada al lugar y espacio que ocupan las noticias en la página. Sin embargo, en las ediciones digitales la tradicional noción de jerarquía ha empezado a dejar de ser aplicable por una serie de razones. Siguiendo a Armentia, Caminos, Elexgaray y Merchán (1999), diremos que:

- La pantalla enmarca rígidamente los textos periodísticos en unos límites estrechos que impiden al lector ver la vinculación de unas noticias con otras y dotarlas de importancia relativa.

- El aislamiento del desarrollo de la información conlleva la posibilidad de que el lector llegue a perder la idea de pertenencia de las noticias a un contexto informativo.

En las ediciones digitales sí que se produce una jerarquización de la realidad informativa, en la pantalla de portada y después en las portadas de cada una de las secciones, a través de la colocación de las noticias una detrás de otra y siguiendo un orden vertical; de modo que las primeras que aparecen son las más importantes. Por otra parte, en las ediciones digitales debido a la rapidez e inmediatez con la que se pueden actualizar en pantalla los acontecimientos más recientes, ocurre que aparecen en primer lugar noticias que no lo son por su importancia, sino por su actualidad. De modo que a veces los criterios de jerarquización obedecen más a la urgencia de la actualidad informativa que a su relevancia y alcance. El lector tiene que saber discernir el lugar de importancia que ocupa cada información en la realidad social.

El espectacular desarrollo y la plena consolidación de la red de redes provocan continuos cambios que afectan directamente a la esencia misma de los medios de comunicación. El conjunto de servicios desarrollados en Internet es vasto y heterogéneo. Los servicios de comunicación engloban algunas de las aplicaciones más populares de la red, desde el correo electrónico hasta las listas de distribución. Todas estas aplicaciones se encuentran orientadas a facilitar el intercambio de mensajes de una manera interactiva. Internet es un medio idóneo para la difusión y el intercambio de información, por lo que parece evidente la necesidad de contar con una serie de servicios de acceso. En este grupo destaca la *World Wide Web*, que permite la recuperación de información por dos vías: la consulta de bases de datos referenciales (directorios o motores de búsqueda) o la navegación entre las páginas a través de los enlaces. Antes del desarrollo de este sistema,

surgieron otros servicios de búsqueda de información de un alcance más restringido. Es importante resaltar que la fusión entre los servicios de Internet y la telefonía móvil está impulsando la generación. El concepto de Internet móvil recoge algo más que la simple traslación de algunos servicios de Internet al celular, tal como es el caso del envío de mensajes. Esto refleja definitivamente el desarrollo de nuevos servicios, aplicaciones y mercados específicos.

Internet no es solo una nueva tecnología que se ha sumado a las demás. Es una red de redes con posibilidades ilimitadas: a través de la red telefónica internacional, un ordenador y un módem, millones de internautas pueden conversar, participar en foros, intercambiar ideas, acceder a bases de datos o cargar programas. Es la sinergia entre lo escrito, la imagen fija, el vídeo y la comunicación telefónica lo que hace de la red un nuevo espacio de desarrollo e interacción. Un portal es el acceso y la interacción con información relevante, aplicaciones y procesos comerciales bajo un tipo de audiencia y de manera personalizada (López, 2003). En una primera fase de desarrollo de los portales periodísticos, la mayoría de las cabeceras del mundo se decidieron por la gratuidad de sus contenidos, con el fin de generar un volumen de tráfico atractivo para los anunciantes y publicistas. Casi todos los medios emplearon dos fuentes de ingresos: la publicidad y el comercio electrónico. Pero luego se dieron cuenta que no eran suficientes para cubrir los costos.

El crecimiento de este nuevo mercado de la información impulsó la creación de estructuras organizadas dentro de los grandes grupos de comunicación que, de manera coordinada, exploraran las posibilidades de hacer redituable el nuevo canal de distribución. Con anterioridad a la creación de estas empresas periodísticas en Internet,

los grupos disponían de ediciones digitales de sus diarios en las que experimentaban las posibilidades del medio y la respuesta de la audiencia. Aunque desde un primer momento se vislumbraron las posibilidades económicas del medio, no se consideró prioritaria la generación de ingresos, pues se trataba de un mercado inmaduro.

La pirámide invertida, como estructura textual que sirve a las necesidades de una comunicación clara e inmediata, sigue funcionando para la escritura en Internet; es más, parece ser la organización ideal de los nodos de información digitales por su tendencia a la concisión y la condensación (Pérez, 2003). El acceso a la red está totalmente generalizado entre los periodistas y el correo electrónico es el servicio más extendido. Se ha convertido en una herramienta ideal por su agilidad, rapidez, bajo coste y carácter no intrusivo. Los principales beneficios que Internet aporta a la labor periodística son la velocidad en la obtención de información y el ahorro económico (Masip Masip, 2003).

El uso de Internet y periodismo electrónico en Latinoamérica

Los avances tecnológicos se incorporan en América Latina de forma lenta, ya que es un área en vía de desarrollo caracterizada por los conflictos políticos. La región debe lidiar, sin los recursos necesarios, con el desarrollo de los periódicos electrónicos, el precio de las herramientas digitales y la accesibilidad a estas tecnologías. Un informe realizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y la Conferencia de la ONU para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) colocó en las últimas posiciones en cuanto al precio y la accesibilidad a las nuevas tecnologías a muchos países latinoamericanos, con excepción de Chile, Argentina, Costa Rica, Jamaica y Uruguay.

Conforme al estudio de la consultora Comscore sobre el uso de Internet en Latinoamérica, el usuario promedio visita, con frecuencia, los sitios de Microsoft, Google, Yahoo!, Terra, Mercado Libre, Wikipedia, UOL, Fox, entre otros. En tanto, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIT), el Grupo Diarios de América (GDA) y la Fundación para el Nuevo Periodismo Hispanoamericano consultaron 20 periódicos de cabeceras para concluir que el 70% de los periódicos en línea cree que su mayor necesidad es la creación de productos multimedia y aprender a redactar para la red, pues más de la mitad de los periodistas no tienen formación académica en periodismo digital. Sin embargo, el 43% utiliza audio y vídeo en sus sitios electrónicos.

Por su lado, Franco y Guzmán (2007), con el apoyo de la Editorial El Tiempo, realizaron una investigación que reveló que el 61% de los sitios *web* reproducen sus contenidos de la edición impresa, a la vez que el 27% posee contenidos propios para la red, que son redactados por un máximo de tres periodistas en su mayoría. El 61% de las organizaciones periodísticas visualiza los mecanismos de interacción como una forma de incrementar su credibilidad, el 28% como una manera de medir su audiencia y el 4% cree que no representan mayores beneficios. El uso de las herramientas tecnológicas por los más de 70 millones de usuarios en América Latina, según *Yankee Group*, representa un apoyo al sistema político y económico establecido, donde la información es la mercancía de la llamada Era de la Comunicación. Estos contenidos consumidos por los usuarios de Latinoamérica influyen en la formación de sus valores e ideologías.

Las bitácoras de Internet y sus características sociales

Los *weblogs* o bitácoras de Internet forman parte de la nueva plataforma de comunicación de masas que revolucionó los sistemas tradicionales de acceso, producción y difusión de la información. El *blog* es un espacio personal de escritura en línea donde los textos y recursos multimedia se organizan de forma cronológica inversa (la anotación más reciente es la que aparece primero) y soportado por un sistema de distribución de contenidos capaz de proporcionar al autor la funcionalidad necesaria para distribuirlos con cierta frecuencia. Se cree que la bitácora de Internet es una evolución de los *diarios online*, en los que se escribía como si fueran diarios íntimos en red. Justin Hall (quien escribe, desde 1994, en su blog personal *Links from the Underground*) es uno de los primeros *blogueros* del mundo.

Se estima que los *blogs* surgieron en 1992 con la invención de la *World Wide Web* y el protocolo HTTP por Tim Berners Lee, pues se basa en la cultura de enlace y de hipertexto. Jorn Barger, el 17 de diciembre de 1997, llamó *weblog* a estos espacios al unir los conceptos de "*web*" (red de Internet) y "*log*" (libro de notas), mientras que la abreviación "*blog*" la acuñó Peter Merholz y el concepto en español de "*bitácora*" fue re-inventado por el mexicano Carlos Tirado en 1999.

En sus inicios, la función de los *blogs* consistía en recopilar y compartir las páginas de Internet que le gustaban al creador. Pero con la popularización de las bitácoras en 1999, los enlaces se convirtieron en un elemento de segundo plano. Se inauguró para esa fecha el primer portal dedicado a los *blogs*: *Eaton Web Portal*. En Hispanoamérica se crearon Barrapunto y Bitácora Tremendo (*blog* de Carlos Tirado). El primer servicio de

alojamiento de bitácoras fue Blogalia, lanzado en enero de 2002. Luego, en el verano de 2003, surgió Blogia, el servidor hispano de blogs más popular. El resultado fue una verdadera explosión sociológica. Se estima que a servicios como Blogger pueden sumarse más de 40 mil bitácoras diarias para un total de blogs activos que puede superar los 100 millones (Cerezo, 2006).

Entre las herramientas que llevan el registro de la influencia de un *weblog* están: *Technorati*, *Google* y *Yahoo*. Estos registran la cantidad de suscriptores, miden la influencia de un *blog* por medio de sus enlaces entrantes y salientes, establecen un ranking de las páginas *web* más visitadas a nivel mundial, entre otros. La Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA) aseguró que cuatro millones de internautas españoles leen *blogs*, el 25%, y el 83% de los usuarios españoles lee información en la red. Estos datos coinciden con el Estudio General de Medios, donde el 28% lee *blogs* y el 84% acude al Internet para informarse (Cerezo, 2006).

El periodismo ciudadano desde las bitácoras de Internet

Tras el desarrollo de las tecnologías de la comunicación, la accesibilidad de los conocimientos técnicos, el impulso de los medios alternativos y el deseo del ser humano de expresarse, surge una nueva forma de realizar un periodismo más participativo; es realizado por los ciudadanos, con el propósito de incitar cambios sociales. El periodismo ciudadano, como se le conoce, se fundamenta en el uso de los *blogs* por ser considerados espacios idóneos debido a su facilidad, interactividad, hipertextualidad, carácter colaborativo y poco requerimiento de conocimientos técnicos. En el nuevo contexto histórico, cualquier persona puede comunicar, enjuiciar y divulgar información a nivel

mundial con el único requisito de tener acceso a Internet. Este nuevo fenómeno también se denomina periodismo cívico o periodismo social, ya que asume una responsabilidad en los procesos sociales y se preocupa por la búsqueda de soluciones comunitarias.

El hecho de que no exista un control de la información es lo que hace de Internet un canal reanimador de las sociedades democráticas, porque transfiere al ciudadano parte del poder que -hasta la década de 1990- controlaban las empresas periodísticas, la red rompió con el monopolio informativo. En julio de 2003, la organización New Directions for News publicó el estudio “We Media” donde se analiza la forma en que las audiencias mejoran el futuro de la comunicación social. El concepto “We Media” explora la participación del público en la construcción de la información y la comunicación ante los grandes grupos mediáticos. De acuerdo a este estudio, el periodismo participativo se define como “un ciudadano o grupo de ciudadanos, desempeñando un rol activo en los procesos de recopilación, cobertura, análisis y difusión de las noticias”. En resumen, el periodismo ciudadano consiste en involucrar a los miembros de la sociedad en la producción y divulgación de las noticias.

Nicholas Negroponte predijo en su libro *Ser Digital*, publicado en 1995, que llegaría un momento en la comunicación en el que los lectores escogerían los temas y las fuentes. Por tanto, el tradicional modelo comunicativo (emisor-medio-receptor) concebido por el pensador norteamericano Harold Lasswell es evaluado, puesto que en la actualidad los receptores son emisores también. Los ciudadanos se convierten en vigilantes de los medios y cumplen con la función periodística -expuesta por Harold

Laswell y Charles Wrigth en la corriente funcionalista- de supervisar el entorno y distribuir la información (Lozano Rendón, 1996).

El aporte social del reportero ciudadano radica en comunicar desde los lugares de los hechos cuando un periodista no se encuentra cerca. Esta peculiaridad lo convierte en un colaborador. Según lo expuesto por Varela (2006), la gran apuesta de los medios españoles por los *blogs* comenzó en 2005 cuando los medios extranjeros integraron este formato a su oferta informativa. Los *blogs* nacidos fuera de los medios comienzan a profesionalizarse y a entenderse como un negocio. Esto es causa por la que existen *blogs* que son una extensión de la columna de opinión y no utilizan el recurso de hipertexto, pues obedecen a los mismos principios del periodismo clásico.

Por su lado, la página digital española *elmundo.es*, la que mantiene el mayor número de *blogs* de distintos formatos, es una muestra de que se puede atraer más de 7 millones de usuarios mensuales a través de los *weblogs*, aunque sean columnas extensas y no empleen los elementos multimedia en su totalidad. El Mundo incorporó las bitácoras digitales motivado por la compra ascendente a 400 millones de dólares ejecutada por *The New York Times*, en 2005, del portal *About.com* (que albergaba 500 *blogs* y recibía 22 millones de visitas al mes). El grupo Prisa, propietario del periódico *El País*, creó *La Tejedora* y otras bitácoras, con el fin de dar cobertura a acontecimientos políticos e incitar el debate. Son muchas las publicaciones que se lanzan en busca de nuevas maneras de lograr que los lectores tengan un mayor protagonismo y una mayor participación en el proceso de elaboración de las noticias. El periodismo ciudadano posee un potencial enorme para lograr la fidelidad de los lectores y su integración con los periodistas.

Las nuevas tecnologías y su incidencia en República Dominicana

De acuerdo con el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (2008), en la República Dominicana habían 169 mil 528 cuentas de servicio de Internet en 2006, pero en 2007 la cifra ascendió a 264 mil 284 cuentas electrónicas, un aumento de un 55.9% en referencia al año anterior. En enero de 2007, el 14% (14 de cada 100) de los dominicanos tenía acceso a Internet. Para final de 2007, el total de usuarios de Internet en el país ascendió a 1 millón 676 mil 985, correspondiente a un 16% de penetración. Las cifras revelan un ritmo acelerado si se compara con los datos del 2000, año en que la República Dominicana contaba con 205 mil 768 usuarios residenciales de Internet (sin contar los negocios).

Conforme a un estudio revelado en la Primera Reunión de Evaluación de los Avances de la Sociedad de la Información en la República Dominicana, el 77.3% de los usuarios de Internet residen en las provincias de Santo Domingo, Santiago y La Altagracia, mientras que el 22.7% vive en las restantes 28 provincias, donde habita el 55.6% de los habitantes del país.

Según una encuesta realizada por el directorio en línea blogsdominicanos.com (2008), el perfil del internauta dominicano es un joven entre 19 y 24 años, quien posee conocimientos básicos sobre las tecnologías de la comunicación y la información (TIC). Con una muestra de 508 encuestados (150 mujeres y 358 hombres), se concluyó que la mayoría de las personas con acceso a la red, que duran alrededor de tres horas en línea, son jóvenes de 19 a 30 años. De esta muestra de 508 personas, 434 son autores de bitácoras digitales, mientras que 74 son seguidores de los *blogs*. La mayor parte de estos *blogueros* reside en el país o en los Estados Unidos.

Ante esta realidad, surge la expectativa sobre el futuro del periodismo tradicional. Sin embargo, para países de las condiciones socioeconómicas de la República Dominicana, la posibilidad de que la prensa desaparezca abatida por Internet no es para preocuparse, pues el acceso a Internet es mínimo y los reales enemigos de los lectores de periódicos son la desigualdad social, la inequidad educativa, el analfabetismo y el bajo poder adquisitivo de las grandes mayorías.

Las bitácoras virtuales comenzaron a popularizarse en la República Dominicana entre el 2004 y 2005, debido a la influencia de dominicanos residentes en el exterior. Se le atribuye a Remolacha.net, bitácora creada por Ángel "Remo" del Orbe, dominicano residente en Queens, el papel de haber incentivado -como pionero- el uso de las bitácoras de Internet en el país. En la actualidad, muchos *blogs* de periodistas son enlazados por sus empresas mediáticas, como *Diario Libre* o *Listín Diario*. Por otro lado, el papel de los directorios en línea consiste en aglutinar a las comunidades de bitácoras y propiciar un espacio de interacción (compartir información). El directorio con mayor influencia en la República Dominicana es Blogsdominicanos.com, un anillo de blogs que adoptó elementos de directorios en línea de otros países. Blogdominicanos.com fue creado por un dominicano ingeniero eléctrico residente en New Jersey, Edwin Reyes, junto con la colaboración de Enedina Pereyra Córdova, autora de Bracuta, y Ángel "Remo" del Orbe, autor de Remolacha.net. Éste se inauguró el 21 de mayo de 2005 para contabilizar el número de bitácoras digitales dominicanas.



Parte I

Universidad de
San Andrés

Capítulo I: Planteamiento del problema

A) Planteamiento del problema:

En República Dominicana existe una gran cantidad de diarios digitales, tanto de cabeceras impresas como propios para Internet. Sin embargo, se desconoce en qué medida están presentes las características del periodismo electrónico en estos sitios, por lo que éste es el objeto de estudio de esta investigación (identificar el grado de presencia de los elementos del periodismo electrónico en los sitios digitales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*).

Muchos de estos espacios han realizado grandes esfuerzos para incorporar la multimedia, la interactividad, la participación y la hipertextualidad. Pero estos intentos no han sido suficientes, según el editor en jefe y fundador de *Clave Digital*, Gustavo Olivo Peña. “Tratamos de aprovechar los recursos de Internet para realizar un periodismo apegado a los principios éticos de la profesión. No es fácil abrirse paso. Pero lo bueno de esta plataforma es que ofrece herramientas para que todos puedan expresarse con libertad (...)”, indica Olivo Peña.

Los desarrollos de algunos diarios en línea han llevado a varios observadores a plantearse la convergencia de cabeceras y portales digitales. Si entendemos por portal un sitio que sirve de punto de partida para navegar por Internet y normalmente ofrece una gran diversidad de servicios, tales como sitios *web*, buscador, noticias, e-mail, información meteorológica, chats, grupos de discusión y comercio electrónico. El desarrollo de la red de Internet está convulsionando a los agentes que actúan en el área de producción cultural e informativa. Como explica Albornoz (2007), la producción y

distribución a través de Internet modifica las barreras de acceso al destinatario. Agrega que la presentación de contenidos en Internet socava los patrones de consumo de información establecidos a lo largo del tiempo, y enfatiza que Internet transforma los procesos de producción informativa.

Es cierto, la *web* se ha convertido en una plataforma en la que cualquier cibernauta puede generar contenidos desde cualquier parte del mundo; existe un mayor flujo informativo. Los ciudadanos y ciudadanas tienen el interés de participar: de enviar un vídeo a CNN o CBS. O bien, publicar las fotos de las últimas vacaciones familiares en Facebook o recomendar un destino en TripAdvisor. Ahora es más difícil que los gobiernos controlen el flujo de información. Los lectores se enteran más rápido de los hechos que afectan su localidad y el mundo, a la vez que los periodistas se nutren de esta fuente ilimitada de datos para sus artículos y reportajes.

Eli Heileger, jefe de Redacción de *Diario Libre*, expone que el periodismo digital agrega elementos a la comunicación tradicional que la enriquecen y la hacen más atractiva, como imagen, audio, vídeo e infografía animada. “Veo muy pocas desventajas en el periodismo electrónico (...). Pero la rapidez con que se trabajan los textos hace que los periodistas no podamos profundizar en los temas”, precisa. Se podría pensar que los textos para la *web* son pocos profundos, porque requieren una cantidad de palabras limitada y la publicación al instante de los artículos. De acuerdo con Heileger, se debe capacitar a los profesionales de la comunicación para que sepan redactar para la nueva plataforma.

Diario Libre, Listín Diario y Clave Digital tienen una gran penetración en las redes sociales, especialmente en Facebook y Twitter. Según la presente investigación, los medios tienen un especial interés en captar a un público joven -tanto local como extranjero- entre las edades de 20 a 45 años. Pese a la brecha digital existente, la red se presenta como un escenario ideal para las editoras de diarios. Cabe destacar que los recursos que presenta la edición digital deberían ser distintos a los de una edición tradicional (soporte de papel). La prensa electrónica incorpora distintos tipos de textos, ya que informa a sus lectores a través del manejo de los sonidos, las imágenes y las letras.

La industria de prensa diaria se aventura en un nuevo medio que permite concebir publicaciones audiovisuales y participativas. La actualización permanente de noticias, los servicios de archivo, el acceso a grabaciones de audio y vídeo, o la participación de los lectores en entrevistas digitales representan algunas de las fórmulas que se experimentan en los portales dominicanos. Otra de las características sobresalientes es la posibilidad de enlazar distintos elementos de hipertexto e hipermedia.

El hecho de que *Clave Digital* concluyera sus operaciones -tras seis años- ofrece una idea sobre la crisis mediática que sufre la República Dominicana. Revela que los canales informativos de denuncia e investigación están sometidos a una duración corta. *Clave Digital y el semanario Clave* no contaban por lo general con publicidad estatal a diferencia de otros medios más complacientes con el gobierno del presidente Leonel Fernández. La orientación comunitaria, el enfoque humano y la forma en que levantó una voz de protesta en una época en que los medios tradicionales protegían intereses de sectores particulares convirtieron a *Clave Digital* en un gran ejemplo del periodismo de denuncia y un exitoso proyecto digital.

La Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el Grupo Diarios de América (GDA) y la Fundación para el Nuevo Periodismo Hispanoamericano consultaron 20 periódicos de cabeceras para concluir que el 70 por ciento de los periódicos en línea cree que su mayor necesidad es la creación de productos multimedia y aprender a redactar para la red, pues más de la mitad de los periodistas no tiene formación académica en periodismo digital. Sin embargo, el 43 por ciento asegura que utiliza audio y vídeo en sus sitios electrónicos (Franco y Guzmán, 2007). Franco et al. (2007) expresan también que el 61 por ciento de los sitios reproduce sus contenidos de la edición impresa, a la vez que el 27 por ciento posee contenidos propios para la red, los cuales son redactados por un máximo de tres periodistas en su mayoría.

En República Dominicana se experimenta la misma tendencia de esta investigación. Los medios locales se han quedado un tanto rezagados a la hora de incorporar recursos digitales innovadores a sus ediciones en línea. Todavía estos portales se encuentran en una primera etapa del periodismo electrónico; son lineales y una simple reproducción de los contenidos de la edición impresa. Una debilidad de las redacciones digitales dominicanas es que no cuentan con el suficiente equipo de reporteros y reporteras para cubrir todos los acontecimientos noticiosos que se producen a diario, por lo que se ven en la obligación de recurrir al personal del diario impreso. De igual manera, la sección multimedia se actualiza con vídeos de agencias internacionales o canales de televisión locales con los que llegan a un acuerdo de intercambio; no son elaborados por el propio equipo.

Pero no todo es negativo. El número de lectores que ingresa a los portales de Internet a través de la telefonía móvil ha aumentado en los últimos dos años. Así lo afirma Sergio Cabrera, encargado de Tecnología de *Clave Digital*. “Hemos incorporado formatos de lectura para celulares, ya que en el país hay un ‘boom’ con los teléfonos inteligentes. Todo el mundo tiene un Blackberry”, agrega Cabrera. El 8 por ciento de los lectores únicos de *Diario Libre* accede al sitio a través de su celular. “En enero de 2010, los usuarios que accedían vía sus celulares era de 3.98 por ciento; sin embargo, para el 18 de octubre de ese mismo año, ese porcentaje había aumentado a un 8.83 por ciento”, revela José Ares, director de Tecnología de *Diario Libre*.

Clave Digital, *Listín Diario* y *Diario Libre* se han lanzado también a las redes sociales Facebook y Twitter. *Diario Libre* y *Listín Diario* publican alrededor de 10 noticias diarias en estos espacios, bajo el alegato de que los lectores se saturarían si se subieran todas las noticias a la plataforma. “El problema de las redes sociales es que no tenemos ningún tipo de beneficio en cuanto a la publicidad. Son divertidas y aumentan el número de lectores. Pero creo que son una simple moda”, indica Ares. A diferencia de lo que piensa Ares, consideramos que los espacios sociales no son una “simple moda”. Se requiere que los medios de información general abran más secciones interactivas que permitan crear comunidades en línea donde los lectores y usuarios puedan participar en el flujo informativo. “Los medios dominicanos deben ir a la par de la tendencia tecnológica. No se pueden quedar atrás. Hay que enriquecer la oferta informativa con recursos que la hagan más amena para aquel joven que nunca le interesó la noticia, pero que ahora se conecta más de ocho horas al día y que quiere estar informado de lo que sucede (...)”, resalta Gustavo Olivo, editor en jefe de *Clave Digital*.

Sobre la difusión de notas y reportajes periodísticos, *Clave Digital* y *Listín Diario* publican alrededor de 250 artículos diarios, mientras que *Diario Libre* publica unas 150 noticias diarias solo de la versión impresa, sin contar las que se producen para la página digital (unas 50 noticias). Sobre el área comercial, *Diario Libre.com* vende un aproximado de 50 millones de pesos al mes en publicidad, ya que los anuncios publicitarios son diferentes a los de la edición impresa. El costo publicitario se mide según la cantidad de veces que los usuarios hacen *click* en el anuncio, así como por el tamaño de la promoción.

Se calcula además que *Diario Libre* tiene alrededor de 600 mil visitas únicas por mes. En cambio, *Clave Digital* registra unas 20 mil visitas únicas por día en su portal, aunque los fines de semana la cantidad desciende a unas 17 mil visitas (550 visitas al mes aproximadamente). El *Listín Diario* de su lado registró -desde el 5 de octubre hasta el 5 de noviembre de 2010- un promedio de 1 millón de visitas repartidas en las distintas secciones de la página. Así lo revelaron los departamentos de Tecnología de los tres medios analizados, los cuales cuentan con la herramienta Google Analytics para sus contabilizaciones internas.

Internet está revolucionando las tradicionales concepciones comunicativas de las diferentes modalidades de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Los sitios *web* de los medios de comunicación se están convirtiendo en puntos de acceso de una información periodística adaptada o creada específicamente para el nuevo canal.

B) Delimitación del problema:

Los portales de noticias del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* como espacios de ejercicio del periodismo electrónico en la República Dominicana desde junio hasta agosto de 2010.

- **Tema:** Los sitios digitales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*.
- **Tiempo:** Mayo de 2010 hasta marzo de 2011.
- **Período de recolección de datos:** Junio hasta agosto de 2010.
- **Espacio:** República Dominicana.



C) Preguntas de investigación:

- ¿En qué medida están presentes los rasgos del periodismo electrónico en los portales de noticias del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*?
- ¿Cuáles rasgos del periodismo digital están presentes en los tres sitios?
- ¿Qué tipos de contenidos ofrecen los diarios en línea del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*?; ¿cuáles son nuevos y cuáles heredados de las ediciones de papel? (contenidos informativos)
- ¿Qué tipos de herramientas digitales ponen a disposición de sus lectores? (servicios a los lectores)
- ¿Cuáles espacios brindan para que sus lectores puedan relacionarse o expresar sus opiniones? (áreas de participación)
- ¿Cuánto espacio se dedica para el audio, el vídeo y las infografías animadas en las ediciones digitales?

Universidad de
San Andrés

D) Fundamentación de la investigación:

El impacto de las nuevas tecnologías de la información y el surgimiento de las redes sociales en el transcurso de la última década originan una transformación en el ejercicio del periodismo a través del uso de una nueva plataforma de comunicación de masas que revoluciona los sistemas de producción y difusión de la información: el Internet. Uno de los elementos de este cambio se relaciona con la iniciativa de los medios tradicionales de ajustar el nuevo modelo de negocio, con el fin de ampliar su oferta informativa, aprovechar su marca, incrementar su rentabilidad y producir información de calidad en poco tiempo para contrarrestar los estancamientos en el número de lectores y registrados. Estamos conscientes del papel que ocupa Internet como plataforma de información y comunicación. Sus herramientas y servicios nos permiten descubrir nuevas formas de comunicar, educar y entretener.

“Las ventajas de Internet son múltiples (...). Diría que el periódico digital, como es un lugar donde convergen todos los adelantos en el desarrollo de la multimedia, te permite comunicar las noticias de último minuto de forma más rápida; da la oportunidad al ciberlector de estar actualizado con mucha mayor rapidez. También, agrega nuevos elementos a la comunicación tradicional, porque integra imagen, voz y data. Sobre las desventajas, veo muy pocas. Pero quizás puede ser que con la rapidez, no trabajamos a profundidad los textos (...)”, indica el editor de *Diario libre*, Eli Heiliger.

El periodismo digital es el ejercicio periodístico que hace uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y se apoya de los mismos principios del periodismo tradicional, como la veracidad, comprobación de fuentes,

redacción correcta, tratamiento de temas de interés colectivo y compromiso ético. El estancamiento en el número de lectores hace muy difícil la supervivencia económica de los medios tradicionales en la República Dominicana, lo que provocó que el *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* aprovecharan el surgimiento de este nuevo proceso de comunicación, y modificaran su estrategia y oferta informativa. Este nuevo modelo de negocio ejecutado por estos canales de información se basa en una diversificación del producto noticioso en la red.

Ante este contexto, se necesita investigar estos medios digitales para evaluar estas transformaciones desde un periodismo tradicional, propio de la prensa escrita, hasta llegar a la incorporación de elementos interactivos, audiovisuales e hipertextuales. Otro problema que encuentran en su camino las editoras de prensa es la creciente competencia en la arena digital. Debido a las facilidades que presentan la producción y la difusión de contenidos a través de la red, un mayor número de personas y colectivos pueden dedicarse a publicar información de actualidad y artículos de opinión. Las flaquezas que exhibe el sector en las últimas décadas dan lugar a que las editoras de prensa opten por una estrategia de diversificación de sus contenidos y servicios basados en la publicidad y en los sondeos. El desarrollo y el crecimiento de algunos de los diarios *online* más importantes han llevado a varios observadores a plantearse la convergencia entre cabeceras y portales digitales. Si entendemos como portal un sitio que sirve de punto de partida para navegar por Internet y que normalmente ofrece diversidad de servicios, tales como listado de sitios en la *web*, buscador de noticias, correos electrónicos y foros.

La realización de esta investigación es necesaria y pertinente, ya que el periodismo digital en República Dominicana representa un tema de estudio poco abordado en documentos científicos y académicos, por lo que aportaría conocimientos sobre la manera en que los sitios digitales incorporan elementos del periodismo electrónico en el país. El hecho de que este enfoque sea poco abordado en investigaciones científicas anteriores nos motiva a estudiar la adecuación y grado de impacto social de los diarios electrónicos dominicanos. Otra razón que justifica este proyecto es la pertinencia de contribuir a la realización futura de una investigación más profunda sobre este tema. Se requiere sentar un precedente para que se continúe con la ejecución de proyectos que aborden realidades de aplicación periodística por medio de las herramientas digitales. La industria de diarios electrónicos en el país es un campo nuevo y poco explorado, lo que permite que nuevos investigadores de la academia se motiven a analizar las transformaciones que se están dando en el área de la comunicación y las nuevas tecnologías.

El periodismo digital no es una tendencia nueva. Desde 1993 un sinnúmero de editoras de prensa, en su mayoría estadounidenses, publicaron información en la *web*. El primer diario en lanzarse a la nueva plataforma fue *The Chicago Tribune*. Muchos periódicos luego se sumaron: *Mercury Center*, *The Atlanta Journal and Constitution*, *The New York Times*, entre otros. En 1994, era posible encontrar más de 70 publicaciones periodísticas en línea. Las versiones digitales de ese entonces ofrecían el mismo contenido que su versión impresa. Los medios aún no habían detectado el potencial de Internet. El periodismo digital prácticamente se ha convertido en un nuevo género periodístico con características propias. Muchos analistas piensan que el periodismo

electrónico consiste en una convergencia de otros canales de información. El periódico *online* es la suma de tres medios: radio, televisión y prensa escrita.

Además de la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad, un medio digital debe responder a la accesibilidad, usabilidad e inmediatez. Es difícil encontrar un medio de comunicación que no cuente con una página de Internet donde publique las informaciones más relevantes que son de interés público. Los diarios electrónicos responden al crecimiento de una sociedad informatizada, en la que cualquier usuario puede crear un espacio en línea y transmitir información a escala mundial. “El chiste ahora es crear comunidades. Todos debemos estar comunicados e interactuando entorno a temas que son interesantes y que marcarán nuestro futuro”, dice Gustavo Olivo Peña, fundador de *Clave Digital*. Se calcula por esta razón que existen más de 10 mil millones de páginas, cantidad que aumenta con una proporción aproximada de 10 mil nuevas páginas diarias (Cebrián Herreros y Flores Vivar, 2006).

El uso de la tecnología por los usuarios también ejerce un papel importante. Entre 2008 y 2009, 120 diarios norteamericanos cerraron sus puertas por ser incosteables, lo que revela definitivamente que se requiere un cambio en el modelo de negocio: la red es una opción para enfrentar la crisis. Juan Varela, especialista en nuevas tecnologías, explica que en la era de la convergencia y el hipertexto un diario no puede ser plano. Y tampoco puede dirigirse a un único lector. “Un diario debe ofrecer más espacio y herramientas para la elección de los lectores. Cuanta más libertad y más opciones tenga el lector, mejor cumplirá el diario su función de informar. Libertad para los lectores es también libertad para los periodistas”, precisa (Albornoz, 2007).

Varela agrega que los periodistas transitan tiempos de transformaciones que ponen “patas para arriba” cada una de las certezas que formaban los cimientos de la profesión. “Un estudio presentado por la Universidad de Columbia indica que el 92 por ciento de los periodistas reporta en línea como parte de su proceso de investigación”, enfatiza. El estudio muestra también que el 76 por ciento de los profesionales de la Comunicación busca fuentes de información y opiniones de expertos en Internet. Los cambios tecnológicos y sociales tienen un gran impacto en la democracia y el periodismo. Una gran cantidad de los estudiosos esperan convertirse en el motor de una revolución en la profesión (Journalism Studies, 2008).

Todas estas transformaciones en el ejercicio periodístico dan lugar a una nueva forma de transmitir la información, donde los usuarios son los emisores de las noticias. Se trata del periodismo ciudadano o participativo. Según Domingo, Quandt, Heinonen, Paulussen, Singer y Vujnovic (2008), el periodismo participativo ayuda a que los lectores formen parte de sus realidades sociales. “Ahora que los periódicos están explorando la convergencia y la erosión de la sala de prensa, el periodismo participativo parece añadir otra dimensión. La frontera que separa a los periodistas profesionales y su público parece ser borrosa. Hasta hace poco, las rutinas de trabajo y los valores de la cultura periodística se habían mantenido muy estables. Pero esto ha cambiado”, indican.

La nueva inclusión de las redes sociales y su consiguiente institucionalización están estrechamente relacionadas con la aparición de nuevas tecnologías, las cuales amplían el alcance de los nodos de la red cada vez más. Tecnología, informática e Internet permiten a los usuarios, como individuos o grupos, producir y distribuir artículos noticiosos sobre la base de sus observaciones u opiniones (Journalism Practice, 2008). La

web es un medio en crecimiento que ofrece información de manera gratuita, rápida y con elementos interactivos que permiten a los lectores participar y formar parte de los debates de forma activa.

Conforme a Pavlik (2005), la transformación del oficio periodístico da lugar a una nueva forma de noticia -llamada periodismo contextualizado- basada en la amplitud de las modalidades comunicativas, la hipermedia, la participación de la audiencia, los contenidos dinámicos y la personalización. Es importante ahora presentar los hechos noticiosos en el contexto donde tienen lugar a través de los vídeos o las fotografías. El periodismo electrónico rompe con la comunicación lineal e implica cambios de rutina. Hay que considerar que en sus inicios cada nuevo medio ha imitado patrones anteriores. Pero ahora es importante que los medios en línea comiencen a innovar. En la red, el acceso es instantáneo. Se obtienen las informaciones de manera más inmediata. “El cambio pone a las empresas periodísticas al frente de grandes desafíos; muchas preguntas han surgido en torno al equipo de trabajo” (Gutiérrez, 1999).

En Latinoamérica y el Caribe, el problema más común radica en que a los medios tradicionales les faltan recursos y visión para mejorar sus versiones en línea; hay una ligera resistencia al cambio. Según Díaz Noci (2008), la redacción de textos para documentos electrónicos es otro de los campos que ha comenzado a investigarse. Muchos profesionales ya han comenzado a interrogarse sobre los cambios en la escritura. “Considero que en el digital la noticia debe ser más concisa, porque no es lo mismo leer un impreso que leer en una pantalla. El texto periodístico en Internet debe permitirle al lector captar la idea rápidamente; no debe tener disgregación y debe hacerse uso de los recursos multimedia que pueden enriquecer el artículo (...)”, dice Heiliger.

Franco (2007), director de la versión electrónica del diario colombiano “El Tiempo”, reveló que la mayoría de los medios de la región piensa fusionar en el futuro sus redacciones digitales e impresas. Franco se refirió a un estudio realizado entre los 43 principales diarios latinoamericanos. De acuerdo con la investigación, el 74 por ciento de los medios consultados tiene previsto integrar sus redacciones, las ediciones *online* aún dependen de los contenidos de la edición impresa, el 42 por ciento de los diarios tiene pocos periodistas trabajando en la página *web*, el 85 por ciento de los diarios permite a sus periodistas administrar *blogs*. Los sitios digitales tienen una alta percepción sobre la actualización de sus contenidos. Pero baja frente a las informaciones multimedia y su independencia del medio impreso. Pese a ello, el 66 por ciento se considera “autónomo” frente al diario impreso. La mayor necesidad que tienen los periodistas es la capacitación para incorporar los productos multimedia. Por esta razón, el 63 por ciento de estos sitios piensa expandir sus operaciones con la contratación y formación de más periodistas (Franco y Guzmán, 2007).

Universidad de
San Andrés

Capítulo II: Objetivos de la investigación

Objetivos:

A) General:

- Identificar el grado de presencia de elementos del periodismo electrónico en los sitios de Internet del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* en la República Dominicana.

B) Específicos:

- Detectar los rasgos presentes del periodismo electrónico en los portales de noticias del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*.
- Indagar qué contenidos ofrecen los diarios en línea (contenidos informativos).
- Determinar cuáles herramientas digitales ponen a disposición de sus lectores (servicios a los lectores).
- Investigar cuáles espacios brinda cada medio para que sus lectores puedan relacionarse o expresar sus opiniones (áreas de participación).
- Revelar cuánto espacio se destina para el audio, el vídeo y las infografías animadas en las ediciones digitales.
- Determinar el grado de desarrollo o evolución de los portales digitales dominicanos.

Capítulo III: Marco metodológico

En este capítulo se describe el proceso metodológico llevado a cabo a lo largo de la investigación. La metodología ayuda a realizar una revisión de los elementos componentes de los portales periodísticos dominicanos, con el propósito de aportar una visión del contexto actual de su desarrollo desde un punto de vista informativo/documental.

A) Tipo de investigación:

Este estudio es exploratorio, descriptivo y comparativo, puesto que representa un primer acercamiento al universo de los diarios *online* que ejercen el periodismo electrónico en la República Dominicana. Pretende además confrontar los resultados de la aplicación del cuestionario con las observaciones de los portales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*. Por tanto no contiene hipótesis.

La observación es la técnica de investigación científica escogida, y como instrumento se utilizó una guía de observación elaborada a la medida de los aspectos empíricos a estudiar, a fin de facilitar la tarea de revisión de los elementos del periodismo digital. Esta guía de observación estará compuesta por un número de tablas que permitan recoger la totalidad de las características de los componentes de los portales. Posteriormente, se confeccionan gráficas y tablas auxiliares como sea necesario para optimizar la interpretación de los datos obtenidos.

Este análisis partió desde una perspectiva funcional de los portales de la muestra, que permitió alcanzar la identificación y el conocimiento de los diversos elementos que los componen, las tecnologías que soportan su plataforma y el estado de evolución en el cual se encuentran, a fin de tener una visión de su situación mediática actual. Si el punto de partida de esta investigación se fija en los sitios digitales dominicanos, la necesidad de estudio de sus componentes contribuirá a alcanzar una óptica de sus tendencias de evolución.

Esta investigación precisa de un proceso de investigación de la realidad observable, consistente en la recopilación de datos, su ordenamiento y su posterior análisis a partir de la observación de una parte limitada del universo o población que constituye la muestra. Según Galindo Cáceres (1998), un estudio con un propósito exploratorio es aquel que se fundamenta en tener un primer acercamiento al fenómeno o tema estudiado. Se pretende identificar las características generales o dimensiones de un problema poco abordado con anterioridad.

B) Métodos de la investigación:

Este estudio se basó en el uso del método inductivo (de lo particular a lo general), debido a que se establecieron enunciados universales a partir de la experiencia, la observación de un fenómeno concreto de la realidad, el registro de los resultados analizados y la evaluación de estos resultados, es decir se parte de casos particulares. Se realiza un relevamiento de información (videográfico y hemerográfico) y esta investigación se respalda en instrumentos metodológicos, como la comparación, la encuesta y la entrevista. La encuesta y la entrevista se han convertido en herramientas

fundamentales para el estudio y análisis de las relaciones sociales, ya que se emplean para conocer el comportamiento de grupos de interés; por esta razón, la encuesta y la entrevista fueron elegidas entre las técnicas de investigación.

Este proyecto de investigación mezclará dos métodos principales: el análisis de contenido de los tres sitios (*Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*) para identificar los elementos de periodismo electrónico presentes, así como una encuesta con periodistas y editores digitales para comprender las motivaciones e interpretaciones de los actores. La encuesta permite establecer una relación directa con las personas que están en contacto permanente con la realidad en estudio. El cuestionario a los periodistas que trabajan en los medios de la muestra constó de 12 preguntas de selección múltiple. De igual modo, se realizaron entrevistas a los responsables de las ediciones digitales para ampliar el marco teórico sobre el periodismo digital que se realiza en la República Dominicana.

En relación con el plan de análisis, los resultados serán evaluados en cuadros, tablas, gráficos y esquemas, pues una de las técnicas de investigación es la encuesta, la cual permite la integración de todos estos elementos estadísticos.

C) Características de la muestra:

Para nuestro estudio, hemos seleccionado los casos del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*, diarios de información general, entendidos como aquellos que presentan un mayor número de visitas únicas y páginas vistas por día. *Clave Digital* también es el primer diario de naturaleza electrónica en el país. Estos espacios en línea han experimentado una reestructuración en los últimos años.⁴ Para el estudio de casos se eligieron los principales diarios digitales de información general de la República Dominicana, atendiendo a su nivel de difusión y a su relevancia (antecedentes históricos, nivel de penetración e influencia en la opinión pública). En todos los casos, se trata de periódicos con amplia experiencia en Internet.

Para los empresarios de las casas editoras, el ingreso a la red era un paso cargado de desafíos. Representaba por un lado una manera de prestigiar a sus medios con inversiones tecnológicas y recursos humanos de calidad. Y por otro, significaba la posibilidad de establecer un novedoso canal para acceder a nuevos lectores, especialmente un público joven que no está interesado en la prensa.

El hecho de ser periódicos digitales más consultados nos indica que son medios relativamente exitosos, capaces de marcar tendencias dentro del sector de la prensa en línea de información general a pesar de ser una industria tan inestable y dependiente a influencias políticas, sociales y económicas.

⁴ *Clave Digital* cesó sus operaciones en agosto de 2010 tras problemas económicos y presiones políticas.

Es necesario destacar que los elementos que se evalúan en los sitios del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* son la multimedialidad, para las editoras periodísticas supone la posibilidad de integrar en un mismo soporte todos los formatos (texto, audio, fotografías, animaciones, entre otros); la hipertextualidad, para acceder a la información en los entornos digitales a través de enlaces, y la interactividad, un concepto que remite a la idea de que los miembros de la audiencia pueden iniciar y desarrollar acciones de comunicación. También se estudian los contenidos informativos, que se tratan de aquellos contenidos editoriales que forman parte de la cabecera *online*; y los servicios al lector, que son herramientas que ponen a disposición de los usuarios un conjunto de facilidades.

Se requiere interpretar los resultados obtenidos desde la óptica de la estrategia comunicacional que se pretende perfilar para rentabilizar estos nuevos canales de información, ya que la clave de su éxito está en tener un plan de negocio realista y rentable. La autofinanciación de los portales es el punto primordial de su supervivencia. Las empresas periodísticas necesitan nuevas fórmulas de generación de negocio.

Fruto de una exhaustiva revisión bibliográfica en torno al periodismo electrónico, se percibe una muy escasa profundización en la identificación, definición y clasificación de los elementos componentes de los portales. Los resultados obtenidos permiten identificar cuáles son aquellos sitios más avanzados en periodismo digital. Se podrá también establecer cuáles elementos componentes de los portales son los más frecuentes en el periodismo electrónico dominicano, y cuáles grupos de comunicación tienen clara su estrategia en el nuevo contexto del periodismo electrónico.

D) Técnicas o instrumentos de investigación:

Se ha diseñado una investigación de tipo descriptiva, con el fin de poder especificar las características de los portales digitales mediante una metodología basada en el estudio de caso comparativo. En este estudio recurrimos a la navegación *web* para la obtención de la información necesaria. Esta exploración fue continua y reiterada a lo largo de la investigación, debido a los posibles cambios estructurales que pudieran producirse.

La guía de observación realizada está compuesta por un número de tablas que permiten recoger la totalidad de las características de los diarios en línea. También, se realizaron gráficas y tablas auxiliares para optimizar la interpretación de los datos obtenidos. Para que los datos recopilados puedan transformarse en sólidos e irrefutables, fue necesario llevar a cabo una serie de análisis estadísticos de los elementos de los portales, que permitieron satisfacer los objetivos de nuestra investigación.

Los instrumentos de recolección de datos que se incorporan en esta tesis de postgrado son:

- Encuesta a 50 periodistas y editores que ejercen el periodismo digital en la República Dominicana.
- Entrevistas a editores, especialistas y encargados de Tecnología de los medios que conforman la muestra. Esto se realizó para construir el marco teórico de la tesis, debido a la falta de documentos o estudios que nos

hablaran sobre el periodismo electrónico que se realiza en los medios de la muestra. Las entrevistas serán a:

- Eli Heileger, editor *web Diario Libre*
- Gustavo Olivo Peña, editor en jefe y fundador de *Clave Digital*.
- José Ares, director de Desarrollo y Tecnología de *Diario Libre*.
- Sergio Cabrera, encargado de Tecnología de *Clave Digital*.
- Juan Camilo Cortés, diseñador *web de Clave Digital*.

➤ Análisis de contenidos de los sitios digitales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*. Las fichas recogen los datos identificativos del medio y las variables de análisis.

En el apartado correspondiente a los resultados se comparan los hallazgos de la encuesta, las entrevistas y el análisis de los contenidos de los tres espacios digitales. Las observaciones de los portales nos ayudan a completar la tabla de criterios con los elementos que caracterizan a un sitio de periodismo electrónico.

E) Procedimiento de investigación:

Se siguieron los siguientes pasos para el diseño de la investigación:

1. Empleo de técnicas de recopilación documental y revisión de la literatura que permiten conocer el contexto de la investigación.
2. Diseño de una metodología no experimental que al no manipular deliberadamente las variables del análisis, nos permite lograr los objetivos. La ficha de recogida de datos se diseña en esta segunda fase de la investigación.
3. Para el estudio de los casos seleccionados se recogen los datos correspondientes a cada medio a partir de la ficha de análisis.
4. Interpretación, comparación y discusión de los resultados sobre los que se basan las conclusiones finales.



Universidad de
San Andrés



Parte II

Universidad de
San Andrés

Capítulo IV: Análisis de datos

En este segundo apartado del proyecto de investigación se presenta la tabulación de los resultados obtenidos durante los meses de análisis y los datos revelados en el proceso de observación de los tres sitios digitales (*Listín Diario, Diario Libre y Clave Digital*), así como la presentación de los resultados surgidos a partir de la aplicación del formulario de encuesta a 50 periodistas y editores de los medios evaluados junto con sus respectivos gráficos.

Para cada pregunta del cuestionario, se realizó una tabla con los datos recogidos y el esquema que ilustra el comportamiento del aspecto evaluado. Se enumeran después las conclusiones a las que nos llevaron los resultados tabulados. En algunas preguntas del cuestionario se permitía seleccionar más de una opción.



A) Historia y tabla de criterios (hallazgos):

Aquí se presentan los resultados del proceso de análisis y observación de los portales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital*.

- ***Listín Diario (www.listindiario.com)***

Periódico de gran circulación fundado el 1 de agosto de 1889 por Arturo Pellerano Alfau y Julián Atilés en la ciudad de Santo Domingo, bajo el título del "Listín Diario Marítimo", el



cual en principio consistía en una hoja de información sobre el tráfico marítimo. Es uno de los primeros diarios de la República Dominicana, y el único que sobrevive.

El *Listín Diario digital* surgió en enero de 2006. En sus inicios era poco creativo y lineal. Tenía pocas herramientas electrónicas; consistía en una simple reproducción de los contenidos informativos de la edición impresa. A principio de 2010, la empresa realizó un rediseño del sitio con elementos propios del periodismo electrónico.⁵ Este portal representaría una de las mejores páginas en línea del país por la incorporación de innovadoras herramientas electrónicas en su última estructuración, como los encuentros

⁵ El *Listín Diario digital* se alimenta del impreso. Pero lo cierto es que la rutina de actualización ha mejorado en comparación con sus inicios, cuando las actualizaciones eran escasas. Los editores generales determinan las noticias diarias que se publicarán en el portal y a las que se les dará un mayor tratamiento en la edición impresa. Existe un intercambio continuo de información entre los dos medios.

digitales, los vídeos, los vínculos y la diversidad de secciones.⁶ En la actualidad, se critica un supuesto apoyo del diario hacia el oficialismo y una orientación en contra de la migración haitiana a territorio dominicano. El periódico es usualmente reactivo a presentar opiniones contrarias al presidente Leonel Fernández.

Los horarios de trabajo del diario digital son de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde y de 9:00 de la mañana a 6:00 de la tarde. A inicio del día, se realiza una reunión de editores para determinar los hechos que los reporteros y reporteras cubrirán durante el día. La edición digital traslada todo el contenido informativo del diario impreso a la red, sin modificaciones, lo que se traduce en que las noticias en ambos soportes coinciden. Las noticias que aparecen en la portada a primera hora de la mañana son las mismas que las publicadas en el papel, aunque el orden jerárquico varíe.

Pero se aprecia un esfuerzo por organizar la información periodística. Es evidente que el diario es consciente de que Internet es un medio de información que exige y posibilita la creación de nuevos contenidos, y por tanto una nueva manera de organizarlos. La nueva edición del periódico incorpora nuevas herramientas de navegación por las páginas, nuevo diseño y un incremento de la capacidad de participación de los lectores a través de foros, cartas, encuestas (...). Con la incorporación de nuevas tecnologías de edición y tratamiento permite empaquetar la información con destino a diferentes aparatos multimedia, desde ordenadores hasta teléfonos móviles.

⁶ El diario digital está integrado por la editora general Alicia Estévez, el sub-editor de la noche Juan José Pérez y cuatro periodistas (Raiza Marte, Deyanira Polanco, Juan José Pérez y una pasante). Además, cuenta con un fotógrafo propio (Juan Santos), un chofer, un webmaster o coordinador técnico y tres encargados de tecnología (José Luis Polanco, Leurys Castillo y Alexander Hernández).

▪ ***Diario Libre (www.diariolibre.com)***

Diario Libre forma parte de la prensa de distribución gratuita en la República Dominicana. Fue el primer periódico puesto a circular bajo esta modalidad.⁷ Cada mañana, de lunes a sábado, distribuye más de 132 mil 650 ejemplares en hogares y puntos de expendio de Santo Domingo y las principales ciudades del interior del país. Esta circulación ha sido auditada por el Instituto Verificador de Circulación (IVC). Esto convierte al *Diario Libre* en el periódico de mayor penetración en los hogares ABC del país, cuya publicación avanzada permite la segmentación de la publicidad encartada a un menor costo.⁸



Diario Libre.com es la versión digital del periódico con el contenido informativo en constante actualización, además de una versión en archivo descargable fiel a la edición impresa. El número de lectores únicos varía y se calcula por ordenadores, y no por cada usuario que entra a la página. La cantidad ronda entre los 550 mil visitantes únicos por

⁷ La primera edición se publicó en mayo de 2001 como el primer periódico gratuito de la República Dominicana, y desde entonces rompe los esquemas mercadológicos e informativos, posicionándose en corto tiempo como líder en lectoría sobre los demás periódicos del país.

⁸ *Diario Libre* es el primer diario en llegar cada mañana a 70 mil hogares y más de 500 puntos de expendio solo en el Distrito Nacional (Santo Domingo).

mes. Así lo revela el Departamento de Tecnología. Su actualización continúa genera alrededor de 1.8 millones de entradas mensuales (7, 900,000 páginas visitadas).⁹

Los comentarios son moderados por el editor general del medio, Eli Heileger. Los lectores deben registrarse para poder comentar una noticia. Un personal comprueba la veracidad de la información y es cuando se permite la realización del comentario. No obstante, el portal se reserva el derecho de publicar los comentarios hechos por sus lectores, aunque estén registrados. Según el Departamento de Tecnología, de unos 2 mil comentarios que llegan al servidor de *Diario Libre*, se publican alrededor de 200 comentarios, ya que los demás -a su juicio- no cumplen con los requisitos éticos.

En cuanto a la estructura de las noticias, se sigue el modelo del periódico tradicional: un titular, un pequeño texto de apoyo y un enlace si se quiere más información. La organización de los contenidos informativos es idéntica a la del diario impreso. Aunque el soporte, como es evidente, obliga a modificar la presentación de las informaciones. En cuanto a la portada, la de la edición digital difiere bastante de la de la edición impresa. La portada digital cambia continuamente en función de las constantes actualizaciones que efectúa el diario a lo largo de la jornada. Se caracteriza por una gran flexibilidad.

⁹ Es uno de los portales noticiosos más visitados de la República Dominicana, razón por la que fue elegido como franquicia para los premios Arroba de Oro. *Diariolibre.com* permite también la interactividad de los usuarios y concede el acceso a las demás publicaciones del Grupo Omnimedia, como las revistas Estilos, Mujer Única y Novias.

- **Clave Digital (www.clavedigital.com)**

El 17 de marzo de 2004 fue fundado el periódico electrónico *Clave Digital* por un grupo de periodistas desempleados, provenientes del periódico *El Caribe*. Fausto Rosario Adames, Víctor Bautista y Gustavo



Olivo Peña crearon el diario en línea, con el propósito de realizar un periodismo alternativo, libre de ideologías particulares y que creara un vínculo con las distintas comunidades.¹⁰ Su línea fue eminentemente profesional, destacándose por la objetividad y la participación entusiasta y libre de sus lectores, tanto en los comentarios de las noticias, reportajes, análisis y opiniones como en su irreverente foro.

En 2006, Media Team Dominicana, empresa editora de *Clave Digital*, fue adquirida por el Grupo Abrisa, propiedad de la familia Hazoury, mientras que sus antiguos propietarios se mantuvieron al frente de sus cargos ejecutivos. Esta adquisición expandió el pequeño medio digital al crearse el semanario Clave, en 2006, con mayores contenidos en formato tabloide. Los reportajes periodísticos de *Clave* tenían una excelente profundidad y tratamiento de la información; el medio se coronó de galardones. Al mismo tiempo, la edición digital fue modernizada y ampliada en su formato, dando cabida a más secciones interactivas, *blogs*, segmentos de opinión, una completa sección

¹⁰ Por *Clave*, pasaron excelentes profesionales del Periodismo, como Ana Mitila Lora, Víctor Bautista, Isaías Ortiz, Edwin Ruiz, Kaelis Bautista, Nicanor Leyba, Lery Laura Piña, Mercedes Gonzáles, Ezequiel Abiú López, Diógenes Pina, Santiago Almada, Edith Febles, Riamny Méndez, Rafael Núñez Grassals, Linda Valdez Zambrano, entre otros. Sus equipos de diseño gráfico, fotografía e infografía también eran excelentes.

multimedia, y hasta una sección especial dedicada a la diáspora dominicana en Estados Unidos.

El número de visita de *Clave Digital* oscila entre 18 y 25 mil lectores por día, provenientes de distintos lugares del mundo, especialmente de República Dominicana, Estados Unidos y España. Los fines de semana baja el número de lectores. Un artículo llega a tener más de 500 comentarios. El foro y la sección de comentarios representan una verdadera y amplia comunidad.

Según Gustavo Olivo, fundador de *Clave Digital*, intentan elaborar las noticias gradualmente: primero dan la información disponible y después se edita con más elementos de apoyo y un contenido más elaborado. Las noticias publicadas siguen un proceso de edición continuada. Pero como en cualquier medio el factor tiempo es determinante y condiciona la elaboración de cualquier noticia, primando la velocidad por encima de la preparación y adaptación del contenido textual.

El primer nivel de lectura está formado por un titular, un subtítulo y un sumario. En *Clave* se cuida mucho la elaboración de los titulares porque, según afirma Olivo, importan mucho más que en papel, ya que actúan como enlace. Más de la mitad de las noticias publicadas introducen enlaces. La mayor parte de ellos son internos. La edición digital, a través de estas mejoras hipertextuales en sus noticias, ofrece así información relativamente contextualizada.

Clave destaca por su interés en una actualización constante de los contenidos informativos y por el fomento de la participación de sus lectores en el medio. Continuamente está innovando e introduciendo nuevos elementos, entre los que se

encuentran las infografías interactivas, que por sí solas podrían formar una unidad informativa, aunque de momento solo sirvan de complemento a las noticias.

Por ello, este medio representó, hasta su cierre, el más importante de los periódicos digitales de la República Dominicana. Su lema era: “¡La verdad aunque duela!”. El 4 de agosto de 2010, el director del semanario *Clave* y del diario electrónico *Clave Digital*, Fausto Rosario Adames, anunció el cierre de ambos medios por razones económicas y presiones de distintos sectores. El diario digital se extinguió el 6 de agosto de 2010, mientras que el semanario tuvo 230 ediciones, la última de fecha 5 de agosto de 2010.¹¹

Hasta el 6 de agosto, *Clave Digital* contó con un equipo de excelentes profesionales, muchos de ellos jóvenes proezas del periodismo. Entre los ejecutivos periodísticos que vieron extinguirse la luz de *Clave Digital* están: Fausto Rosario, director; Gustavo Olivo, editor en jefe; Linda Valdez Zambrano; editora de *Clave Digital*; Panky Corcino, editor de Actualidad del semanario *Clave*; Gabriela Read, editora de Ocio de *Clave*; Pedro Jaime Fernández, editor de Fotografía e Iván Pérez Carrión, editor de Cierre. Los columnistas también eran de primera línea.

¹¹ La empresa cumplió -en su totalidad- con los compromisos contraídos con los más de 200 empleados que quedaron en el medio tras una amplia depuración en abril de 2010.

A continuación la tabla de criterios con los resultados obtenidos a partir del análisis de los tres sitio *web*:

Contenidos informativos

Se entiende que un “producto informativo” es el que acentúa el papel jugado por la actualidad, la difusión y la comunicación, además de establecer una relación entre los nueve productos informativos más comunes en los portales periodísticos. La relación de estos productos se presenta codificada en las siguientes tablas para facilitar la recogida de datos:



a) Tabla I. Información/noticia

	Últimas noticias	Diario impreso en HTML o PDF	Suplementos y revistas	Informes especiales	Cobertura en tiempo real	Fotogalería	Ranking de noticias	Versiones regionales o locales
Listín Diario	Sí. Actualización informativa cada hora. En la página de inicio se indica la hora de actualización del sitio	No. La portada está disponible en la <i>web</i> de manera gratuita en PDF, mientras que la edición nacional no lo está. Suscripción de pago	Sí. Se publican los Clasificados, The Wall Street Journal, The New York Times, y otros servicios. Además, las revistas: Oh! Magazine, Ritmo Social, Zona N y Zona E	No tienen especiales en el sitio digital	No	No	Sí. Recuadro de las noticias más leídas. Pero no tiene un ranking de las noticias más comentadas	Sí. El Norte: noticias sobre las provincias del Norte del país
Diario Libre	Sí. Actualización informativa constante. En la página de inicio se indica la hora de actualización del sitio	Sí. La edición nacional está disponible en la <i>web</i> de manera gratuita en libro electrónico	Sí. Se publican los impresos del grupo Omnimedia, como Diario Libre Metro, Hábitat, La Casa, Estilos, Mujer Única, entre otras publicaciones	Sí. Tiene especiales en el sitio digital. Además, tiene secciones especiales: Ecos, Lecturas y Lo Último	No	Sí. Pero su actualización es esporádica	Sí. Recuadro de las noticias más leídas y comentadas. Una innovación del Diario Libre es el empleo de las versiones plurilingües, que es la versión en inglés de la página. Esta innovación es coherente dado el gran número de lectores residentes en los Estados Unidos	No
Clave Digital	Sí. Actualización informativa cada hora aproximadamente. En la página de inicio se indica la hora de actualización del sitio	Sí. Las ediciones del semanario Clave están disponibles en la <i>web</i> de manera gratuita en PDF y en libro electrónico	No	Sí. Disponibles en Clave Digital. Existencia de reportes y coberturas especiales	Sí	Sí. Sección especial de multimedia y fotogalería	No. Manejo exclusivo del editor	No

Fuente: Elaboración propia.

b) Tabla II. Información/servicio

	Pronósticos meteorológicos	Transporte público	Programación TV/Radio	Cartelera de cine	Directorios	Sorteos
Listín Diario	Sí. Pronósticos para las principales provincias de la República Dominicana, así como para las principales ciudades del mundo. También, tiene las mareas, las fases lunares, las estaciones, entre otros servicios	No	No	Sí. Listado de películas en exhibición por cine	No	No
Diario Libre	No	No	No	No	No	No
Clave Digital	Sí. Pronósticos para las principales provincias de la República Dominicana	No	No	Sí. Listado de películas en exhibición, junto con las críticas cinematográficas del analista y periodista Félix Manuel Lora	No	No

Fuente: Elaboración propia.

c) Tabla III. Información/ocio

	Juegos online	Concursos	Archivos de música/vídeo/animaciones	Horóscopo	Humor
Listín Diario	Crucigrama	Sí. La editora Listín Diario, a través de su programa educativo Plan LEA, y Unión Latina convocaron a la décimo novena edición del Concurso de Literatura Juvenil "Terminemos el Cuento". Las bases del concurso están disponibles en el portal	Sí. Archivo de videos	Sí	Sí. Archivo de humor político: Doña Mármara y su inofensivo marido Don Chichí
Diario Libre	Boquechivo y Rosca izquierda. Juegos de humor político	No	Sí. Archivo de videos	No	Sí. Archivo de humor político y social
Clave Digital	No	No	Sí. Archivos de videos y animaciones	No	No

Fuente: Elaboración propia.

d) Tabla IV. Información institucional

	Institucional	Arquitectura del medio	Información para lectores	Información para anunciantes
Listín Diario	Sí. Para contactarnos Historia Misión, visión y valores Publicidad Mercadeo División Radial División Impresos	Sí. Mapa del sitio	Sí	Sí. El equipo de venta está compuesto por tres ejecutivos y una supervisora de medios, Rosa Rijo. Una portada falsa cuesta RD\$ 95 mil; en los Clasificados cuesta RD\$ 45 mil y en las secciones tiene un valor de RD\$ 10 mil. Los expandibles, con opción de cierre, cuestan RD\$ 10 mil diarios. El Listín digital tiene 40 clientes activos que pueden segmentar sus anuncios según el horario y la región por un aumento del 25% del pago total
Diario Libre	Sí. Contactos Créditos Grupo Omnimedia	Sí. Mapa del sitio	Sí. No es muy visible	Sí. No es muy visible. Se consigue en las oficinas del diario. La portada falsa a principio del portal cuesta RD\$ 65 mil y a principio de una sección RD\$ 55 mil. Los banners en la portada oscilan entre RD\$ 35 mil y RD\$ 60 mil. En las secciones valen RD\$ 35 mil y en los artículos RD\$ 50 mil. También, hay anuncios para la versión móvil
Clave Digital	Sí. Contactos Historia Misión, visión y valores Publicidad Mercadeo Manual de estilo Organigrama	Sí. Mapa del sitio	Sí	Sí. La venta depende de la cantidad de visitas únicas del sitio

Fuente: Elaboración propia.

Servicios al lector/usuario

a) Tabla V. Adaptación de los contenidos a las necesidades de los lectores

	Personalización	Opciones de portada	Versión para imprimir	Ediciones para discapacitados
Listín Diario	No	No	Sí	No
Diario Libre	No	No	Sí	No
Clave Digital	No	No	Sí	No

Fuente: Elaboración propia.

b) Tabla VI. Recuperación, almacenamiento y distribución de contenidos

	Hemeroteca	Buscador	Artículos por correo electrónico	Contenidos para dispositivos móviles	RSS	Barra de navegación
Listín Diario	No	Sí	Sí. Los artículos pueden ser enviados a la portada de su perfil de Facebook, Twitter o correo electrónico	Sí. LD Iphone LD Móvil	Sí. Hay lectores RSS	Sí. Barra de navegación con acceso directo a las secciones más importantes
Diario Libre	No	Sí	Sí. Los artículos pueden ser enviados a la portada de su perfil de Facebook, Twitter o correo electrónico	Sí. LD Móvil	Sí. Hay lectores RSS	Sí. Barra de navegación con acceso directo a las secciones más importantes
Clave Digital	No	Sí	Sí. Los artículos pueden ser enviados a la portada de su perfil de Facebook, Twitter o correo electrónico	Sí. LD Iphone LD Móvil	Sí. Hay lectores RSS	Sí. Barra de navegación con acceso directo a las secciones más importantes

Fuente: Elaboración propia.

c) Tabla VII. Servicios comerciales

	Publicidad	Tienda virtual	Clasificados	Promociones
Listín Diario	Sí. Diferentes formatos de publicidad <i>online</i> que enlazan con los sitios de los respectivos anunciantes	No	Sí	Sí
Diario Libre	Sí. Diferentes formatos de publicidad <i>online</i> que enlazan con los sitios de los respectivos anunciantes	No	Sí	Sí
Clave Digital	Sí. Diferentes formatos de publicidad <i>online</i> que enlazan con los sitios de los respectivos anunciantes	No	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Áreas de participación de los lectores

a) Tabla VIII. Áreas de participación e interactividad

	Contacto con el diario	Entrevistas digitales	Foros	Charlas	Cartas de lectores	Votaciones/ encuestas
Listín Diario	Sí. Correo electrónico del medio y sus directores	Sí. Encuentros digitales: acceso al archivo de las entrevistas y encuentros en línea	Sí	No	No. Los lectores pueden enviar sus opiniones a través del correo electrónico	Sí
Diario Libre	Sí. Correo electrónico, así como los teléfonos del medio y sus directores	No	Sí	No	No. Los lectores pueden enviar sus aportes a través del correo electrónico	Sí
Clave Digital	Sí. Correo electrónico del medio y sus directores, así como los teléfonos. Cada artículo cuenta con la dirección de correo electrónico del editor que subió la información	No	Sí. Uno de los más importantes del país	No	Sí. Los lectores pueden enviar sus cartas y aportes. En el semanario Clave se dedican dos páginas a los aportes de los lectores	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Recursos audiovisuales/multimedia/hipervínculos

a) Tabla IX. Audio, vídeo y gráficos animados (infografías digitales)

	Audio	Vídeos/Redes sociales	Gráficos animados, interactivos/infografías digitales
Listín Diario	No	Sí. Los vídeos nacionales que tiene es producto de un acuerdo con el canal 13, Telecentro. Los internacionales son de agencias. Tiene enlaces a Twitter y Facebook. Las redes sociales se trabajan internamente. Los seguidores en Facebook ascienden a 3 mil 366 personas, mientras que en Twitter son 16 mil 864 seguidores	No
Diario Libre	No	Sí. Una persona se encarga de las redes sociales. Gran incidencia en Facebook	No
Clave Digital	Sí	Sí. Tiene enlaces a Twitter y Facebook. Los vídeos son únicos. Los periodistas y reporteros filman y editan sus propios vídeos. La empresa invirtió en cámaras Canon para estos fines. También, la sección es alimentada con aportes de los programas de investigación periodística de Alicia Ortega y Nuria Piera, algunos trabajos de la BBC o vídeos de Youtube	Sí. El fuerte de Clave es su sección multimedia. Sus infografías digitales son una de las mejores del país. Son realizadas por Juan Camilo Cortés. Además, hay una sección de documentos y reportes impresos, donde se publican los decretos presidenciales, comunicados de prensa, leyes y otros documentos de interés

Fuente: Elaboración propia.

b) Tabla X. Enlaces (hipervínculos)

	Enlaces externos	Enlaces internos	Noticias relacionadas	Bitácoras	Otros servicios
Listín Diario	No	Sí	Sí	Sí. Blogs de directivos y periodistas del Listín Diario, como María Isabel Soldevila, Miguel Franjul y Alexéi Tellerías	Sí. <u>Obituarios</u> : personas fallecidas <u>Religión</u> : noticias sobre religión y espiritualidad. Horarios de los oficios religiosos <u>Ventana</u> : informaciones variadas <u>Tecnología</u> : adelantos tecnológicos y nuevos productos en el mercado <u>Club de lectores</u> : es un programa de beneficios exclusivos para los suscriptores del Listín Diario, que brinda atractivos descuentos en importantes establecimientos comerciales en todo el país, además de ventajas en espectáculos y actividades. <u>Redes sociales</u> : (Twitter/Facebook)
Diario Libre	No	No	No	Sí. Blogs de directivos y periodistas del DL, como Adriano Miguel Tejada, Eli Heiliger, entre otros. Pero no son bitácoras propias de los periodistas, sino extensiones de columnas de opinión	<u>Redes sociales</u> : (Twitter/Facebook)
Clave Digital	Sí	Sí	Sí. Todos los artículos tienen noticias relacionadas y vínculos	Recomendaciones de algunos blogs de periodistas y ciudadanos	<u>Redes sociales</u> : (Twitter/Facebook)

Fuente: Elaboración propia.

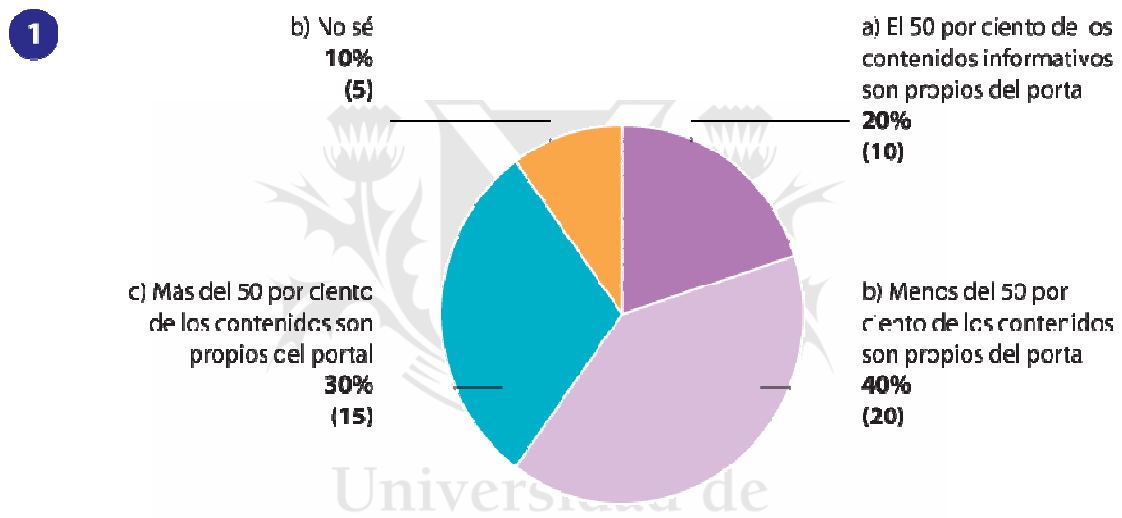
c) Tabla XI. Elementos fijos en los cybermedios

Cibermedio	Cabecera	Buscadores	Publicidad	Navegación	Servicios
Clave Digital	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Diario Libre	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Listín Diario	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

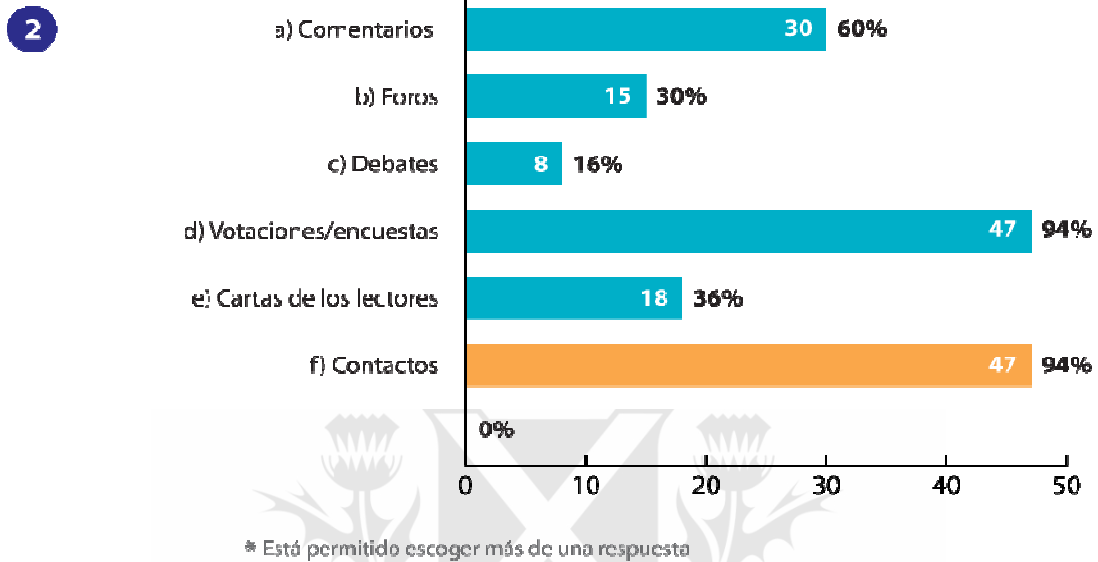
B) Resultados de la encuesta a los 50 periodistas y editores de los tres medios evaluados:

1. ¿En qué medida el portal (*Listín Diario, Diario Libre o Clave Digital*) utiliza los contenidos propios y los contenidos de la edición impresa?



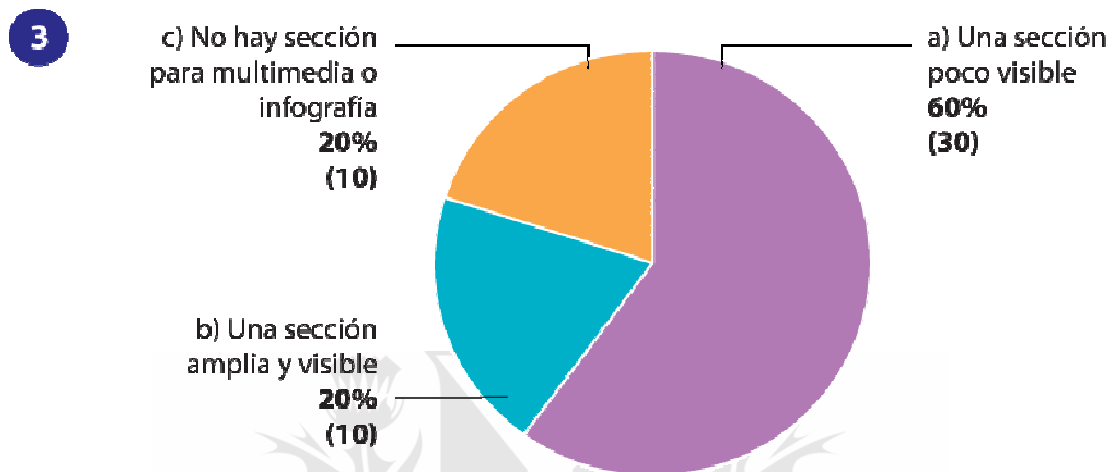
El 40 por ciento (20 de 50 periodistas digitales de los medios evaluados) piensa que menos del 50 por ciento de los contenidos son propios de los medios digitales dominicanos, el 30 por ciento considera que más del 50 por ciento son contenidos propios, el 20 por ciento opina que el 50 por ciento de las informaciones son propias y el 10 por ciento no maneja esa información.

2. ¿Cuáles áreas de participación promueve el medio?



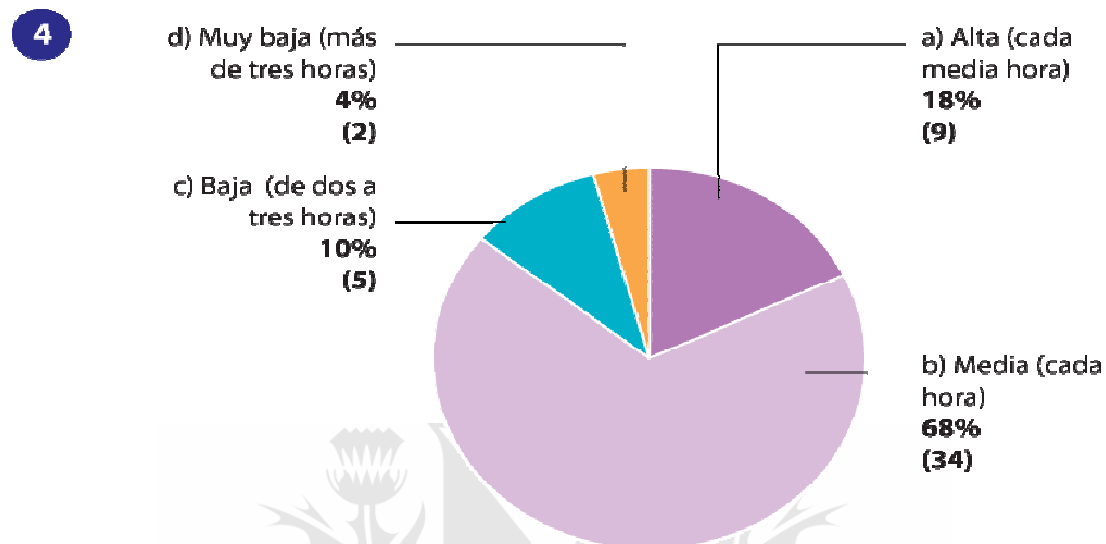
El 94 por ciento de los periodistas electrónicos expresa que el medio promueve la participación a través de las votaciones y encuestas, otro 94 por ciento dice que el medio ofrece los contactos para que los usuarios se comuniquen directamente, el 60 por ciento considera que sus portales utilizan los comentarios, el 36 por ciento afirma que los sitios tienen una sección de cartas de los lectores, el 30 por ciento resalta el uso de los foros y el 16 por ciento afirma que los medios recurren al debate para promover la participación.

3. ¿Cuánto espacio se destina para el audio, el vídeo y las infografías animadas en las ediciones digitales?



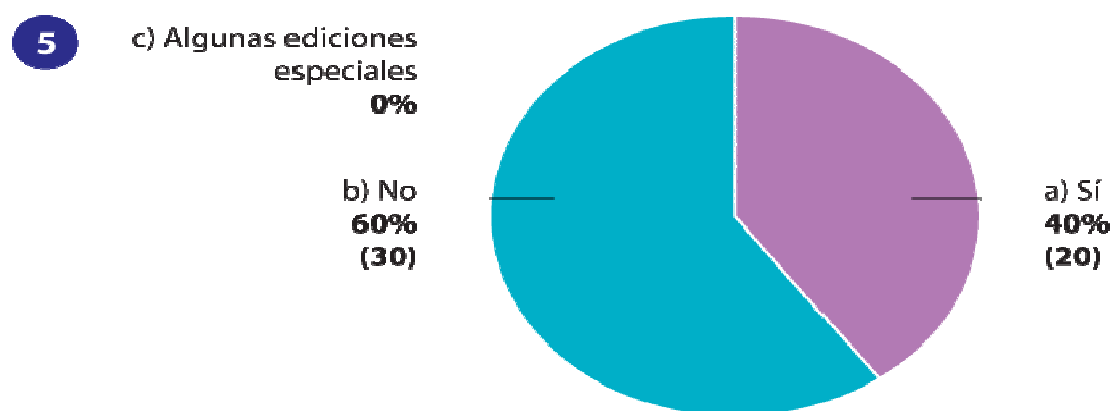
El 60 por ciento de los profesionales consultados afirma que los medios tienen una sección poco visible para los archivos de audio, vídeos e infografías animadas, el 20 por ciento dice que los medios digitales de la República Dominicana emplean una sección amplia y visible, y otro 20 por ciento considera que no hay una sección multimedia en los periódicos electrónicos del país.

4. ¿Con qué frecuencia se actualiza el sitio *web*?



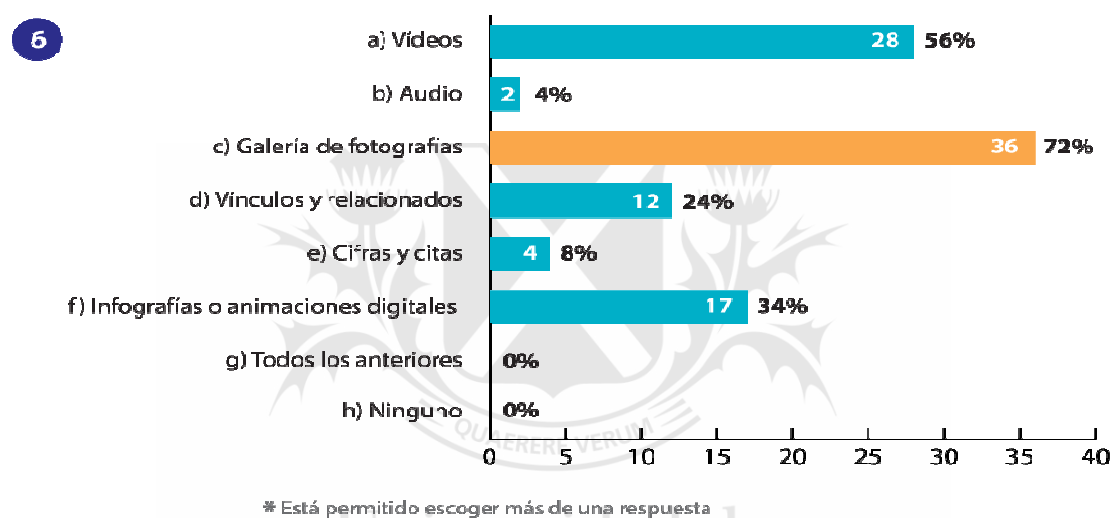
El 68 por ciento de los periodistas consultados manifiesta que los diarios en línea tienen una frecuencia de actualización media, el 18 por ciento dice que es alta, el 10 por ciento asegura que es baja y el 4 por ciento, muy baja.

5. ¿El medio cobra por leer la edición impresa?



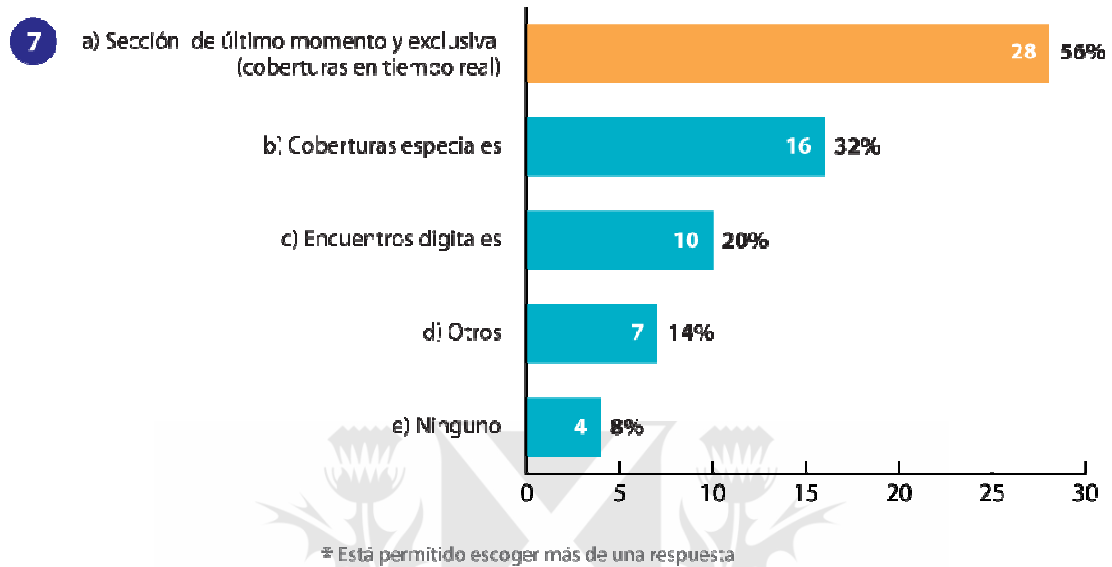
El 60 por ciento de los periodistas expresa que los medios electrónicos no cobran por leer la edición impresa, mientras que el 40 por ciento dice que sí se cobra por acceder a la edición impresa desde el portal.

6. ¿Cuáles recursos multimedia emplean junto al texto?



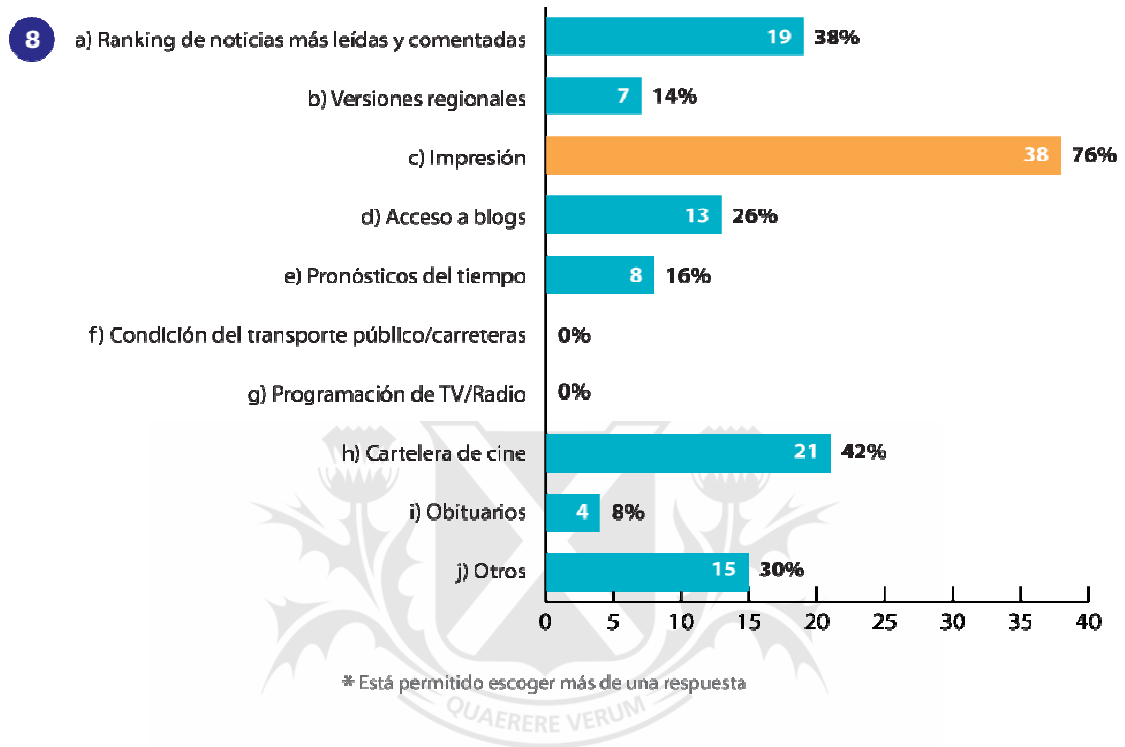
El 72 por ciento de los consultados dice que los sitios *web* utilizan galería de fotografías como recurso multimedia; el 56 por ciento expresa que usan los vídeos; el 34 por ciento, las infografías y animaciones digitales; el 24 por ciento, los vínculos y relacionados; el 8 por ciento, las cifras y el 4 por ciento, el audio.

7. ¿Cuáles innovaciones en contenidos y coberturas ofrece el medio?



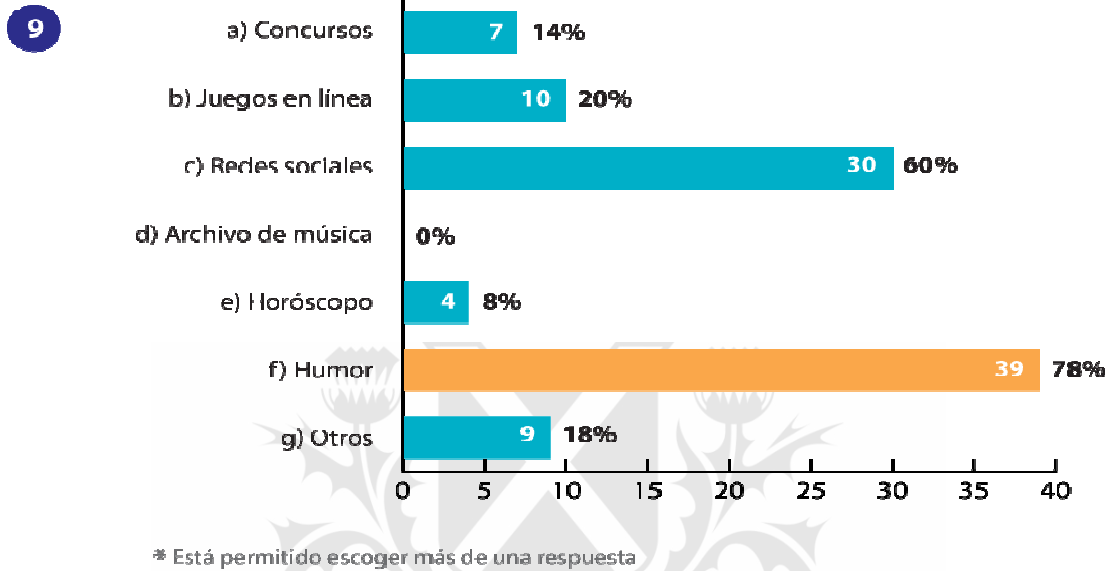
El 56 por ciento de los encuestados asegura que la sección de último momento y exclusiva es la principal innovación en contenidos de los medios locales; el 32 por ciento indica que las coberturas especiales; el 20 por ciento, los encuentros digitales; el 14 por ciento, otros y el 8 por ciento, ninguno de los mencionados.

8. ¿Cuáles servicios de información ofrecen al lector?



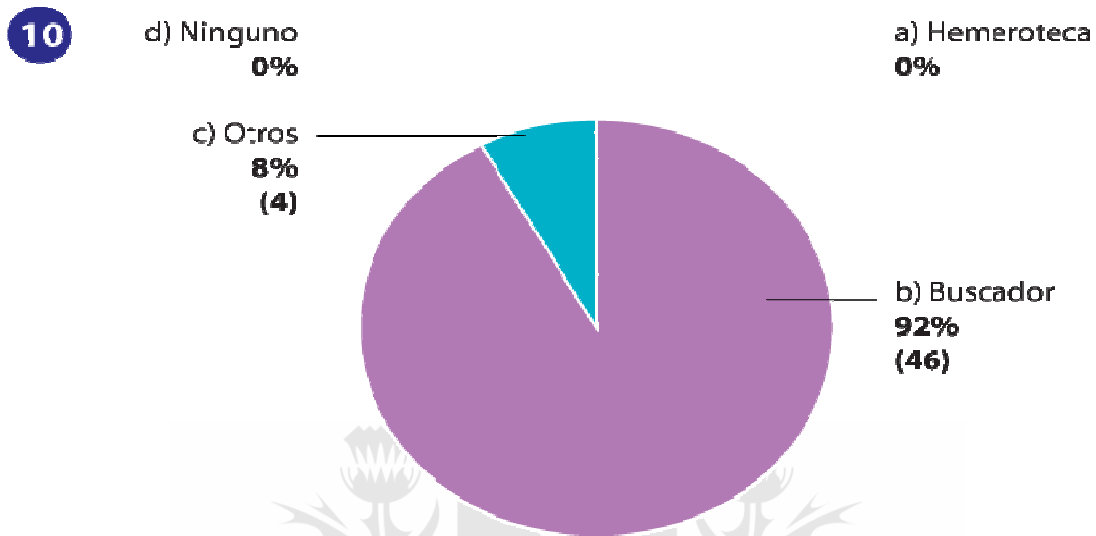
El 76 por ciento de los periodistas indica que los medios digitales ofrecen servicio de impresión; el 38 por ciento dice que brindan ranking de las noticias más leídas y comentadas; el 42 por ciento, cartelera de cine; el 26 por ciento, acceso a blogs; el 14 por ciento, versiones regionales; el 16 por ciento, pronósticos del tiempo; el 8 por ciento, obituarios y el 30 por ciento, otros.

9. ¿Cuáles servicios de ocio ofrecen al lector?



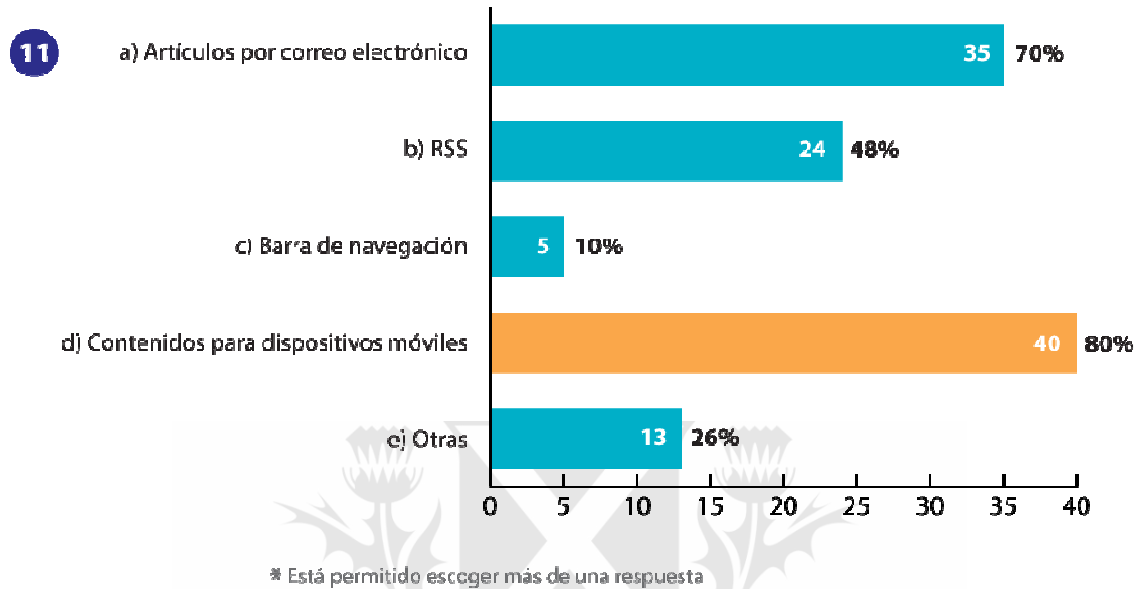
El 78 por ciento de los encuestados dice que los periódicos *online* tienen humor; el 60 por ciento, redes sociales; el 20 por ciento, juegos; el 18 por ciento, otros servicios de ocio no mencionados; el 14 por ciento, concursos y el 8 por ciento, horóscopo.

10. ¿Con cuáles recursos de recuperación y almacenamiento cuenta el medio?



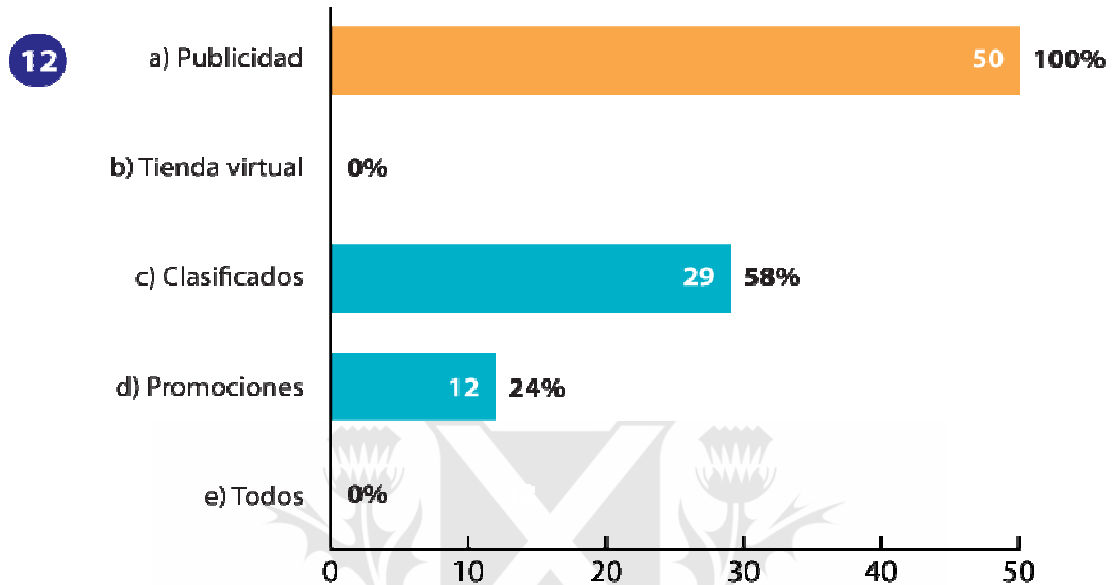
El 92 por ciento de los consultados revela que los diarios en línea tienen buscador como recurso de recuperación y almacenamiento, mientras que el 8 por ciento expresa que los portales tienen otras herramientas para este propósito.

11. ¿Cuáles innovaciones tecnológicas tiene el sitio digital?



El 80 por ciento de los periodistas dice que los cibermedios incorporan contenidos para dispositivos móviles; el 70 por ciento, artículos por correo electrónico; el 48 por ciento, RSS; el 26 por ciento, otras innovaciones tecnológicas y el 10 por ciento, barra de navegación.

12. ¿Cuáles servicios comerciales ofrece el medio?



* Está permitido escoger más de una respuesta

El 100 por ciento de los encuestados afirma que los medios digitales ofrecen servicios de publicidad; el 58 por ciento manifiesta que brindan clasificados y el 24 por ciento, promociones.

Nota: Los encuestados podían elegir más de una opción.

Capítulo V: Logro de objetivos de los hallazgos

Este capítulo recoge los resultados del análisis de los componentes de los portales periodísticos que configuraron la muestra, los cuales nos han permitido establecer el perfil actual de los diarios *online* dominicanos desde una perspectiva taxonómica. El objetivo general (identificar el grado de presencia de los elementos del periodismo electrónico en los sitios digitales del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* en la República Dominicana) fue conseguido a través del logro de los objetivos específicos, a partir de la medición de los indicadores que determinan el ejercicio del periodismo digital, como la presencia de elementos de multimedia o la habilitación de áreas de participación en los cibermedios.

La medición de los criterios que caracterizan a un periódico digital se efectuó por medio de la aplicación de una encuesta a 50 periodistas y editores que ejercen el periodismo *online*, así como la observación de los tres portales de la muestra. Se entrevistó también a especialistas, editores y encargados de Tecnología de los tres medios, a fin de recolectar información sobre la dinámica de trabajo en una redacción digital.

Los resultados del análisis fueron tabulados y esquematizados para una mejor comprensión de los datos revelados en este estudio. En las páginas siguientes se enumeran las conclusiones de la investigación. Hemos establecido una categorización propia sobre contenidos, servicios y lenguajes que los diarios electrónicos pueden llegar a emplear: contenidos informativos, servicios al lector, áreas de participación, recursos audiovisuales, hipervínculos, entre otros.

La investigación además comprueba la idea de que las ediciones en línea comenzaron recientemente (menos de 10 años) a explotar las posibilidades brindadas por el nuevo soporte. Así lo demuestra el nuevo rediseño del *Listín Diario* y el *Diario Libre*. Hasta el 2010, muchos de los diarios digitales del país no contaban con importantes recursos de la *Web 2.0*. La multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad son los principales recursos empleados en los portales. En los medios dominicanos comenzaron a explotarse algunas tímidas maneras de establecer contactos con los lectores a través de la expansión en el uso de los correos electrónicos por parte del equipo periodístico y de soporte técnico. En República Dominicana, el almacenamiento de los contenidos informativos representa un gran desafío, ya que no hay hemerotecas digitales. Pero los diarios *online* vigentes sí cuentan con buscadores internos para el acopio de contenidos diarios.

La actualización permanente de los contenidos informativos es una opción que permite a las editoras competir informativamente con otras industrias, como la televisión y la radio. Algunos de los diarios en línea analizados suelen identificar la fecha y hora en la que fue publicada una información, así como la hora de la última actualización, lo que permite que los lectores sigan las informaciones de manera cronológica. Con el transcurso de los años, los portales han avanzado en la actualización de la información, la incorporación de elementos multimedia, la elaboración de contenidos exclusivos, el uso de buscadores y la implementación de nuevas áreas de participación (foros, encuestas, comentarios, correo electrónico, etc.).

Los diarios en línea elegidos en la muestra demostraron la importancia que tiene la credibilidad con que gozan las editoras de reconocidas cabeceras. Las grandes compañías comerciales periodísticas son las que tienen los recursos económicos, humanos y materiales para experimentar en la red. Una de las principales preocupaciones de los agentes del sector al momento de lanzar una edición *online* es conocer el modelo de negocio que permitiría obtener beneficios económicos a partir de su presencia en Internet como proveedores de noticias. Hasta el momento, la generalidad es que las ediciones digitales no son tan rentables (*Diario Libre y Listín Diario*) como la edición impresa. Esta inexistencia de fórmulas exitosas y consolidadas es lo que afecta a los medios existentes. Para enfrentar esta desventaja de la plataforma digital, *Diario Libre* decidió ofrecer a sus lectores contenidos informativos y servicios de forma gratuita e insertar distintos formatos publicitarios. Según este análisis, la principal forma de financiación de los diarios electrónicos es la publicidad, tal como sucede en la industria radial.

Un diario en línea ofrece servicios de información general, contenidos de información especializada, suplementos, contenidos multimedia, servicios generales, servicios para la comunidad, entre otros. En la República Dominicana, las principales cabeceras *web*, *Diario Libre y Listín Diario*, ofrecen un amplio repertorio de la edición impresa. En cambio, *Clave Digital* ofrece los fines de semana la totalidad de los contenidos publicados en el semanario Clave. Conforme a los ejecutivos de este medio, se debe al deseo de que los reportajes de investigación periodística de su equipo tengan más alcance y divulgación, ya que el semanario Clave no posee una amplia red de

distribución en el territorio nacional. La página digital permite -a su juicio- una mayor difusión de los trabajos.

El desarrollo en la *web*, según lo revelado, es desigual. Generalmente son los grandes diarios nacionales, vinculados a los grupos de comunicación más sólidos, los que presentan rasgos de evolución más marcados. De igual manera, el estudio demuestra el escaso aprovechamiento del soporte digital por los medios dominicanos. La calidad de las ediciones en línea es baja, al menos en la adecuación de los contenidos a una plataforma multimedia. No hay diferencia en la presentación de las informaciones en la red (los periodistas redactan de manera similar a la versión impresa). La carencia de archivos digitales a disposición de los lectores, luego que el medio cierra, es un gran problema. Muy pocos canales de información en el país cuentan con un archivo histórico superior a los 10 años. No existen hemerotecas virtuales.

No obstante, un hallazgo positivo es el creciente interés de rediseñar y actualizar las ediciones digitales con la incorporación de soluciones multimedia más ajustadas a la potencialidad comunicativa del soporte digital (un ejemplo es el *Listín Diario*), así como incrementar la existencia de nuevas soluciones de explotación del medio, como el envío de información por correo electrónico o dispositivos móviles, y la publicación de noticias en redes sociales (un ejemplo es el *Diario Libre*). En República Dominicana, las redacciones de los diarios *online* son pequeñas (de no más de 10 periodistas fijos). Reciben la ayuda de colaboradores en distintas áreas. Por lo general, el 70 por ciento de los contenidos informativos provienen de la edición impresa, mientras que el 30 por ciento restante son informaciones propias.

En el capítulo de Conclusiones, ofreceremos un análisis comparativo para resaltar los principales rasgos que caracterizan la presencia del *Listín Diario*, *Diario Libre* y *Clave Digital* en Internet. Si comparamos a los sitios digitales internacionales, como El País o Clarín, con los portales dominicanos nos damos cuenta que existe poco desarrollo en servicios no convencionales, tales como el comercio electrónico.

Los resultados obtenidos de la ficha de análisis permiten valorar en qué proporción cada uno de los cibermedios observados apuesta por el texto o por la imagen. Para lograr esos datos, se han contabilizado el número de unidades informativas y el número de imágenes (publicidad, fotos, vídeos, gráficos, ilustraciones e iconos). De los doce elementos que actualmente se emplean en el diseño de las noticias, tres de ellos pertenecerían al grupo o tipología de las imágenes (foto, vídeo e infografía) y nueve corresponden a los elementos que se consideran de tipo textual. Además, conviene destacar cuatro que proceden del contexto digital y que no forman parte de la herencia del diseño periodístico tradicional. Esos elementos de diseño propiamente digitales son:

- Hora de publicación de la noticia. Debido a la posibilidad de actualización continúa de las noticias en Internet, la hora en que una noticia es publicada facilita a los usuarios el seguimiento de los temas, así como el conocimiento de quién la dio a conocer primero. A los medios les interesa cada vez más lograr “records” de inmediatez.
- Número de comentarios. La interactividad ha originado la aparición de este nuevo recurso que desvela el interés que un tema despierta en los lectores. Cuando una

noticia es muy comentada, se entiende que se trata de un tema sobre el que los demás no son indiferentes.

- Enlaces a temas relacionados: Este recurso nació a partir de las posibilidades de hipertextualidad y mayor documentación que ofrece Internet.
- Vídeos: Las imágenes multimedia comenzaron a ofrecerse desde los cibermedios en el momento en que la tecnología (ancho de banda) lo ha permitido. Se trata de un recurso que hasta ahora solo se podía encontrar en la televisión. El hecho de que todos los cibermedios lo incluyan en las páginas analizadas demuestra cómo los medios han comprendido que algunos temas requieren de la imagen en movimiento.

Estos cuatro elementos junto con los anteriormente citados se pueden combinar con otros según las necesidades informativas que en cada momento tenga el medio a la hora de diseñar su información. En nuestro análisis, se han podido recoger distintas formas diferentes de combinación de los doce elementos citados. La combinación más común es: Titular + texto.

Tabla XII. Diferencias y similitudes entre los diarios *online* de la muestra

Similitudes	Diferencias
Actualización informativa cada aproximadamente 45 minutos.	Diario Libre y Clave Digital ofrecen de manera gratuita la versión impresa del diario. Mientras que el Listín Diario ofrece el servicio por pago.
Los medios evaluados no ofrecen los servicios de información sobre el transporte público, la programación de TV/Radio, los directorios y los sorteos.	Listín Diario y Diario Libre publican sus suplementos; Clave Digital no lo hace.
Todos los portales analizados brindan información institucional, arquitectura del medio, información para los lectores e información para los anunciantes.	Clave Digital y Diario Libre ofrecen informes especiales; el Listín Diario no lo hace.
Los sitios en línea tienen versiones para imprimir.	Diario Libre y Listín Diario no cubren eventos en tiempo real; Clave Digital, sí.
Los cibermedios no tienen opciones de personalización, opciones de portada y ediciones para discapacitados.	El Listín Diario no tiene fotogalería; los demás, sí.
Todos tienen buscador, envíos de artículos por correo electrónico, contenidos para dispositivos móviles, RSS y barra de navegación. Pero no tienen hemerotecas.	Diario Libre y Listín Diario tienen rankings de noticias más leídas y comentadas; Clave Digital, no.
Los portales ofrecen servicios de publicidad, clasificados y promociones. Pero no cuentan con tiendas virtuales.	Solo el Listín Diario tiene versiones regionales.
Todos brindan contactos del medio, foros y encuestas para incentivar la participación. Pero no tienen charlas.	Listín Diario y Clave Digital ofrecen pronósticos meteorológicos y carteleras de cine; Diario Libre, no.
Los portales tienen elementos que se pueden considerar fijos, como: la cabecera, los buscadores, la publicidad, la navegación y los servicios.	Solo Clave Digital ofrece enlaces externos en sus noticias y artículos. Mientras que Listín Diario y Clave Digital son los únicos que tienen enlaces internos y noticias relacionadas. Diario Libre no utiliza enlaces de ningún tipo.
Los sitios <i>online</i> tienen vídeos y promoción en las redes sociales, así como enlaces a los blogs de sus directivos, periodistas o ciudadanos. Además, cada uno ofrece servicios únicos y propios de cada portal.	Listín Diario ofrece los servicios de ocio más completos: juegos <i>online</i> , concursos, archivos de vídeos, horóscopo y humor. Diario Libre no ofrece concursos, ni horóscopo. Mientras que Clave Digital solo brinda archivos de vídeos y animaciones.
	El único que da importancia y tiene una sección de carta de los lectores en el portal es Clave Digital. Pero el Listín Diario es el único que tiene entrevistas o encuentros digitales en vivo.
	Solo Clave Digital ofrece audio e infografías digitales o gráficos interactivos en su sitio <i>web</i> .

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VI: Conclusiones

Esta sección describe los principales hallazgos del análisis de los diarios digitales para determinar el uso y la incorporación de los elementos del periodismo electrónico en los portales dominicanos. En torno a las observaciones de los sitios del *Diario Libre*, *Listín Diario* y *Clave Digital*, se revelaron las siguientes conclusiones:

Contenidos informativos

- ◆ Algunos elementos como la cabecera, los motores de búsqueda y los menús de navegación por las secciones y servicios pueden considerarse elementos fijos.
- ◆ La mayoría de los periodistas dicen no tener entrenamiento específico para redactar para la *web*. La gran revolución tecnológica que ofrece Internet, la posibilidad de mantener una relación de doble vía con la audiencia, resulta un cambio sustancial en la dinámica de los medios. Sin embargo, parecería que los diarios digitales del país no acaban de asimilar y prepararse para afrontar el reto.
- ◆ Gran parte de los portales analizados no presentan un nivel de desarrollo en cuanto a productos informativos semejante a sitios internacionales, como El Mundo, Clarín, BBC y El País. Se concluye que los diarios *online* dominicanos tienen unos 10 años de retraso en comparación a la tendencia electrónica mundial; se encuentran en un nivel básico de desarrollo de los productos y servicios propios del periodismo digital. Este escaso nivel puede deberse principalmente a su heterogeneidad, elaboración costosa, disponibilidad de insuficientes recursos técnicos, entre otros. Pero la verdad es que las razones precisas aún se estudian.

- ◆ Dentro de los contenidos informativos existen varias fuentes: contenidos producidos exclusivamente para el sitio, los cuales se renuevan a lo largo del día, así como los contenidos de la edición impresa que se actualizan a diario.
- ◆ Observamos tres formas de organizar la información: secciones, portales verticales y suplementos. En el *Listín Diario* se publican los Clasificados, The Wall Street Journal, The New York Times y otros servicios. Además, las revistas Oh! Magazine, Ritmo Social, Zona N y Zona E. Mientras que en el *Diario Libre* se publican Metro, Hábitat, La Casa, Estilos, Mujer Única, entre otras publicaciones.
- ◆ Los informes especiales es una atractiva oferta informativa. Es una opción nueva, pero en crecimiento.
- ◆ Los medios digitales poseen nuevas áreas de agrupación de contenidos: secciones, informes especiales, la fotogalería, así como los rankings de noticias más comentadas y leídas. Los rankings de noticias es un tipo de información que se construye en el transcurrir de las horas. Un contador de visitas nos indica los gustos de los usuarios. Si bien todas las editoras en línea tienen acceso a esta información, solo *Diario Libre* y *Listín Diario* la hacen pública. *Clave Digital* la utiliza como insumo interno.
- ◆ El único diario que hace uso de las versiones regionales es *Listín Diario* (El Norte: informaciones sobre las provincias del Norte del país). Esto representa una herencia de las estrategias empresariales, concebidas para los diarios impresos.
- ◆ Las ediciones digitales de los periódicos impresos deben desarrollar un conjunto de características propias que definan su propia idiosincrasia para poder ser

- denominadas prensa digital y que la deslignen de sus referentes impresos. Las ediciones digitales dominicanas necesitan diferenciarse de sus versiones impresas.
- ◆ Unas de las particularidades más sobresalientes de las ediciones digitales son la actualización constante y la generación continúa de noticias que sigue estando bajo los parámetros narrativos de la prensa impresa.
 - ◆ Los portales en línea brindan por lo general datos institucionales del medio: historia, código ético, cultura empresarial, información para anunciantes, entre otros.
 - ◆ El medio enfrenta serias dificultades a la hora de rentabilizar su producción informativa digital. Sin duda, el desafío al que nos comprometimos con este estudio fue el de evaluar tres medios digitales inmersos en un acelerado proceso evolutivo. En el camino uno de ellos anunció el cese de sus operaciones. En este sentido, creemos que existen factores externos a las propias editoras que influyen en los contenidos, servicios y condiciones de acceso social; factores socioeconómicos, culturales y tecnológicos.
 - ◆ Los diarios *online* son productos industriales muy complejos, debido a la gran cantidad de servicios y tipos de informaciones que involucran. No es fácil mantener el flujo continuo de información. Tienen además modelos de negocio inestables. Resta por descubrir cuáles serán los modelos de negocio que permitirían que las editoras alcancen rentabilidad económica en la *web*.
 - ◆ La función central en los diarios en línea es la del editor *web* o editor general. Tiene responsabilidad por lo publicado, organiza la cobertura informativa, selecciona las noticias y temas, y construye la portada. Otras profesiones

importantes son: periodistas, fotógrafos, diseñador *web*, especialistas en tecnologías digitales, entre otras.

- ◆ Desde la aparición de las primeras ediciones digitales en República Dominicana (1998) hasta este momento (2010), podríamos distinguir tres fases:

1ª fase (1998-2005). La información es una copia exacta de la presentada en la edición impresa. Poca innovación y experimentación.

2ª fase (2005-2008). Empiezan a introducirse, aunque tímidamente, elementos multimedia (chats, foros, infografías animadas, vídeo, audio, etc.) y existe una constante actualización de noticias de última hora. Hay un esfuerzo por una actualización de contenidos más o menos constante.

3ª fase (2009-2010). Se empiezan a desarrollar estructuras noticiosas hipertextuales, versiones para teléfonos inteligentes y redes sociales. Existe interés en incrementar el contacto con los lectores. Los digitales dominicanos han desarrollado características que marcan una personalidad a grandes rasgos. Es la fase en la que nos encontramos ahora.

- ◆ Todavía la mayoría de los diarios *online* están estancados en la primera u segunda fase. Todavía no se aprecia ningún cambio considerable que vaya más allá de la introducción de enlaces relacionados a otras informaciones y algunos retoques ocasionales en los titulares destinados a la edición digital.
- ◆ En el amplio abanico de los portales periodísticos destacan -por el nivel de desarrollo que presentan sus productos y servicios- aquellos cuyo origen proviene de la prensa impresa. Los sitios en línea dominicanos más avanzados pertenecen a los grandes grupos de comunicación.

Servicios al lector/usuario

- ◆ En el contexto actual de crisis publicitaria se ha constatado el fracaso de los tradicionales medios publicitarios de financiación de los portales. Las nuevas propuestas que surgen apuntan hacia el cobro por sus contenidos, a pesar del riesgo subyacente de pérdida de audiencia. Esta es una tendencia internacional; otros sitios *online* de Europa, Estados Unidos y América Latina también están modificando su estrategia mediática.
- ◆ Los sitios en línea tienen un tiempo de actualización promedio de media hora a una hora aproximadamente. En la portada o página de inicio se muestran la hora y la fecha de publicación de los artículos informativos. Los tres diarios analizados detienen su flujo informativo en la madrugada, horas en las que cuelgan los contenidos de sus ediciones impresas. Pero lo cierto es que los medios dominicanos deberían mejorar su rutina de actualización en la noche y en la madrugada.
- ◆ Por lo general las ediciones impresas son ofrecidas -de manera gratuita- en los sitios *online*, con excepción del *Listín Diario* que solo la portada está disponible en la *web*, mientras que la edición nacional no lo está. Se requiere de suscripciones, una tendencia internacional.
- ◆ Sobre las versiones plurilingües, *Diario Libre* incorporó el servicio de traducción en inglés de su página digital, con el fin de atraer lectores extranjeros o dominicanos residentes en Estados Unidos.
- ◆ Los diarios analizados tienen acceso a las bitácoras digitales de sus directivos, periodistas o colaboradores. Suelen también recomendar *blogs* ciudadanos.

- ◆ En relación con los servicios que ofrecen, los contenidos presentes en la totalidad de los sitios analizados son: el pronóstico meteorológico para distintas ciudades y las carteleras de cine. Pero no ofrecen información sobre el transporte público, directorios y programación de TV/Radio. *Diario Libre* necesita innovar en este aspecto.
- ◆ El ocio es una vía parcialmente novedosa que los medios en línea están explotando, especialmente los juegos, el humor, el horóscopo, los archivos de videos y los concursos. De los analizados, el portal más completo en este aspecto es el *Listín Diario*.
- ◆ Durante el estudio, se reveló que los servicios *online* son escasos. No hay en la mayoría de los portales personalización y opciones de portada (la capacidad de ofrecer portadas diferentes). No obstante, sí cuentan con opciones de impresión de artículos.
- ◆ El almacenamiento, recuperación y distribución de los contenidos es un verdadero problema, ya que solo cuentan con buscadores. Cabe resaltar que los medios analizados permiten el envío de artículos a los correos electrónicos (una manera de compartir información), lectores RSS y barra de navegación.
- ◆ El desarrollo de dispositivos móviles con acceso a Internet y su auge en el país en el último año provocaron que todos los diarios electrónicos cuenten con ediciones para teléfonos inteligentes.
- ◆ Los servicios comerciales se fundamentan en la publicidad, los clasificados y las promociones. *Diario Libre* es uno de los portales con mayor variedad comercial.

Alrededor de 18 anuncios están colgados en cada uno de los sitios *web*. Gran parte de los ingresos provienen de la publicidad.

- ◆ En nuestra investigación comprobamos que los cibermedios cuentan con foros, cartas de los lectores, contactos, debates, votaciones y encuestas para incentivar la participación y contacto con los usuarios. *Listín Diario* es el único que emplea encuentros digitales (cualquier lector, previo registro obligatorio, puede enviar su pregunta o comentario al entrevistado del momento). Mientras que *Clave Digital* tiene uno de los principales foros en la red e incentiva las cartas de los lectores.
- ◆ El nivel de interactividad es de navegación, donde las unidades de información son fijas, estructuradas por el medio. El usuario de la información se traslada por los contenidos, pero a través de trayectos predeterminados de antemano.

Recursos audiovisuales/multimedia/hipervínculos

- ◆ Según los resultados del análisis, la fotografía se emplea a color salvo en contadas ocasiones que aparece en blanco y negro por exigencias del propio contenido (por ejemplo cuando se trata de fotos antiguas o de tipo artístico). En el caso del vídeo, éste siempre aparece a color. Respecto a la forma, tanto de las fotografías como de los vídeos, se adopta siempre la cuadrangular o rectangular.
- ◆ La presencia del vídeo aún es escasa en comparación con la presencia de la fotografía y su duración es corta debido a las limitaciones técnicas. Estas limitaciones también influyen negativamente en la calidad de la imagen que aún sigue siendo baja.

- ◆ Esta investigación demuestra una apuesta más decidida por el vídeo. Algunos autores opinan que la influencia de *Youtube* y de las agencias internacionales de noticias pueden haber contribuido a esta mayor presencia de los recursos audiovisuales en los periódicos digitales (Cabrera y López, 2008).
- ◆ Las noticias se estructuran mediante la combinación de hasta doce elementos de diseño que permiten realizar asociaciones; la más sencilla y extendida en los cibermedios se compone del titular y el texto.
- ◆ La mayoría de los medios analizados emplean más recursos de imagen que de texto, lo que apunta una nueva tendencia hacia lo visual sobre lo textual que coincide con las preferencias de las audiencias más jóvenes, según estudios específicos sobre sus consumos de información. Las imágenes más empleadas son las fotografías y los vídeos. Llama la atención el reducido empleo de las ilustraciones e infografías en la página principal. Las infografías animadas e interactivas son estimulantes para los internautas; captan mejor la atención del público. Y es que los contenidos multimedia (vídeo, audio e infografía) tienden a generar un impacto positivo en la satisfacción de los usuarios (Caminos Marcet, Marín Murillo y Armentia Vizuete, 2007).
- ◆ El color más empleado por los cibermedios (sin contar el blanco del fondo y el negro del texto) es el azul. Hay gran homogeneidad del diseño en los portales analizados y la existencia de unos rasgos comunes que pueden empezar a considerarse reglas generales, no heredadas del papel.

- ◆ Como componentes visuales en los periódicos se consideran fotografías, cuadros, gráficos, tablas, figuras, caricaturas, dibujos, mapas, logos o cualquier otro elemento gráfico. En ese sentido, los resultados de este estudio dan cuenta que las fotografías aparecieron en todas las primeras páginas de los diarios. Muchos de los artículos usaron este apoyo visual, dejando fuera opciones de carácter más referencial como los cuadros, gráficos, tablas y mapas.
- ◆ Paulatinamente, el audio, las imágenes en movimiento, los archivos multimedia y las infografías digitales van fortaleciendo su presencia. Un claro ejemplo de esta integración es *Clave Digital*, el medio con la sección de multimedia más completa. Tiene un diseñador *web* encargado de hacer esplendidas infografías digitales que acompañan a los reportajes periodísticos. De los tres medios analizados, es el único que utiliza las animaciones o infografías digitales. *Clave Digital* fue uno de los primeros diarios *online* en incorporar audio, fotogalería, vídeos propios, enlaces internos y externos, así como noticias relacionadas. Los artículos tienen noticias relacionadas y vínculos. Los mismos reporteros editan sus vídeos, los cuales alimentan la sección multimedia. Además, existe una sección de documentos y reportes impresos, donde se publican los decretos presidenciales, comunicados de prensa, leyes y otros documentos de interés público.
- ◆ Tras el auge de *Clave Digital*, los otros dos medios comenzaron a incorporar algunos de estos recursos: vídeos, fotogalería y vínculos. Pero nunca el de infografías animadas; una variación de la infografía impresa. La mayoría de los

gráficos animados que forman parte del caudal informativo de los diarios digitales son verdaderas piezas informativas.

- ◆ Los elementos gráficos que acompañan a las noticias en su versión impresa por lo general permanecen en la versión digital.
- ◆ Cabe resaltar que la mayoría de los enlaces utilizados por la muestra son internos (noticias relacionadas), y los únicos que hacen uso de estos elementos son *Clave Digital* y *el Listín Diario*.
- ◆ El uso de la estructura hipertextual, de la adaptación de los contenidos informativos a una dimensión multilineal, todavía no se hace factible. Ni siquiera el uso de los enlaces va más allá de informaciones complemento, añadidas al final del cuerpo de la noticia, que sigue manteniendo la estructura piramidal clásica. Lo cierto es que las causas de esta ausencia práctica no son claras. Quizás existe la idea de que el usuario no entenderá la estructura y abandonará el periódico por su incapacidad de seguir la información organizada hipertextualmente; sobre todo porque todavía no se ha aprendido a leer en este formato.

Capítulo VII: Establecimiento de un portal digital

Aquí tratamos de esbozar un modelo de portal digital conforme a los datos obtenidos en el presente estudio. Reagrupando los distintos elementos (productos informativos, servicios y productos documentales) por los diferentes niveles de desarrollo de un sitio *online*, obtendremos como resultado un modelo de portal digital que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla XIII. Modelo de un portal digital

PORTAL DIGITAL			
Elementos	Básico	Medio	Avanzado
Productos informativos	Noticias Suplementos Loterías Edición impresa	Especiales Programación TV	Tiempo Entrevistas
Productos documentales	Guías de recursos Agenda Asesoría Empleo	Guías turísticas Callejeros	Resumen de noticias
Servicios (multimedia, ocio e información)	Encuestas Fotografías Buscador de noticias Hemeroteca Mail a un amigo Sugerencias Foros Herramientas Chat Tienda/s Portales verticales/canales Últimas noticias Gráficos interactivos MailNews Clasificados Barra de navegación Cartas al director Juegos/Pasatiempos Buscador web Horóscopos Vídeos PDAnews	Mapa web Concursos Viajes online Enlace a otros medios Diccionario Ayuda Webmail Postales Radio digital WAPnews	Traductor Página abierta Alertas Mi diario Mascotas virtuales Webcam Mi portada Venta de contenido Banca online Envío de relatos Televisión digital Recordatorios (eventos)

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo VIII: Recomendaciones

Luego de analizar los resultados y enumerar las conclusiones de este proyecto de investigación, recomendamos a los investigadores de la Comunicación realizar una investigación más profunda sobre la evolución de las cabeceras digitales dominicanas. Estudiar además las relaciones entre los diarios digitales y la publicidad, porque llama la atención la cantidad de formatos publicitarios que han surgido en la *web*. A nuestra consideración, se requiere también indagar sobre la redacción que emplean las editoras en sus sitios y el perfil de las audiencias que visitan los principales periódicos en línea del país. Sobre el consumo de la audiencia, sería bueno estudiar las relaciones con los distintos públicos. De igual manera, se requiere investigar sobre las relaciones que establecen las redacciones impresas y digitales, y sobre el comportamiento de los diarios *online*. Es pertinente la ejecución de un estudio más profundo con la colaboración de todas las instituciones relacionadas con el tema.

En este sentido, proponemos a los diarios *online* incorporar una manera más eficaz de ejercer el periodismo electrónico a través de los recursos multimedia (audio, imagen y vídeo). Se requiere aprovechar las nuevas tecnologías para integrar a las distintas audiencias en el debate informativo que se realiza en Internet. Pero no solo eso, sino también capacitar a los reporteros digitales para que puedan redactar sus artículos conforme a las necesidades del nuevo soporte; invertir en cámaras fotográficas y de vídeo, a fin de que puedan generar contenidos audiovisuales propios para el portal, así como disponer de un equipo periodístico que se encargue de generar contenidos informativos únicos, sin necesidad de alimentarse de los contenidos de la edición

impresa. Necesitamos propiciar la independencia del diario *online* de la versión impresa, ya que las audiencias y las necesidades son distintas.

Recomendamos -de hecho- a los portales en línea diversificar sus servicios; incorporar más opciones informativas en distintos renglones de ocio y comunidad. Sería propicio además usar más el recurso de la infografía animada para complementar los artículos periodísticos. Reestructurar los sitios digitales para incorporar las distintas herramientas de la *Web 2.0* no estaría nada mal. A raíz de los datos recogidos en este estudio, sería propicio revisar la rutina de actualización del cibermedio para estrechar los períodos en que la página está parada, aumentar el tráfico de usuarios y crear comunidades con otros portales o redes sociales. Sugerimos por último activar las secciones de cobertura al momento y los encuentros virtuales en el sitio digital, así como aumentar las áreas de participación ciudadana, con el propósito de integrar a las audiencias en la labor informativa.



Universidad de
San Andrés

Capítulo IX: Bibliografía

- Albornoz, Luis A. (2007). Periodismo digital, los grandes diarios en la Red. Ciudad de Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones.
- Álvarez García, Alonso. (1996). Creación de Páginas Web (Colección: “Guía Práctica para Usuarios”). Madrid. Anaya Multimedia.
- Álvarez, Olga. (2004). Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia. Internet. (5 de mayo de 2011). Disponible en: <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm>
- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo. (1996). El periodismo electrónico. Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona, España. Editorial Ariel.
- Armentia, José Ignacio; Elexgaray, Jon y Pérez, Juan Carlos. (1999). Diseño y periodismo electrónico, Bilbao, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Armentia, José Ignacio. (2005). “Los diarios digitales siguen buscando su propia identidad tras una década de existencia”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 11, páginas 9-22. Universidad Complutense de Madrid. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: www.ucm.es/info/emp/Numer_11/Sum/3-01.pdf
- Baran, Stanley J. (2005). Comunicación Masiva en Hispanoamérica: cultura y literatura mediática. Mc Graw Hill. 3ra edición. México.

- Barrios, Marta Milena. (2006 y 2007). Los diarios digitales en América Latina: entre la revolución, la redefinición y la frustración. Universidad del Norte.
- Blanco Saralegui, Carmen. Prensa diaria en Internet: acercamiento a la unidad y diversidad del español. Universidad de Navarra. España.
- Blood, Rebecca. (2005). Universo del Weblog: consejos prácticos para crear y mantener su blog. Madrid. Ediciones 2000 S. A.
- Cabrera González, María Ángeles. El diseño de la prensa digital española en el contexto de la convergencia tecnológica. La identidad visual del ciberperiodismo. Profesora del Departamento de Periodismo. Universidad de Málaga, UMA. España. Traducción de María Isabel Florido Galiano (Licenciada en Traducción e Interpretación-Universidad de Málaga). (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:

http://www.revistalatinacs.org/09/art/860_UMA/61_90_MA_Cabrera.html
- Cáceres, Jesús Galindo. (1998). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Editorial Pearson.
- Caminos Marcet, José María; Marín Murillo, Flora y Armentia Vizquete, José Ignacio. (2006 y 2007). Elementos definitorios del Periodismo Digital. Portal de Revistas Científicas de la Universidad Complutense de Madrid. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0707110317A.PDF>
- Cea Esteruelas, María Nereida. (2009). "Modelo de negocio de la empresa periodística en Internet: El caso de Prisa". Revista Latina de Comunicación

Social, 64, páginas 938-950. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:

http://www.revistalatinacs.org/09/art/872_UMA/73_99_Nereida_Cea_Esteruelas.html

- Cebrián Herreros, Mariano y Flores Vivar, Jesús. (2006). Blogs y Periodismo en la Red. Editorial Fragua. Madrid, España.
- Cerezo, José M. (2006). La Blogósfera Hispana: pioneros de la cultura digital. Fundación France Telecom. España.
- Cobertura digital. (2007). ¿Cómo le va al periodismo digital en América Latina? El 74% anuncia fusión de las redacciones. (3 de febrero de 2011). Internet. Disponible en:
<http://www.cobeturadigital.com/2007/03/16/%C2%BFcomo-le-va-al-periodismo-digital-en-america-latina-el-74-anuncia-fusion-de-las-redacciones/>
- Comentarista Urbano (17 de noviembre de 2010). Periodismo ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. Internet. Disponible en:
<http://comentaristaurbano.bligoo.com/content/view/83706>
- Comunicación y Gestión Política. (17 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en:
http://www.foroswebgratis.com/tema-la_fuerza_de_los_blogs_los_periodistas_y_una_direccion_mas_para_el_cv-37415-250869.htm
- Concepto de periodismo digital. (4 de diciembre de 2010). Internet. Disponible en: <http://web.jet.es/inforpesca/concepto.htm>

- Deuze, Marcos. (2004) ¿Qué es el periodismo multimedia?. Estudios de Periodismo, 1469-9699, Volumen 5, Número 2, Páginas 139-152.
- Díaz Noci, Javier. (2008). La escritura digital: hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Estudio Fundación BBVA. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:

http://www.fbbva.es/TLFU/dat/Estudio_Internet_2008.pdf
- Díaz Noci, Javier. Tendencias del periodismo electrónico. Una aproximación a la investigación sobre medios de comunicación en Internet. (4 de diciembre de 2010). Internet. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer2/6artdiaz.html>
- Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo. (1999). Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Dominick, Joseph R. (2001). La Dinámica de la Comunicación Masiva. México. Mc Graw Hill. Sexta edición.
- Domingo, David; Quandt, Thorsten; Heinonen, Ari; Paulussen, Steve; Singer, Jane B. and Vujnovic, Marina. (2008). *Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. Journalism. Practice*, 2:3. Páginas 326-342.
- Echevarría, Javier. (1998). "Internet y el periodismo electrónico". Sala de Prensa, vol.1.
- Fogg, B.J; Soohoo, Cathy y Danielson, David. R. (2002). *How do users evaluate the credibility of Web sites?: a study with over 2,500 participants*. Universidad de Stanford.

- Franco, Guillermo y Guzmán, Julio César. (2007). El Tiempo. Radiografía del periodismo digital en Latinoamérica. (25 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en:

http://www.eltiempo.com/cultura/2007-03-20/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR-3484752.html

<http://www.espacioblog.com/ciberperiodismo/post/2007/03/21/el-tiempo-radiografia-del-periodismo-digital-latinoamerica>
- Frascaroli Moore, Manuel. (2002). El problema económico de los sitios informativos en Internet: ¿del modelo publicitario al modelo de pago por contenido?, Revista Textos de la CiberSociedad, 2, Temática Variada. (25 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en:

<http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=27%20-%2056k%20->
- Fumero, Antonio. (2005). La Historia de los blogs. (16 de septiembre de 2010). Internet. Disponible en: <http://www.rodrigowalker.cl/29-10-2005/la-historia-de-los-blog/>
- Gonzalo, Paula. (2007). Visión de futuro en periodismo y comunicación. (18 de septiembre de 2010). Internet. Disponible en: www.periodismociudadano.com
- Gutiérrez, Evelyn. (1999). Periodismo electrónico. Comunicación de masas del siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social. Costa Rica. (3 de febrero de 2011). Internet. Disponible en:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/12evelyn.html>

- Historia del *Diario Libre*. Internet. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Diario_Libre
- Historia del *Listín Diario*. Internet. Disponibles en:
<http://www.monografias.com/trabajos60/listin-diario/listin-diario.shtml>
http://es.wikipedia.org/wiki/List%C3%ADn_Diario
http://www2.listindiario.com/dr/corp_nosotros.aspx
- Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (Indotel). (2007). Realiza intensa agenda digital: Indotel instalará otros 200 CCC durante 2007. (15 de enero de 2011). Internet. Disponible en: <http://www.indotel.gob.do/noticias/noticias-2007/realiza-intensa-agenda-digital-indotel-instalara-otros-200-cci-durante-2007.html>
[http://www.indotel.org.do/\(kb2zm5ugf3j3ncfujtkah45\)/noticias_article.aspx?article=717](http://www.indotel.org.do/(kb2zm5ugf3j3ncfujtkah45)/noticias_article.aspx?article=717)
- Iturbides, Matías. (2000). Internet: La nueva herramienta en la investigación periodística. República Dominicana. Editorial Cigüita.
- Lajas, Jacinto. Participación ciudadana en El Tiempo de Colombia. (1 de septiembre de 2010). Internet. Disponible en: www.periodismociudadano.com
- Lajas, Jacinto. (2007). Periodismo ciudadano en África: Voices of África. (29 de julio de 2010). Internet. Disponible en: www.periodismociudadano.com

- López Carreño, Rosana. (2003). Análisis de los portales periodísticos españoles. Taxonomía de sus elementos componentes. Tesis doctoral. Universidad de Murcia. España.
- Lozano Rendón, José Carlos. (1996). Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. México. Pearson.
- Masip Masip, Pere. (2003). Presencia y uso de Internet en las redacciones catalanas. Profesor de la Facultad de Comunicación. Universidad Ramón Llull. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:
<http://www.ehu.es/zer/zer14/presenciayuso14.htm>
- Micó, Josep Lluís y Masip, Pere. (2008). Recursos multimedia en los cibermedios españoles. Análisis del uso del vídeo en El País.com, El Mundo.es, La Vanguardia.es y Libertad Digital. (5 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:
http://74.125.155.132/scholar?q=cache:BL6X5WqI7pcJ:scholar.google.com/+digital+journalism+studies&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1
- Orihuela, José Luís. (2006). La revolución de los blogs. España.
- Orihuela, José Luis y García, Iranzu. (1997). "Periodismo en la Red. En busca del paraíso digital". Barcelona, España.
- Orihuela, José Luis y Santos, María Luisa. (1999). Introducción al diseño digital: concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva. Madrid, España.
- Pavlik, John. (2000). *"The Structure of the New Media Industry". The media and entertainment industries: readings in mass communications*. Boston.

- Peña, Oscar. (2007). El Futuro del Periodismo. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en:
<http://www.viadescape.com/laignoranciamata/2007/06/el-futuro-del-periodismo-diario-digital.html>
- Pérez Marco, Sonia. (2003). El concepto de hipertexto en el periodismo digital: análisis de la aplicación del hipertexto en la estructuración de las noticias de las ediciones digitales de tres periódicos españoles (El País, El Mundo y ABC). Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Departamento de Periodismo II. Madrid, España.
- Periodismo ciudadano. (21 de septiembre de 2010). Internet. Disponible en:
http://www.elpais.com/articulo/internet/periodismo/ciudadano/existe/elportec/20060302elpepnet_7/Tes
- Periodismo digital. (17 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en:
<http://periodismodigital-uniacc.blogspot.com/>
- Periodismo digital: definiciones y características. Maestros del web. (4 de diciembre de 2010). Internet. Disponible en:
<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
- Periodismo en la Red 06. (2006). El periodismo ciudadano, la voz paralela. (20 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en:
<http://periodismoenlared06.blogspot.com/2006/02/el-periodismo-ciudadano-la-voz.html>

- Periodismo social. (17 de noviembre de 2010). Internet. Disponible en: <http://www.periodismosocial.org.ar/notacompleta.cfm?id=2017>
- Periodistas 21. (2005). Crecen los blogs y sus lectores. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: <http://periodistas21.blogspot.com/2005/02/crecen-los-blogs-y-sus-lectores.html>
- Quandt, Thorsten. (2008). *(No) News on the World Wide Web?*. Journalism Studies. 9:5. Páginas 717-738.
- Rojas Orduña, Octavio Isaac. (2005). Blogs, la conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid. ESIC Editorial.
- Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación. (2005). “Periodismo en la Red. Diseño periodístico y ediciones digitales”. Número 63, páginas 71- 76. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: <http://www.telos.es/articulocuaderno.asp?idarticulo=3&rev=63>
- Unesco. (1980). *News Values and Principles of Cross-cultural Communication*. Reports and Papers on Mass Communication. Paris, Francia.
- Weblogs y Periodismo Participativo. (2004). Artículo publicado en el Congreso IAMCR de Brasil. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: <http://tiscar.com/weblogs-y-periodismo-participativo/>
- Wikimedio. Periodismo 3.0, la socialización de la información. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: http://www.escolar.net/wiki/index.php/Periodismo_3.0_la_socializaci%C3%B3n_de_la_informaci%C3%B3n

- Wikipedia. Periodismo ciudadano y Dan Gillmor. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: <http://es.wikipedia.org>
- Wikipedia. Los Blogs. (8 de mayo de 2011). Internet. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog>
- Zapata, Rafael. (2010). Lectores de periódicos electrónicos aumentan un 40%. El Informador. México. (3 de febrero de 2011). Internet. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/217248/6/lectores-de-periodicos-electronicos-aumentan-40.htm>





Parte III

Universidad de
San Andrés



Apéndice

San Andrés

Formulario:

Encuesta a los 50 periodistas de los portales digitales analizados

- Nombre:
- Edad:
- Sexo: M ó F
- Medio:
- Cargo:

1. ¿En qué medida el portal (*Listín Diario, Diario Libre y Clave Digital*) utiliza los contenidos propios y los contenidos de la edición impresa?

- a) El 50 por ciento de los contenidos informativos son propios del portal
- b) Menos del 40 por ciento de los contenidos son propios del portal
- c) Más del 60 por ciento son contenidos propios del portal
- d) No sé

2. ¿Cuáles áreas de participación promueve el medio?

- a) Comentarios
- b) Foros
- c) Debates
- d) Votaciones/encuestas
- e) Cartas de los lectores
- f) Contactos
- g) Otros

3. ¿Cuánto espacio se destina para el audio, el video y las infografías animadas en las ediciones digitales?

- a) Una sección poco visible
- b) Una sección amplia y visible
- c) No hay sección para multimedia o infografía

4. ¿Con qué frecuencia se actualiza el sitio *web*?

- a) Alta (cada media hora)
- b) Mediana (cada hora)
- c) Baja (de dos a tres horas)
- d) Muy baja (más de tres horas)

5. ¿El medio cobra por leer la edición impresa?

- a) Sí
- b) No
- c) Algunas ediciones especiales

6. ¿Cuáles recursos multimedia emplean junto al texto?

- a) Videos
- b) Audio
- c) Galería de fotografías
- d) Vínculos y relacionados
- e) Cifras y citas
- f) Infografía o animación es digitales
- g) Todos los anteriores
- h) Ninguno

7. ¿Cuáles innovaciones en contenidos y coberturas ofrece el medio?

- a) Sección de último momento y exclusiva (coberturas en tiempo real)
- b) Coberturas especiales
- c) Encuentros digitales
- d) Otros
- e) Ninguno

8. ¿Cuáles servicios de información ofrecen al lector?

- a) Ranking de noticias más leídas y comentadas
- b) Versiones regionales
- c) Impresión
- d) Acceso a blogs
- e) Pronósticos del tiempo
- f) Condición del transporte público/carreteras
- g) Programación de TV/Radio

- h) Cartelera de cine
- i) Obituarios
- j) Otros

9. ¿Cuáles servicios de ocio ofrecen al lector?

- a) Concursos
- b) Juegos en línea
- c) Redes sociales
- d) Archivo de música
- e) Horóscopo
- f) Humor
- g) Otros

10. ¿Con cuáles recursos de recuperación y almacenamiento cuenta el medio?

- a) Hemeroteca
- b) Buscador
- c) Otros
- d) Ninguno

11. ¿Cuáles innovaciones tecnológicas tiene el sitio digital?

- a) Artículos por correo electrónico
- b) RSS
- c) Barra de navegación
- d) Contenidos para dispositivos móviles
- e) Otras

12. ¿Cuáles servicios comerciales ofrece el medio?

- a) Publicidad
- b) Tienda virtual
- c) Clasificados
- d) Promociones
- e) Todos

Nota:

Si la respuesta a una pregunta comprende más de una opción, es necesario marcarlas todas o seleccionar la más frecuente.

Glosario de términos

- **Audio y vídeo:** Archivo que contienen información para reproducir imágenes y ondas sonoras.
- **Bitácoras de Internet (weblog o blog):** Espacios personales de escritura por Internet utilizados para informar, compartir y debatir periódicamente los temas que son de interés para el creador.
- **Blog de periodismo ciudadano:** Espacios digitales que denuncian una problemática de una comunidad específica; poseen el fin de incitar cambios más que ser sitios personales. Son creados por la ciudadanía, representan una fuente informativa alternativa ante los medios tradicionales y emplean recursos multimedia propios de las páginas en línea.
- **Blogger:** Persona con acceso a Internet que crea las bitácoras de Internet, con el fin de dar a conocer temas personales, sociales, culturales, económicos, entre otros.
- **Blogging:** Acción de publicar un mensaje en un blog.
- **Blogósfera:** Universo de las bitácoras de Internet. Se considera además como la comunidad que agrupa a los *blogs* de una localidad determinada.
- **Brecha digital:** Es la ausencia o dificultad para acceder a la información en contexto de la red.
- **Charlas (Chats):** Espacio en el que se comunican dos o más lectores/usuarios en tiempo real.
- **Ciudadanía:** Conjunto de personas que habitan en una localidad determinada, por lo que están sujetas a derechos y deberes.

- **Contenido propio:** Es la producción escrita creada en base a las ideas y datos inéditos de un autor.
- **Expresión ciudadana:** Capacidad de la ciudadanía de difundir opiniones o puntos de vista en referencia a cualquier tema de su interés a través de cualquier medio de comunicación.
- **Foros de discusión:** Son una especie de tablón de anuncios en donde se ponen mensajes con noticias o petición de información, y donde también aparecen las respuestas.
- **Gráficos animados:** Superposición rápida de fotogramas estáticos realizada con un programa informático. Además, da lugar a una secuencia animada y son interactivos cuando el lector tiene posibilidad de seleccionar.
- **Hipertexto:** Es un modelo basado en la idea del pensamiento humano, que funciona por asociaciones. Por tanto, se basa en los enlaces que conecta un documento con otro en la red.
- **Hipervínculo:** Es un enlace que une un espacio digital con otro y que facilita la contextualización.
- **Imparcialidad:** Mantenerse neutral para actuar conforme a lo investigado y ser equilibrado (justo) en la redacción de la información.
- **Infografía de prensa:** Es un aporte de información elaborado en un diario impreso y realizado con elementos icónicos y tipográficos que permiten o facilitan la comprensión de los acontecimientos.

- **Internet:** Es la red más grande del mundo, conformada por un conjunto de computadoras interconectadas y cuyo enlace se realiza a través de un cable, una línea telefónica, tarjetas especializadas o programas creados para este fin.
- **Nivel hiperlocal:** Término empleado por el *blogger* Jeff Jarvis, que significa que se circunscribe a un área determinada.
- **Opciones de portada:** Dispositivo tecnológico que permite al lector elegir entre dos o más opciones de página de inicio (portada) ofertadas por el diario.
- **Ordenador personal (computadora):** Máquina personal capaz de conectarse con otras por medio de la red de Internet.
- **Página web:** Conjunto de ficheros enviado a un usuario como resultado de una petición del mismo recibida por el servidor.
- **Periodismo ciudadano (periodismo cívico, periodismo comunitario o periodismo 3.0):** Es un periodismo alternativo y personal realizado por cualquier persona que tenga el interés de denunciar problemas comunitarios, transmitir información valiosa para una localidad y ser ente de cambio social. Se realiza cuando los ciudadanos participan en la producción de las noticias.
- **Periodismo digital:** El periodismo digital es el ejercicio periodístico que hace uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y se apoya de los mismos principios del periodismo tradicional como la veracidad, comprobación de fuentes, redacción correcta, tratamiento de temas de interés colectivo y compromiso ético.

- **Persona:** Todo ser humano que posee derechos y deberes propios de su naturaleza. Además, el término puede ser empleado en el texto como aquel que tiene acceso a Internet, por lo que puede utilizar sus herramientas.
- **Personalización:** Dispositivo tecnológico que permite un diseño “a la carta”.
- **Pop-up/ pop-under:** Ventanas que se abren al ingresar a un sitio por encima o por debajo de la página *web* solicitada.
- **Post:** Artículos que se publican de forma periódica y son ordenados cronológicamente en el *blog*.
- **Protocolo:** Una serie de reglas y parámetros que utilizan dos ordenadores para comunicarse entre sí.
- **Publicidad online:** Contenidos publicitarios en diversos formatos que se pueden encontrar en el sitio digital.
- **Ranking de noticias:** Permite conocer cuáles son las notas más consultadas y recomendadas por el conjunto de lectores del diario electrónico durante un determinado período de tiempo.
- **Reportero ciudadano (Citizen Reporter):** Ciudadano que realiza el papel de recolectar y transmitir la información sobre un aspecto de interés comunitario.
- **RSS (acrónimo de Really Simple Syndication o Rich Site Summary):** Un formato de documento que requiere de un lector especial que lo traduce y lo convierte en un texto "normal". Está basado en la tecnología XML y permite compartir información con la audiencia.
- **Secciones e informes especiales:** Las secciones especiales son aquellos espacios reservados para un tema determinado, especialmente creados y desarrollados para

- la edición digital. Mientras que los informes especiales son elaborados por el propio diario dedicado a una temática específica.
- **Sociedad:** Conjunto de personas que se relacionan entre sí conforme a unas determinadas reglas de organización jurídicas y cotidianas, por lo que comparten una misma cultura en un espacio determinado.
 - **TCP/IP:** Son las siglas de Transmission Control Protocol/ Internet Protocol, que no es más que el lenguaje que rige todas las comunicaciones entre las computadoras conectadas a Internet.
 - **Terminales móviles:** Permite el acceso a contenidos del diario digital a través de, por ejemplo, teléfonos móviles o agendas electrónicas.
 - **Uniform Resource Locator (URL):** Es la dirección de un sitio *web* o de una fuente.
 - **Usuarios únicos:** Total de combinaciones únicas de una dirección IP y un identificador adicional.
 - **Versión para imprimir:** Dispositivo tecnológico que facilita la impresión en papel de los distintos artículos del diario *online*.
 - **Visita única:** Una secuencia ininterrumpida de páginas servidas a un usuario válido.
 - **Votaciones/encuestas:** El diario digital habilita un espacio para que sus lectores puedan expresar su parecer a través del voto o de las respuestas a una encuesta sobre un tema de actualidad.
 - **World Wide Web (WWW):** Es una fuente de información y sistema de búsqueda que incorpora hipertexto para que el usuario integre un segmento de información

con otro. Esto significa que el usuario se puede mover por todos los servicios de Internet, a la vez que relaciona documentos entre sí.

Fuentes:

1. Armañazas, Emy. (1996). El Periodismo Electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. España. Editorial Ariel, S.A.
2. Dominick, Joseph R. (2001). La Dinámica de la Comunicación Masiva. México. Mc Graw Hill. Sexta edición.
3. Iturbides, Matías. (2000). Internet: La nueva herramienta en la investigación periodística. República Dominicana. Editorial Cigüita.



Calendario de actividades de la investigación

- **Cronograma:**

<i>Actividad</i>	<i>Mes</i>	<i>Año</i>
Realización de la metodología de la investigación para la tesis de postgrado. Aprobación de la muestra y del proyecto de investigación por la universidad.	Enero-Marzo	2010
Ejecución (inicio) de las entrevistas a los ejecutivos y profesionales de los diarios en línea de la muestra. Recolección de las informaciones del marco teórico.	Abril-Mayo	2010
Observación y recolección de datos sobre la muestra en base a la tabla de criterios	J Junio-Agosto	2010
Tabulación de los datos recolectados y realización de gráficos	Septiembre-Enero	2010
Conclusiones	Febrero	2011
Correcciones de la asesora	Marzo-Junio	2011
Proceso de preparación/ impresión de la tesis	Junio	2011
Entrega de tesis/ exposición de tesis	Agosto-septiembre	2011

Entrevista a los ejecutivos de los medios digitales de la muestra:

Gustavo Olivo Peña

Editor en jefe y fundador de *Clave Digital*

Linda Valdez Zambrano. ¿Los contenidos de la edición impresa son diferentes a los de la edición digital? ¿Por qué?

Gustavo Olivo Peña. Sí, porque es otro medio. La redacción de *Clave Digital* se encuentra en el mismo lugar que la redacción del semanario Clave, pero es una redacción diferente: es autónoma y tiene capacidad de decisión. De hecho, toma decisión sobre la portada digital (...).

LVZ. ¿Qué diferencia hay entre la edición digital y la impresa?

GOP. Problemas... pues hay formatos que cuando los trasladamos a la edición digital no funcionan, por ejemplo el reportaje. Necesita un tratamiento muy fuerte para que también funcione en Internet. La edición impresa es más fácil de leer. Pero la edición digital tiene más recursos interactivos. Cada medio tiene sus ventajas y desventajas.

LVZ. ¿Cuáles elementos del periodismo digital incorporan en su portal?

GOP. Bueno... nosotros tratamos de utilizar los recursos que nos proporciona el Internet en la medida de lo posible, como las infografías digitales, los vídeos, el audio, los documentos en línea, las galerías de fotos, los enlaces, entre otros. La red aporta mucho a la hora de contextualizar la noticia.

LVZ. ¿Qué tipo de dificultades encuentran a la hora de organizar las noticias para la edición digital?

GOP. La de la jerarquía, por ejemplo. Por otro lado, la audiencia es más heterogénea y no se circunscribe a un ámbito geográfico concreto, lo cual también plantea dificultades. Los recursos económicos también representa una dificultad; la inestabilidad del modelo de negocio. Es importante decir que la pantalla es otro soporte. Nosotros intentamos organizar las noticias estableciendo unas prioridades y unas secciones determinadas.

LVZ. En cuanto a los lectores, ¿ha aumentado su relación con ellos?

GOP. Sí, y hay pruebas muy evidentes... Una es el uso del correo electrónico para ponerse en contacto con el medio y los comentarios publicados en *Clave Digital*. El uso del correo electrónico es intensivo por parte de los lectores, así como la participación en nuestros foros.

LVZ. ¿Cuáles son los criterios que jerarquizan las noticias digitales: su orden de aparición en pantalla, su tamaño, su número de gráficos y fotografías...?

GOP. Los mismos que sustentan la profesión periodística. A la hora de valorar una noticia importa mucho la magnitud de ésta, la cercanía, pero en un medio digital se tiene mucho en cuenta la actualidad del hecho.

LVZ. ¿La edición digital es el periódico impreso *online* o un nuevo medio?

GOP. Es un nuevo medio, lo tengo claro.

LVZ. ¿Cómo se decide la elección de las noticias digitales?; ¿cuántos enlaces se tienen en cuenta y en relación a qué?

GOP. No seguimos una regla, más que la del sentido común. No seguimos ninguna norma; hay muchas veces que no ponemos ninguno (enlace). La mayoría de los enlaces son noticias relacionadas.

Eli Heiliger

Editor web de Diario Libre

Linda Valdez Zambrano. ¿Cuáles son las ventajas y las desventajas de trabajar en un diario digital?

Eli Heiliger. Las ventajas son múltiples (...). Diría que el periódico digital, como es un lugar donde convergen todos los adelantos en el desarrollo de la multimedia, te permite comunicar las noticias de último minuto de forma más rápida; permite dar la oportunidad al ciberlector de estar actualizado con mayor rapidez. También, agrega nuevos elementos a la comunicación tradicional, porque integra imágenes, voz y data. Sobre las desventajas, veo muy pocas. Pero quizás puede ser que con la rapidez, no trabajamos a profundidad los textos (...).

LVZ: ¿Los contenidos de la edición impresa son diferentes a los de la edición digital? ¿Por qué?

EH. Sí, son diferentes. Lo que pasa es que nosotros, al igual que otros periódicos, tenemos textos que son específicos de la edición digital y otros que son volcados de la edición impresa.

LVZ. ¿Qué tipo de dificultades encuentran a la hora de organizar las noticias para la edición digital?

EH. Nosotros tratamos de jerarquizar por la inmediatez (*Clave Digital da prioridad a la importancia*). Tenemos la portada de la página con un criterio de organización muy similar al del periódico (...).

LVZ. ¿Qué diferencia hay entre escribir para un periódico digital y un impreso?

EH. Considero que en el digital la noticia debe ser más concisa, porque no es lo mismo leer un impreso que leer una pantalla. El texto periodístico en Internet debe permitirle al lector leer rápidamente; no debe tener disgregación y debe hacerse uso de los recursos multimedia que pueden enriquecer el artículo (...).

LVZ. ¿Considera que aprovechan en DL todas las herramientas que ofrece Internet?

EH. Tratamos de utilizar las herramientas a nuestro alcance. Pero, por decirte algo, no tenemos infografías animadas (...). Tenemos una serie de limitaciones que con el tiempo, poco a poco, se van a resolver.

LVZ. ¿La edición digital es el periódico impreso *online* o un nuevo medio?

EH. El digital se nutre del periódico impreso, es una mezcla. A las 8:00 de la mañana vas a tener prácticamente lo mismo que en el periódico impreso. A medida que avanza la jornada, ya no.

LVZ. ¿Me podría describir un día en *Diariolibre.com*?

EH. Un día de trabajo en un periódico digital no tiene fin ni comienzo. A las 7:00 de la mañana iniciamos la faena del día. Pero desde la medianoche, hay una persona que está ordenando el periódico, debido a que la primera versión del digital ofrece los contenidos

del impreso. Esto no quiere decir que si durante ese proceso ocurre alguna noticia importante la persona de turno no pueda hacer modificaciones. Al contrario, ese periodista tiene la licencia para realizar los cambios correspondientes.

A las 7:00 de la mañana comienza también a llegar el personal y empiezan a variar las notas del periódico digital. Nosotros, por razones económicas, nos nutrimos de los demás periodistas que trabajan en el grupo mediático. Durante el día, recibimos información de los compañeros que van a la calle, además de los corresponsales que tenemos en el interior del país y de las diferentes agencias internacionales, como AP y EFE, a las cuales tenemos acceso. Salimos del diario a las 7:00 de la noche. Pero cuando llegamos a la casa, cualquiera de nosotros puede actualizar el periódico desde allí, con una clave de acceso. Yo, como editor, me mantengo siempre al día; desde mi casa puedo publicar cualquier información relevante. Este trabajo no cesa (...).

Universidad de
San Andrés



Anexo

Universidad de
San Andrés



Portada

4 de Agosto de 2010

CLAVE digital

24°C
32°C
Santo Domingo

PORTADA NOTICIAS ECONOMIA POLÍTICA OPINIÓN DEPORTES OCIO MULTIMEDIA ESPECIALES NEXO CLAVE MÁS SECCIONES USUARIOS RSS

Conflicto por Cohiba en el país se mantiene en los tribunales | Opine

El tribunal concluye una litis iniciada en 1997 por supuesta competencia desleal y violación de marca alegada por Cubatabaco

Gasolineras dominicanas advierten peligros por venta de refinería a Venezuela | Opine

ANADEGAS asegura persiste ileg...

Testigo "se pone mala" tras interrogatorio en caso Paya | 1 Opinión

Implicado en el caso Paya lleg...
Implicados en el caso Paya no ...

DNUSIDA y COPRESIDA denuncian engavetan un proyecto que favorece a personas que viven con VIH | Opine

Fernández viajará el sábado a ...
Autoridades dominicanas reduce...

Conmoción en Haití por muerte violenta de médico y activista político | 2 Opiniones

Haití y República Dominicana r...
Leonel y Préval retoman temas ...

Autoridades dominicanas han detenido este año a 17 extranjeros con drogas | 1 Opinión

Francisco Dumssille: "No creo q...
Cúpula policial de Puerto Rico...

ENCUESTA CLAVE

Debe el Gobierno dialogar con otros sectores además de los empresarios?

SI **NO**

Ver encuestas anteriores

MÁS TITULARES

PUBLICIDAD

NOVO-CENTRO
donde siempre que estar

Click aquí para más información

BUSCADOR CLAVE

BÚSQEDA GRACIAS A Google™

ENFOQUES

Sin el pan debajo del brazo
Rosario Espinal

AGORA

La ciudad ideal vs ciudad real
César Pérez

CAPSULAS ETNOGRÁFICAS

La música en la educación dominicana
Tahira Vargas

HUELLAS

Georgia O'Keeffe
José Mercader

VIDA INTELIGENTE

C. elegans, el gusano de la vida.
J. R. Albaine Pons

DESHOJANDO PARADIGMAS

Construir más y mejor Capital Social
Cándido Mercedes

ECONOMÍA GLOBAL

EEUU, ¿Al borde de una segunda

VOCES NUEVAS

De bultos y allantes

Snapshot CLAVE digital - G... Search Desktop 7:20 PM Wednesday

CLAVE digital - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Search Favorites

Links Address Google clavedigital

Tú que te meneas para no quedarte estancado, mereces un premio.

Ahorros PROGRESO

5 de Agosto de 2010 CLAVE digital 24°C 32°C Santo Domingo

PORTADA NOTICIAS ECONOMIA POLÍTICA OPINIÓN DEPORTES OCIO MULTIMEDIA ESPECIALES NEXO CLAVE MÁS SECCIONES USUARIOS RSS

Ante un plan criminal | 6 Opiniones
 Por esta vía quedan informadas las instancias políticas, militares y policiales, además de la población en general, de que estamos al tanto de dónde proceden los planes de agresión.

Modesto Guzmán afirma que el presidente Fernández piensa en el bienestar de los dominicanos | 1 Opinión

Wyclef Jean llegará "probablemente" mañana a Haití para inscribir candidatura | 6 Opiniones
 Conmoción en Haití por muerte ... | Wyclef Jean anunciará jueves e...

ENCUESTA CLAVE
 ¿Debe el Gobierno dialogar con otros sectores además de los empresarios?

SI **NO**

Ver encuestas anteriores

Procuraduría apresaa a empleado del INACIF sorprendido vendiendo droga | 4 Opiniones
 Procurador General resalta lab...

Conflicto por Cohiba en el país se mantiene en los tribunales | 8 Opiniones

Gasolineras dominicanas advierten peligros por venta de refinería a Venezuela | 7 Opiniones
 ANADEGAS asegura persiste lleg...

MÁS TITULARES

NOVO-CENTRO donde tienes que estar
 Click aquí para más información

BUSCADOR CLAVE
 BÚSQUDA GRACIAS A Google™ BUSCAR

DEL DIRECTOR **SOBRE EL TIEMPO PRESENTE**

Déficit fiscal e impuestos vs. desarrollo
 Fausto Rosario Adames

Panfletos
 Andrés L. Mateo

EN ALGÚN LUGAR **LA COLUMNA DE MARISOL**

Las mujeres y la política nacional
 Gustavo Olivo Peña

Viole la ley, gaste y cobre después
 Marisol Vicens Bello

SIN LINTERNA **QUIERO DECIR**

Sin valor agregado
 Diógenes Pina

¿Un pedazo de papel?
 Miguel Ceara-Hatton

Internet Explorer has blocked this site from using an ActiveX control in an unsafe manner. As a result, this page may not display correctly.

Start Banda de entrada - Mi... 5 Internet Explorer Documento1 - Microsoft ... Editorial [Modo de comp... 09:59 a.m.

Nota: Cada artículo de la portada indica la cantidad de comentarios.

Artículos



CONGRESO

Diputado aconseja a mujeres una alternativa al aborto: "bajar una escalera con las nalgas"

Se definió en una ocasión como "el diputado de la luz".

Redacción de Clave Digital

viernes, 18 de septiembre de 2009, 11:53 a.m.

MEDIOS RELACIONADOS

Asamblea Revisora aprueba el polémico artículo 30

SANTO DOMINGO, República Dominicana.- El diputado Radhamés Ramos (Chino) aconsejó a las mujeres que han sido violadas y no desean conservar un embarazo que se coloquen en una escalera, seis peldaños hacia arriba, y que bajen de nalgas.

El legislador perredeísta vegano, que defendió con vehemencia y votó por el artículo 30 en la sesión de la Asamblea Revisora de este jueves, propuso esta fórmula como "alternativa" al aborto practicado en una clínica, el que consideró criminal y contrario a la vida.

Asimismo, el legislador expresó que sentía "mucho pena" al escuchar a sus colegas que no estaban de acuerdo con la ratificación del artículo 30, y los acusó de defender la muerte y no ser sinceros.

Según una transcripción obtenida por la periodista Patricia Solando de parte de una persona que estuvo presente en la sesión de la Asamblea Revisora, el diputado Radhamés Ramos García (Chino) dijo:

"Me da mucha pena escuchar colegas diciéndole no a la vida... me da mucha pena y lástima... y llora mi alma porque lo que están defendiendo la muerte, no son sinceros en ésta asamblea".



Archivo/Clave Digital



POLÍTICA

Las parodias al zapatazo contra Bush inundan la Internet

Una compañía británica lanzó de inmediato un juego de video para lanzar zapatos a la imagen del jefe de la Casa Blanca

EFE/Clave Digital

miércoles, 17 de diciembre de 2008

LOS ÁNGELES, EEUU.- Apenas dos días después de que un periodista iraquí lanzó sus zapatos contra George W. Bush, internet se ha visto inundado de parodias del incidente que van desde videojuegos y anuncios falsos, a una versión en la que el presidente de Estados Unidos no esquiva el golpe.

Las imágenes del intento de agresión del periodista Muntazer al Zaidi a Bush en la última rueda de prensa del mandatario estadounidense en Irak, el pasado domingo, se han convertido en un éxito de audiencia, especialmente en internet.

En páginas como Youtube superó en menos de 48 horas el medio millón de visitas, y la cifra sigue subiendo.

Ante la fuerte demanda, gracias al dinamismo de la red y la agilidad de los programadores, lo que fue un suceso que ha puesto entre rejas al periodista iraquí ha dado pie a otros productos en clave de humor que buscan atraer el interés de los usuarios de internet.

La empresa británica T-Enterprise, veterana en distribuir los llamados videos "virales" por la red, se apresuró en sacar su "Bush's Boot Camp", un sencillo juego



Juego de video Bush's boot camp.

Tomado del sitio T-Enterprise.

en el que los internautas se ponen en la piel de los guardaespaldas de Bush y tienen que tratar de desviar los zapatazos a base de disparos sin herir al presidente.

Infografía digital

Caminantes por la Vida 2009

El domingo 25 de octubre a partir de las 8:00 de la mañana, frente al Jardín Botánico Nacional, comienza la Caminata por la Vida una propuesta que arriba a su cuarto año y que ha logrado reunir cada vez un número mayor de participantes

Este año el 70% del recorrido será por fuera del Jardín Botánico



Puntos de inscripción

Este año las entradas a la caminata tendrán un valor de RD\$350 por persona, esto incluye Camiseta

Abiertos de 9:00 AM / 9:00 PM

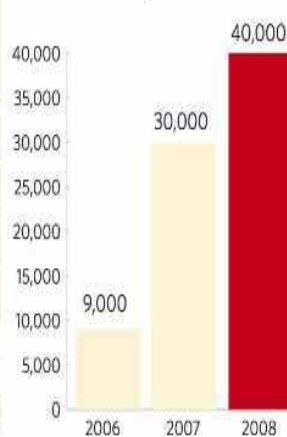
- Häagen Dazs en la Abraham Lincoln
- Multicentro Churchill
- CCN Santiago
- Bella Vista Mall
- Megacentro

Abiertos de 8:00 AM / 6:00 PM

- Jardín Botánico
- Merca SID
- Voluntario de Jesús con los Niños

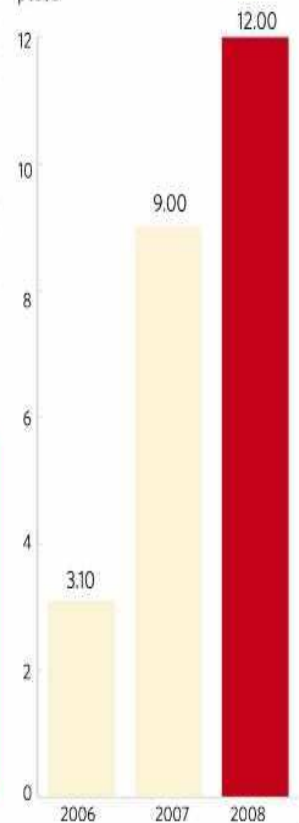
Participantes en la caminata

Cada año el número de participantes creció entre 2006 y 2008 un 344%



Donaciones

Los fondos recaudados se donan a varias instituciones para ayudar a los pacientes con cáncer. Datos en millones de pesos



Fuente: Fundación Caminantes por la Vida

José M. Medrano, Clave

*Lista de las 25 informaciones más leídas en Clave Digital en julio y junio de 2010*¹²

Julio de 2010:

1. Asesinato de joven de 19 años genera indignación en San Francisco	8600
2. "Agarra tu maleta Barrick Gold, y vete de aquí"	4166
3. GALERIA DE FOTOS: Joven asesinada en San Francisco de Macorís	3932
4. Discoteca Rua's Bar justifica su decisión de negar la entrada a homosexuales y personas negras	3647
5. Resultados de Pruebas Nacionales estarían disponibles luego del 15 de julio	2306
6. Valla de Leonel mirando hacia el sol causa revuelo e interrogantes	1425
7. El Comité contra el Lavado de Activos calla ante escándalo de funcionaria ligada a Mary Peláez	1181
8. Revelan nombres de dos presuntos sicarios muertos esta mañana en Santiago	1145
9. Malas noticias para Samaná y los admiradores de las ballenas	1099
10. Periodista Edwin Ruiz fue acosado por patrulla policial por defender ciudadano víctima de abuso	1054
11. JUAN BOLÍVAR DÍAZ: ¡Ay si nos dieran un chance!	855
12. Hipólito Mejía: "Margarita no va a ganar, es sólo un aspaviento"	837
13. GALERIA DE FOTOS: Protesta contra la Barrick Gold	763
14. DPCA investigará el nepotismo en la nómina de Fodearte	736
15. KATIA M. JIMÉNEZ: ¡Policía no me mate, yo me paro!	666
16. Miguel: "Soy la mejor opción que tiene el PRD para ganar en el 2012"	622
17. Unos objetan, otros acogen al Presidente "académico"	582
18. ROSARIO ESPINAL: Homofobia dominicana	573
19. Guido llama a enfrentar la dirección "conservadora y corporativa" que Miguel mantiene en el PRD	565
20. Fiscal de Santiago: "El país quedará impactado cuando sepa los autores de atentado contra Jordi"	556
21. Hipólito afirma que en RD no hay actualmente una explosión social por la madurez del sistema político	553
22. Menores, supuestos homicidas de taxistas, reconocen no arrepentirse de asesinar personas	543
23. MPD separa de sus filas a Fidel Santana, Higinio Báez y a Simón	536
24. COLOMBO: Aburrido en la civilización	521
25. Denuncian policías exigieron 80 mil pesos para soltar a sus parientes	500

¹² Fuente: Departamento de Tecnología de Clave Digital.

Junio de 2010:

1. Medina Abud ruega por una "bola" tras ser abandonado por su custodia en Ciudad Nueva	3012
2. Además de los ya muertos, revelan lista negra de cinco asesinatos que se cometerían en caso Figueroa Agosto	1687
3. Periodistas dicen Gobierno no debe lavarse las manos ante ataques de Rodríguez Pimentel contra Alicia Ortega	1591
4. Mujer de “El Cangri” declaró contra su esposo en caso de sicariato de Figueroa Agosto	1564
5. Amenazas no detienen a Alicia: seguirá con el proceso legal contra Rodríguez Pimentel	1519
6. GALERIA DE FOTOS: Disturbios en marcha de Hogares Crea	1100
7. Excluyen a funcionaria del Consejo Nacional de Drogas del expediente Figueroa Agosto	1094
8. Trasciende lío con Alicia: Prensa británica refleja amenaza de Rodríguez Pimentel a Grupo SIN	1091
9. “Gobierno quiere lavarse las manos con nosotros”, afirmó supuesto sicario vinculado a Figueroa Agosto	922
10. VIDEO: Un recluso pidiendo "bola" para regresar a la cárcel	918
11. Una niña de 6 años, en la lista negra de sospechosos de terrorismo de EE.UU.	881
12. El círculo del poder: los funcionarios y políticos que más influyen en Leonel Fernández	857
13. Por insultos y riñas, se origina una gran estampida en marcha de Hogar Crea, Casa Abierta y CND	834
14. Hipólito afirma que sus medidas de gobierno son recetas de líderes mundiales	782
15. VIDEO: Nuria Piera entrevista a Sonya Uribe Moya	762
16. Supuestos sicarios de Agosto utilizaban la frecuencia de la PN en los radios de comunicación	734
17. Políticos del PRD y el PLD madrugan, y colocan vallas con sus intenciones presidenciales	730
18. Apresan al presunto narcotraficante jamaicano Christopher Coke	666
19. COE alerta a conductores sobre “inundaciones urbanas”	652
20. Sued, resentido, afirma que perdió comicios porque en el PLD hay desacato y muchos traidores	631
21. Fiscalía consigue primera condena por falsificación de matrícula en el país	622
22. Rodríguez Pimentel ataca al PRSC y dice que balagueristas sólo se sienten a gusto con Leonel	620
23. ROSARIO ESPINAL: Más sobre jefes y jefecitos	586
24. General retirado de la Policía es requerido en los tribunales por violación ambiental	584
25. Bonos entregados a nombre de Serulle generan descontento entre periodistas	584



Diario Libre

Universidad de
San Andrés

Portada superior

DiarioLibre.com

Lunes, 21 de Julio 2008. Actualizado a las 08:14 AM.

Dominicanos en línea

Lo más sexy de República Dominicana
Encuéntralo aquí, Intégrate gratis

Portada

Noticias

Revista

Deportes

Opinión

Ecos

Fotos

Videos

RESUELVE LA BODA DE TUS SUEÑOS **novias**



Informe sobre Desarrollo Humano
República Dominicana 2008

Imprimir | Enviar | Favoritos
Tamaño de la Fuente

21 Julio 2008

Grupo Alfareros representó al país en Sidney, Australia

Asistieron a la XXI Jornada Mundial de la Juventud, con el Papa Benedicto XVI

Fotogalería

DiarioLibre.com

Martes, 26 de Agosto 2008. Actualizado a las 06:46 PM.

Diario Libre

3

Portada

Noticias

Revista

Deportes

Opinión

Ecos

Leídas

Fotos

Videos

DL English

DL Anterior

Clasificación

RESUELVE LA BODA DE TUS SUEÑOS **novias**



Informe sobre Desarrollo Humano
República Dominicana 2008

Fotografías

Todos / Noticias / Revista / Deportes



La lluvia copiosa inundó las calles de Santo Domingo. Foto: Marvin del Cid

Desalojan miles de familias en zonas vulnerables

SANTO DOMINGO. Miles de familias son evacuadas por la Defensa Civil y las Fuerzas Armadas en las zonas vulnerables de las provincias en alerta por la tormenta Gustav, que ha provocado torrenciales aguaceros en gran parte del país. Entre tanto, la Oficina Nacional de Meteorología emitió un aviso de condiciones de huracán

Constituye tu Compañía

en República Dominicana

En tan sólo **24 horas**

www.Company24h.com

¡Lo último!

- » Leonel confirma a otros funcionarios
- » Gustav se debilita al tocar tierra en Haití, pero podría fortalecerse
- » El petróleo sube más de un dólar y termina a US\$116.27

Hay gente que ocupa un lugar especial

Imprimir Enviar Favoritos Tamaño de la Fuente Compartir en Facebook

20 Abril 2009

El niño Diego Barhausen está ranqueado 8vo. en USA



Diego Barhausen

SD. El niño Diego Barhausen se encuentra colocado en el octavo lugar en el Campeonato de los Estados Unidos de Kartismo, en la Región Este.

El pequeño, quien acaba de agotar una exitosa jornada en el Florida Winter Tour donde despertó comentarios muy elogiosos, se apresta a honrar su próximo compromiso con su participación en la segunda carrera puntuable del Campeonato Nacional Viva de Kartismo, el cual se celebrará este fin de semana en el Autódromo Mobil 1.

Los comentarios elogiosos hacia el dominicano se produjeron luego de verlo correr en el mencionado trazado, logrando, inclusive rebasar al campeón de la mini kart, Santino Ferrucci, en la última vuelta -bandera blanca- cuya prueba se desarrolló a 16 vueltas.

Igualmente, anduvo por encima de los pilotos de la escudería Team Kart Mini USA. "Este niño llegará muy lejos", dijo John Novoso, diseñador del chasis usado por Diego Barhausen.

De **Diario Libre**

Caricaturas

Diógenes y Boquechivo





Rosca izquierda



SaltAndres

Acceso por el móvil

CLARO 3G 08:30 a.m. 91%

DiarioLibre.com

Portada | DL English | Fotos | Videos | Versión Web

Boquechivo



HONESTIDAD Y AUSTERIDAD
EN EL MANEJO DE LOS
PRESUPUESTOS... QUE TU PUEBLITO
TE RECONOCE PARA HACER
UN TRABAJO DEFIENSO,
SINCERO Y CONCRETO
DE ACUERDO CON LOS VALORES
DE VERDAD Y JUSTICIA.

EN TU MUNICIPIO ESTÁ LA
CONSTRUCCIÓN DE UNA
SOCIEDAD IDEAL...
NO HASAS UN MAL HECHO,
NO VOLUNTARIES LAS
ARCAS DEL ESTADO... Y
NO COBRAS LO ATENCIÓN

**SE LE ESTUVE HACIENDO CASO
AL SANTURÓN DE UNO A TERCEROS
LOS A AÑOS CON UN CHEQUE
NO SEAS BURRO... CON UN PAR
DE MILLONES DE DÓLARES
QUE TU DESTROZAS AL AÑO
HACE LO EN A NOCHE.
ACERCA TU OÍDO EN TUMBLÓN...
Y PASAS ATE PRESO A UN TUMBLÓN...
Y SE BANA EL OÍDO HAYENDO
NO LE DES RINTE... SON LOS MEDAJES
NO SEA BURRO... ANDRÉSCONTE
A FUERZA DE ESTE LADO TENGO
A FUERZA DE LA OTRA BORDA CON
QUE TENES EN TU CASA...
FERNÁNDEZ**



09 Diciembre 2009 08 Diciembre 2009 07 Diciembre 2009
04 Diciembre 2009 04 Diciembre 2009 03 Diciembre 2009

Navigation icons: back, forward, home, search, and refresh.

DiarioLibre.com Versión Móvil

[Portada](#) | [DL English](#) | [Fotos](#) | [Videos](#) | [Versión Web](#)

■ Revista

10 Diciembre 2009

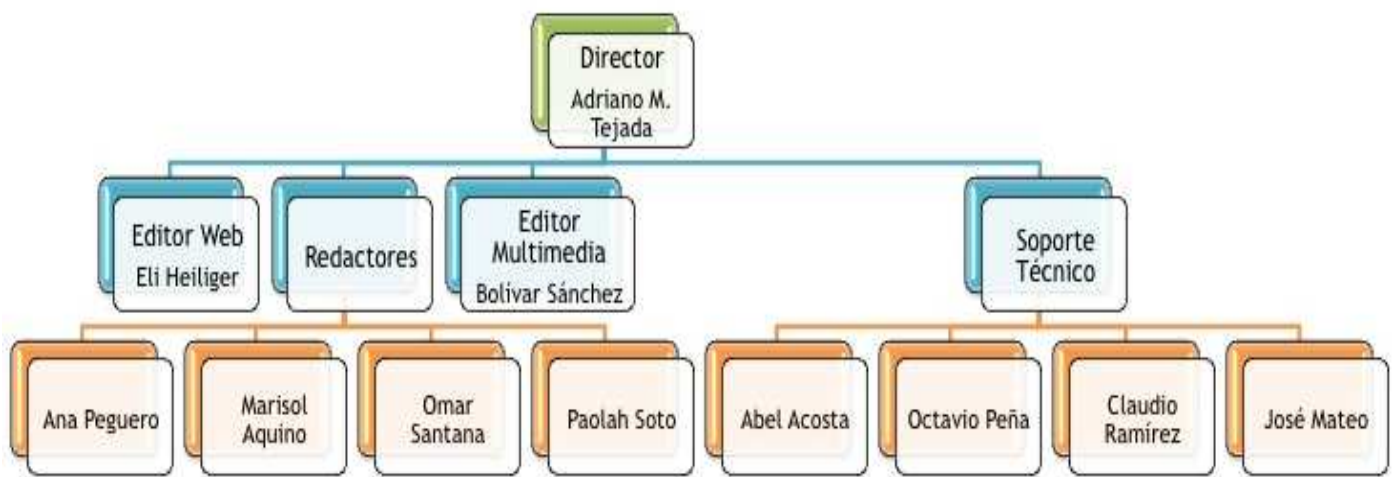
Llegó hora cero para Martha en Latin American Idol

La dominicana hizo gala de su talento en el último concierto



DiarioLibre.com

Organigrama de *Diario Libre* digital:



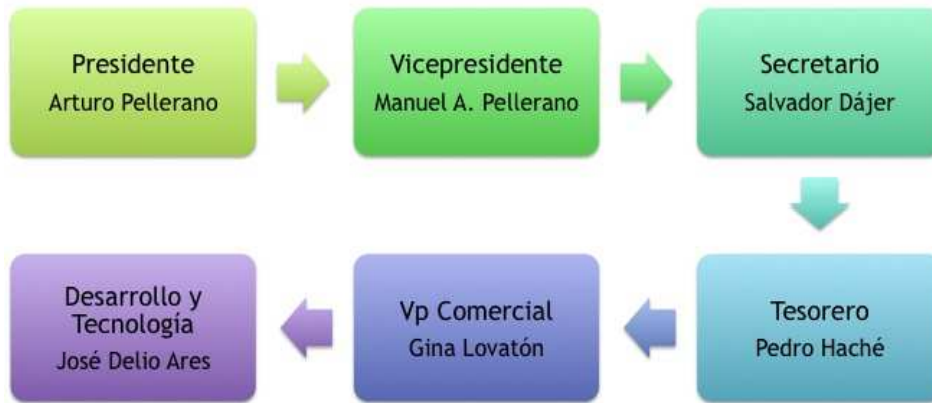
Universidad de
San Andrés

Unidad de Internet:



Universidad de
San Andrés

Omnimedia:



Cantidad de empleados por área

- Ventas:

Este departamento concentra cuatro empleados. Se encarga de vender todos los *banners* y la publicidad.

- Equipos:

Está conformado por tres personas. Se ocupa de los equipos técnicos que mantienen la página.

- Programación:

Aquí hay cinco empleados. Son los que diseñan y programan la página de Internet. En *Diariolibre.com.*, se cuenta con un personal encargado de diseñar la página, a diferencia del *Listín Diario* que contrata los servicios de una empresa.

- Contenido:

En esta área trabajan cuatro personas. Se maneja a través del área de Redacción y se encargan de todos los contenidos que son publicados en el periódico digital.

Costos publicitarios en *Diariolibre.com*

Portada falsa:



The image shows a screenshot of a website interface. At the top left, the text "DiarioLibre.com" is displayed in a bold, green font. Below this, a large green rectangular area contains white text. The text reads "Portada Falsa 500 x 400 px" at the top. In the lower portion of the green area, there are two lines of text: "Intro Sección RD\$ 55,000.00" and "Intro Web RD\$ 65,000.00". At the bottom right of the green area, there is a small white button with a black border and the text "Continuar a Diariolibre.com". To the right of the green area, there is a faint, stylized graphic element resembling a bird or a flame.

SanAndrés

Portada:

The image shows a screenshot of the Diario Libre website homepage with several banner ad positions highlighted by green arrows and text labels. The labels specify the dimensions and price for each banner:

- Header:** Banner 468 x 60 px RD\$45,000.00
- Top Right:** Banner 300 x 250 px RD\$60,000.00
- Top Left:** Banner 468 x 60 px RD\$40,000.00
- Middle Right:** Banner 300 x 250 px RD\$60,000.00
- Bottom Left:** Banner 468 x 60 px RD\$35,000.00
- Bottom Right:** Banner 468 x 60 px RD\$35,000.00
- Bottom Center:** Banner Inferior 728 x 90 px RD\$60,000.00

On the left side of the image, there is a green box with the word "Portada" and a play button icon.

Secciones:

The image shows a screenshot of the Diario Libre website with several green callout boxes and arrows pointing to specific advertising spots. The website header includes the logo 'Diario Libre.com' and the word 'Secciones'. The main content area is divided into several columns and sections, including 'Últimas noticias', 'Videos y fotos', and 'El Explo'. The callouts provide the following information:

- Top Left:** Banner 468 x 60 px, RD\$30,000.00
- Top Right:** Banner 468 x 60 px, RD\$30,000.00
- Middle Right (Top):** Banner 300 x 250 px, RD\$35,000.00
- Middle Right (Bottom):** Banner 300 x 250 px, RD\$35,000.00
- Bottom Center:** Banner inferior 728 x 90 px, RD\$60,000.00
- Left Side (Pointing to a green bar):** Banner 468 x 60 px, RD\$22,000.00

Artículos:

The image shows a screenshot of the Diario Libre website with several banner ad positions highlighted by green arrows and labels. The website header includes the logo 'Diario Libre' and the text 'Artículos'. The main content area features a large article titled 'Amet envía a las calles 114 nuevos agentes' with a photo of police officers. To the right of the article is a sidebar with a 'Lo último!' section containing a list of recent news items. At the bottom of the page, there is a 'Comentarios' section with a form and a 'Banner inferior' at the very bottom.

Labels and dimensions for the banners:

- Top Left:** Banner 468 x 60 px, RD\$40,000.00
- Top Right:** Banner 468 x 60 px, RD\$40,000.00
- Right Side (Top):** Banner 300 x 250 px, RD\$50,000.00
- Right Side (Middle):** Banner 300 x 250 px, RD\$48,000.00
- Left Side (Middle):** Banner 468 x 60 px, RD\$35,000.00
- Bottom Right (Top):** Banner 180 x 150 px, RD\$20,000.00
- Bottom Right (Bottom):** Banner 180 x 150 px, RD\$20,000.00
- Bottom Center:** Banner inferior 728 x 90 px, RD\$60,000.00

Versión móvil:

TARIFAS

Formatos	Monto en RD\$
Banner 305 x 60 pixels	\$ 30,000.00
Banner 215 x 34 pixels	\$ 25,000.00
Banner 167 x 30 pixels	\$ 20,000.00
Banner 112 x 20 pixels	\$ 18,000.00
Text tag (16 a 24 caracteres)	\$ 15,000.00



Universidad de
San Andrés



Listín Diario

Universidad de
San Andrés

Portada

listindiario.com

S. Domingo

Lluvias
Mínima 23°
Mínima 33°



Santiago

Lluvias
Mínima 22°
Mínima 32°



INICIO LA REPUBLICA EL DEPORTE LA VIDA LAS MUNDIALES ECONOMIA & NEGOCIOS ENTRETENIMIENTO LAS SOCIALES CLASIFICADOS
El Norte Religión Ventana Crucigrama Obituarios Horóscopo El Tiempo Club de Lectores Plan LEA RSS

9 mayo 2010, actualizado a las 5:19 AM

Buscar

buscar

Login

Regístrate
Recuperar contraseña



EX CORONEL LUIS JOSÉ LEÓN ESTÉVEZ

Se suicida primer esposo de Angelita Trujillo

PARTICIPÓ EN TORTURAS A OPOSITORES DEL RÉGIMEN DEL TIRANO RAFAEL LEONIDAS TRUJILLO

La Policía Nacional inició de inmediato las investigaciones para determinar las reales circunstancias en que murió el oficial retirado.

- Intelectuales fustigan a yerno de Rafael Trujillo
- Cardenal refuta juicios de cónyuge de Angelita
- Escritor dice libro de Angelita es un libelo sin pruebas
- Soto Jiménez recuerda historial de León Estévez

CÁMARA ADMINISTRATIVA

Junta Central Electoral define

NOTICIAS



Salcedo promete reciclar los desechos de la capital



Chinchilla se juramenta en CR

Es la primera mujer que asume la Presidencia en Centroamérica.



Miguel Vargas pide al gobierno que baje precios de los combustibles

Resumen

Las Más Leídas

Caravana de Leonel Fernández recorre sur profundo

Milagros apoya tasa cero para el servicio Internet

Dice demostrarán la recuperación del PRSC

Traerán hoy a dos acusados desde Holanda

Trabajadores respaldan a Pelegrín Castillo

Arqueóloga dominicana confía puede hallar tumba de Cleopatra

Cierran 20 aeropuerto España por las cenizas

Operan al Rey Juan Carlos

Escolta de ex presidente hondureño sale herido en atentado y muere su nieta

Nuevo diseño Listindiario.com

Artículos

The screenshot shows the website listindiario.com with a navigation menu and a news article. The navigation menu includes sections like INICIO, LA REPÚBLICA, EL DEPORTE, LA VIDA, LAS MUNDIALES, ECONOMÍA & NEGOCIOS, and ENTR. Below the menu, there is a search bar and a user login field. The main content area displays a news article from La República dated October 27, 2010, at 11:47 AM. The article title is 'PRESIDENTE DNCD Rosado Mateo dice ingreso de drogas por vía aérea se ha reducido en un 150%'. The article text mentions an intervention of a company in La Vega for carrying drugs to Spain and the arrest of three DNDC members.

listindiario.com

INICIO LA REPÚBLICA EL DEPORTE LA VIDA LAS MUNDIALES ECONOMÍA & NEGOCIOS ENTR

El Norte Religión Ventana Tecnología Crucigrama Obituarios Horóscopo

27 octubre 2010, actualizado a las 6:11 PM

Buscar Usuario *

La República 27 Octubre 2010, 11:47 AM Comentarios 7 - Último digitado en 27 Oct a las 4:02 P

Tamaño texto - +

PRESIDENTE DNCD

Rosado Mateo dice ingreso de drogas por vía aérea se ha reducido en un 150%

INTERVIENEN EMPRESA EN LA VEGA POR LLEVAR DROGA A ESPAÑA; HAY 3 MIEMBROS DNDC ARRESTADOS

Universidad de
San Andrés

RAPERO **FLOWDEBARRIO.COM** Secreto se proclama como revelación del año

EL JOVEN ARTISTA HA LOGRADO BUENA ACOGIDA DEL PÚBLICO

Artículo

Laura Núñez

laura.nunez@listindiario.com

Santo Domingo

Confiado en que será tomado en cuenta como el artista revelación del año 2010 en la próxima edición de los premios Casandra, Odalis Pérez, mejor conocido como Secreto, ha "desacata'o" a los seguidores del género urbano con su dembow y sus letras.



Encuentros digitales



La Miss Universo 2010, la mexicana Ximena Navarrete.



El periodista Mario Tascón.

Evaluación

Adecuación e influencia de los portales digitales de información general en República Dominicana

Los diarios electrónicos como espacios de ejercicio del periodismo digital en República Dominicana desde junio hasta agosto de 2010 (estudio de caso: Listín Diario, Diario Libre y Clave Digital)

Sustentado por:

Linda Valdez Zambrano

Asesora de contenido

Eugenia Mitchelstein

Autoridades de la Maestría en Periodismo de la Universidad de San Andrés,
Columbia University y Grupo Clarín (Maep-Clarín)

Director/a Maep-Clarín

Coordinadores de Tesis

Fecha

Calificación

Cesión de derechos

Mediante la presente cedo a la Universidad de San Andrés, en forma gratuita, todos los derechos que pudieran corresponder por el trabajo de tesis de mi autoría para publicar el documento en forma electrónica o impresa y/o divulgar por cualquier medio electrónico y sin restricción de acceso.

Título de la obra autorizada:

“
.....
.....”

“Aunque el autor enajenare la propiedad de su obra, conserva sobre ella el derecho de exigir la fidelidad de su texto y título en las impresiones, copias o reproducciones, como asimismo, la mención de su nombre o seudónimo como autor”.

Art. 52 de la Ley 11.723 (Propiedad Intelectual).

Fecha:

Firma del alumno:

Aclaración:

N° de Legajo:

DNI:

Domicilio:

Teléfono: