

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y

HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



“ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES DEL CIBERPERIODISMO EN LOS SITIOS WEB
DE LOS DIARIOS CORREO – PERÚ Y LA ESTRELLA DE ARICA – CHILE 2018”

TESIS PRESENTADO POR:

BACH. PILAR CASTAÑEDA AQUISE

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TACNA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mis padres, por su apoyo incesante en hacer de mi una profesional, por los valores que desde pequeña que inculcaron para ser una persona integral en la vida.

A mi hermano, por ser partícipe de mi proceso de aprendizaje, por apoyarme día a día con sus consejos y confianza en mis capacidades, siendo mi hermano y amigo a la vez.

A mi asesora, la Mag. Marisol Zegarra Begazo por su paciencia en el proceso de realización de mi investigación y por haber sido una parte primordial de mi formación profesional.

A dios por cuidar a mi familia y permitirme tenerlos presentes en esta etapa de mi vida, siendo testigos de mis logros.

RECONOCIMIENTO

Agradezco a mis docentes por haberme formado como profesional guiándome durante estos cinco años; también a quienes estuvieron presentes en la evolución y posterior desarrollo total del presente trabajo, les agradezco y manifiesto mi gratitud.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Análisis de las dimensiones del ciberperiodismo en los sitios web de los diarios Correo – Perú y La Estrella de Arica – Chile 2018” se presenta para optar el título profesional de Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Privada de Tacna.

El trabajo de investigación referido al ciberperiodismo se desarrolla en el ciberespacio que ha implementado un lenguaje propio caracterizado por la multimedialidad, entendida como una combinación de lenguajes y de formatos (texto, sonido y video) y; la interactividad, que permite al usuario interactuar con los contenidos del cibermedio-sitios web, con los autores de esos contenidos y con otros usuarios.

La investigación se centra en el “Análisis de la Interactividad, la Buscabilidad y la Visibilidad de la Información en Sitios Web de Medios de Comunicación” de Linares (2016) que permite conocer la calidad periodística básica del ciberperiodismo en función a tres dimensiones: Interactividad, buscabilidad y visibilidad.

En consecuencia, la tesis tiene como objetivo determinar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y la Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo 2018.

En tal sentido, se plantea una metodología con enfoque cualitativo, de tipo básico, y de diseño no experimental y transversal-comparativo. Para ello, el ámbito de estudio se centra en el análisis de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile; la técnica empleada es la observación y; el instrumento la “Ficha de Análisis” de Linares (2016). Ulteriormente se aplica la escala tipo Likert a fin de determinar el mayor grado de cumplimiento de las dimensiones del ciberperiodismo en los sitios web de ambos diarios.

La tesis concluye que el sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo, dada la calificación obtenida de 20 puntos que se traduce en alto grado de cumplimiento, que contempla un total 32 subindicadores correspondientes 4 indicadores: Relación Cibermedio-Usuario, Contenidos Generados por Usuarios, Buscabilidad y Navegación y; SEO y Web Social, frente al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile, que alcanza la calificación de 16 puntos que se traduce en regular grado de cumplimiento.

La evaluación resulta un aporte significativo debido a que permite evidenciar los aspectos que aportan calidad a los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, asimismo, demuestran el compromiso del cibermedio con el usuario articulando la Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad a fin de investigar, producir y difundir contenidos de su interés.

ABSTRACT

The present investigation titled "Analysis of the dimensions of the cyberjournalism in the websites of the newspapers Correo - Perú and La Estrella de Arica - Chile 2018" is present for the professional title of license in social communication in the Universidad Privada de Tacna.

The research work refers to cyberjournalism is developed in cyberspace that has been implemented in its own language, has been used in multimedia, has used a combination of languages and formats (text, sound and video) and interactivity, which allows the user to interact with the contents of the websites of cybermedia, with the authors of that content and with other users.

The research focuses on the Analysis of Interactivity, Searchability and Visibility of Information in Websites of Media of Linares (2016) that allows to know the basic journalistic quality of the cyberjournalism in function of three dimensions: Interactivity, Buscabilidad and visibility.

Consequently, the thesis aims to search the Web sites of the newspapers Correo - Perú and La Estrella de Arica - Chile fulfills to a greater degree the dimensions of the 2018 cyberjournalism.

In this sense, a methodology is presented with a qualitative approach, of a basic type and a non-experimental, transversal and comparative design. For this, the scope of study focuses on the analysis of the websites of the newspapers Correo-Perú and La Estrella de Arica-Chile; the technique used is observation and; The instrument of the "Analysis sheet" of Linares (2016). Subsequently, the type scale is applied. The aim is to determine the degree of fulfillment of the dimensions of cyberjournalism in the websites of both newspapers.

The thesis concludes that the Correo-Perú newspaper's website complies with the best ratings of the journalism, the 20 percent that translates into the high degree of compliance, which includes a total of 32 corresponding sub-indicators 4 indicators: Cybermedia-User Relationship, Contents Generated by Users, Searchability and Navigation and; SEO and Social Web, in front of the website of the newspaper La Estrella de Arica-Chile, which reaches a score of 16 points which translates into a regular degree of compliance.

The evaluation becomes a significant element, which makes it possible to show the aspects that are contributed, the quality, the sites, the mail, Perú, and the Estrella de Arica, Chile, the commitment, the commitment with the user, the interaction, the search and visibility of research, production and dissemination of content of interest.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Identificación y determinación del problema.....	2
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema General.....	4
1.2.2. Problemas Específicos	4
1.3. Objetivos	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Hipótesis de la investigación.....	6
1.4.1. Hipótesis General.....	6
1.4.2. Hipótesis Específicas	6
1.5. Operacionalización de variables.	7
1.6. Justificación de la investigación	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1. Antecedentes del estudio.....	11
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	11
2.1.2. Antecedentes Nacionales	16
2.2. Bases teóricas – científicas	22
2.2.1 Sitio web	22
2.2.4 Interactividad	30

2.2.5	Modelos de análisis de la interactividad	36
2.2.6	Contextualización.....	50
2.3	Definición de términos básicos.....	52
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		55
3.1.	Enfoque de la investigación	55
3.2.	Tipo de investigación.....	55
3.3.	Diseño de investigación.....	56
3.4.	Ámbito de estudio	56
3.5.	Población y muestra.....	56
3.6.	Procedimientos de investigación.....	57
3.6.1.	Técnica e instrumentos.....	57
3.6.2.	Métodos de análisis de datos.....	57
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN		60
4.1.	Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros.....	60
4.1.1	Análisis de la Interactividad del Ciberperiodismo en el sitio web del diario Correo – Perú	60
4.1.2	Análisis de la Interactividad del Ciberperiodismo en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.....	71
4.1.3	Análisis comparativo de la interactividad del ciberperiodismo en los sitios de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile. Periodo 2018.....	82
4.1.3.1	Dimensiones.....	82
4.1.4	Comprobación de la Hipótesis General	90
4.1.5	Comprobación de las Hipótesis Específicas	91

CONCLUSIONES	98
SUGERENCIAS	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104
ANEXOS	112

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Índice de Tablas

Tabla 1. Características del ciberperiodismo	30
Tabla 2. Indicador Relación Cibermedio-Usuario/Correo-Perú	62
Tabla 3. Indicador Contenido Generado por Usuarios/Correo-Perú	64
Tabla 4. Indicador Buscabilidad y Navegación del sitio web del Correo-Perú.....	66
Tabla 5. Indicador SEO y Web Social/Correo-Perú	68
Tabla 6. Resumen de resultados de indicadores/Correo-Perú	70
Tabla 7. Indicador Relación Cibermedio-Usuario/La Estrella de Arica-Chile.....	73
Tabla 8. Indicador Contenidos Generados por Usuarios/La Estrella de Arica-Chile.....	75
Tabla 9. Indicador Buscabilidad y Navegación/La Estrella de Arica-Chile.....	77
Tabla 10. Indicador SEO y Web Social/La Estrella de Arica-Chile.....	79
Tabla 11. Resumen de resultados de los indicadores/La Estrella de Arica-Chile	81
Tabla 12. Análisis comparativo de las dimensiones de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile.....	82
Tabla 13. Análisis comparativo de los indicadores de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile.....	83
Tabla 14. Análisis comparativo de los subindicadores de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile.....	84
Tabla 15. Comprobación de hipótesis-dimensiones del ciberperiodismo	90
Tabla 16. Comprobación de hipótesis-indicador Relación Cibermedio-Usuario	92
Tabla 17. Comprobación de hipótesis-indicador Contenidos Generados por Usuarios..	93
Tabla 18. Comprobación de hipótesis-indicador Buscabilidad y Navegación.....	95
Tabla 19. Comprobación de hipótesis-indicador SEO y Web Social	96

Índice de Figuras

Figura 1. Resultados de la evaluación de los indicadores/diario Correo-Perú	75
Figura 2. Resultados de la evaluación de los indicadores/La Estrella de Arica	81
Figura 3. Resultados comparativos de las dimensiones del ciberperiodismo	91
Figura 4. Resultados comparativos de los indicadores	94
Figura 5. Comparación de dimensiones del ciberperiodismo	97
Figura 6. Comparación del indicador Relación Cibermedio-Usuario	98
Figura 7. Comparación del indicador Contenidos Generados por Usuarios.....	100
Figura 8. Comparación del indicador Buscabilidad y Navegación.....	103
Figura 9. Comparación del indicador SEO y Web Social	104

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación titulado “Análisis de las dimensiones del ciberperiodismo en los sitios web de los diarios Correo-Perú y la Estrella de Arica-Chile 2018”, es desarrollado por medio de cuatro capítulos.

El Capítulo I denominado Planteamiento del Problema, presenta la identificación y determinación del problema de investigación, formulación del problema, objetivos, hipótesis, operacionalización de variable, y por último, la justificación de la investigación.

El Capítulo II Marco Teórico presenta los antecedentes, bases teóricas y definición de términos de la investigación, permitiendo un mayor entendimiento para el análisis de las dimensiones del ciberperiodismo.

El Capítulo III nombrado Metodología de la Investigación, detalla el enfoque, tipo, diseño, ámbito de estudio, población y muestra de investigación, así como la técnica e instrumento de observación y el método de análisis de los datos obtenidos.

El Capítulo IV Resultados de la Investigación, presenta los resultados obtenidos tras aplicar el instrumento de análisis a cada uno de los sitios web de los diarios en evaluación, seguidamente del análisis comparativo, además la comprobación de hipótesis general e hipótesis específicas. En este capítulo se representa la información en forma de tablas y figuras para lograr una mejor lectura. Finalmente se muestran las conclusiones, sugerencias, referencias bibliográficas y anexos del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema

La evolución del ciberperiodismo a nivel global demanda conocer la calidad básica de los cibermedios, la misma que reside en el compromiso con los usuarios y que se expresa esencialmente en la facilidad de navegación por contenidos, opciones de búsqueda y, recuperación retrospectiva de ediciones anteriores (Linares J. , Codina, Vallez, & Rodriguez, 2016).

En tal sentido, es exacta la apreciación de Raimondo (2014) quien establece que el usuario del siglo XXI tiene autoridad para exigir información al momento de originarse la noticia; consiguientemente, los sitios web presentan secciones sujetas al accionar del usuario a fin de que exprese enunciados libremente.

Salaverría (2016) alude en su libro el “Ciberperiodismo en Iberoamérica” que en Perú los tres primeros diarios que migran a la versión digital son La República y El Peruano en 1996 y El Comercio un año después; situación semejante se presenta en Chile donde el primer diario que migra a la versión digital es Copesa Diario Electrónico en 1995, seguido por La Época y El Mercurio Digital en 1996. En consecuencia, ambos países registran partida de nacimiento del ciberperiodismo escasamente con un año de diferencia.

La importancia que vienen cobrando los cibermedios se sostiene en estadísticas como las de La Unión Internacional de Telecomunicaciones 2014 que establece que el porcentaje de usuarios en internet en Perú y Chile en el periodo 2000-2013 se incrementó en 36.12% en el primer caso y en 49.90% en el segundo. Es pertinente precisar que en 2000 el porcentaje de usuarios en Perú alcanzó 3.8% y en Chile más de cuatro veces, es decir 16.60% más de cuatro veces existiendo una diferencia de 12.8%; trece años después, la distancia fue superior al doble alcanzando el 27.3%, dado que el porcentaje de usuarios en Perú fue de 39.20% y en Chile 66.50%.

La presente investigación se ocupa del análisis de las dimensiones del ciberperiodismo de los sitios web de los diarios Correo – Perú y La Estrella de Arica – Chile. Los dos cibermedios nacen en ciudades de frontera y migran a la versión digital en 2000 y 2003 respectivamente; sin embargo, existen diferencias respecto a la interactividad, buscabilidad y visibilidad potenciadas al 2018, las mismas que determinan la calidad de los cibermedios motivo de estudio.

El Ranking de Desarrollo de las Tecnologías de la Información en Iberoamérica, elaborado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones en 2014, que examina 166 países, determina que las mejores posiciones corresponden a dos naciones europeas, España y Portugal que ocupan los puestos 28 y 43 respectivamente. Entre los países americanos, el mejor ubicado es Uruguay que ocupa el puesto 48 y el más rezagado Cuba situado en el puesto 125.

En consecuencia, el trabajo de investigación tratado favorecerá el poner en evidencia el grado de cumplimiento de las dimensiones del ciberperiodismo en los cibermedios, de acuerdo con los resultados que obtengan en interactividad, buscabilidad y visibilidad. El propósito es lograr que los sitios web optimicen la relación del cibermedio con el usuario y propicien que los mismos generen contenidos de interés, además de ofrecerles facilidades para que realicen búsquedas retrospectivas de información de su interés anteriormente publicadas, sin olvidar poner a su disposición redes sociales que posibilitan la comunicación instantánea y, en consecuencia figuren en resultados orgánicos de diversos buscadores.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?

- ¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?
- ¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo?
- ¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.

- Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.
- Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo.
- Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo.

1.4. Hipótesis de la investigación

1.4.1. Hipótesis General

El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado con las dimensiones del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.

1.4.2. Hipótesis Específicas

- El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.

- El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario la Estrella de Arica-Chile.
- El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.
- El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.

1.5. Operacionalización de variables.

La operacionalización de la variable toma en consideración el Sistema de Análisis de Linares (2016) para evaluar las dimensiones del ciberperiodismo.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
Dimensiones del Ciberperiodismo:	Son aspectos que aportan calidad a la plataforma del cibermedio, asimismo, son elementos que demuestran el compromiso de un cibermedio con sus usuarios. (Linares J. , Codina, Vallez, & Rodriguez, 2016)	Interactividad	Relación ciberperiodismo-usuario	Comunicación lector-autor
				Comunicación lecto-autor mediada por Twitter
				Comunicación lector-redacción

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
				Comunicación lector – redacción mediada por twitter
				Comentarios de lectores
				Votaciones de lectores
				Comentarios en blogs del cibermedio
				Rectificaciones
				Confidencialidad
				Diálogos directos
			Contenido generado por usuarios	Publicaciones generadas por usuarios
				Fotografías generadas por usuarios
				Videos generados por usuarios
				Sección específica UGC (Contenido Generado por Usuario)
				Comunidad y contacto con otros registrados
		Buscabilidad	Buscabilidad y navegación	Navegación constante
				Navegación semántica
				Mapa de la Web
				Navegación adaptativa
				Alertas o boletines electrónicos
				Búsqueda avanzada
				Página de resultados
				Localización
				Actualización
				Ordenación adaptativa

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
				Difundir con redes externas
				Difundir con redes propias
		Visibilidad	SEO y Web Social	Ranking mundial
				Ranking por país
				Ranking por categoría
				Engament (Compromiso): - Visitas - Tiempo en el sitio - Páginas vistas - Porcentaje de rebote
				Trafico de fuentes: - Directo - Remisión - Buscar - Social

1.6. Justificación de la investigación

La presente investigación genera aportes teórico-conceptuales en la especialidad de Periodismo, particularmente en el campo de estudio del ciberperiodismo (periodismo digital) e induce a reflexionar sobre la calidad básica de los cibermedios cimentada en tres dimensiones: Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad.

Asimismo, la investigación se justifica metodológicamente porque se realiza el análisis descriptivo comparado de la interactividad, buscabilidad y visibilidad de los sitios web de los diarios Correo-Perú y la Estrella de Arica-Chile, a fin de determinar cuál de ellos cumple en mayor grado los indicadores: Relación Cibermedio-Usuario, Contenidos Generados por Usuarios, Buscabilidad y

Navegación y; SEO y Web Social, que conforman las dimensiones del ciberperiodismo.

El trabajo de investigación también expondrá el grado de cumplimiento de las dimensiones en los sitios web de los diarios Correo-Perú y la Estrella de Arica-Chile, con el propósito de que los cibermedios optimicen la interactividad con los usuarios desarrollando información periodística que responda a intereses individuales y de grupo; posibiliten que los usuarios realicen aportaciones a publicaciones profesionales; favorezcan que los usuarios ejecuten en forma efectiva y satisfactoria tareas interactivas accediendo a la información de manera fluida e intuitiva y; figuren en plataforma de distribución de noticias y buscadores.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio.

2.1.1. Antecedentes Internacionales

- a. **Análisis comparativo y estudio de la interactividad en cibermedios-agregadores: Identificación de las características que un cibermedio occidental debe Implementar para su adaptación al contexto chino en casos de The Huffington Post Y Sina.com.cn. (Mingzhu, 2016)**

La tesis fue presentada para obtener el grado académico de Magíster en Comunicación Social en la Universidad Pompeu Fabra ubicada en la ciudad de Barcelona, España.

La presente investigación tiene como objetivo principal estudiar la interactividad de los cibermedios comparando dos medios más populares de Occidente y China, con el fin de conocer las características que debería reunir un cibermedio-agregador occidental que decidiera implantarse en China.

La metodología de la investigación es cualitativa y cuantitativa, usa un sistema de análisis de interactividad para identificar sus principales fortalezas y debilidades de los cibermedios-agregadores de referencia,

asimismo, elabora un análisis comparativo de diferentes aspectos relacionados con la interactividad y el contenido.

Como conclusión se estableció que Sina.com.cn se desarrolla mejor en los indicadores Contenidos Generados por Usuarios (UGC) y, Buscabilidad y Navegación frente a The Huffington Post se desarrolla mejor en el indicador Relación Cibermedio-Usuario. Asimismo, define que los lectores occidentales son menos activos que los lectores chinos, los mismo que no suelen usar las herramientas interactivas de cibermedios y la mayoría se sienten indiferentes e insatisfechos ante los cibermedios chinos, tienen interés por medios extranjeros que se establecen en China pero no están dispuestos a pagarlo.

b. Interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador.
(Barredo & Díaz, 2016)

La presente investigación fue elaborada para la Revista latina de Comunicación por Daniel Barredo Ibáñez profesor principal de la Escuela de Ciencias Humanas de la Universidad del Rosario (Colombia) y Elba Díaz Cerveró docente investigadora de la Facultad de Comunicación. Universidad Panamericana Campus Guadalajara (México).

La investigación tiene como objetivo valorar la gestión de la interacción en los cibermedios de orientación nacional de Colombia, México y

Ecuador en 2016. Además, expone como objetivos específicos evaluar la calidad de dicha interacción, así como a contrastar las semejanzas y las diferencias de estos tres países en función de sus culturas periodísticas.

La metodología del estudio es de alcance exploratorio, se emplea un modelo de evolución de la calidad de la interactividad que trata de un instrumento que contiene 36 indicadores agrupados en función de 8 factores, que es aplicado a través de un análisis de contenido, una técnica de carácter cuantitativo que permite demostrar las propiedades de un fenómeno determinado de manera sistemática.

En las conclusiones se determinó que la interactividad está vinculada a todo diseño de la información y la accesibilidad, estos influyen de manera rotunda a las respuestas psicológicas de los usuarios, es decir, utilizan la interactividad como proceso de gestión de la persuasión. Asimismo, la influencia decisiva que ejerce la interactividad para la apertura de nuevos escenarios de bienestar para las organizaciones, favoreciendo la integración de algunos grupos poblacionales hasta cierto punto excluidos de las rutinas comunicacionales, como las personas con algún tipo de discapacidad.

c. Interactividad de las redes sociales en el video online. Estudios de casos: Terra TV (Brasil), Caracol TV (Colombia) y Ecuavisa (Ecuador). (Ortiz, 2015)

La tesis fue presentada para obtener el grado académico de Magíster en Comunicación Social en la Universidad Andina Simón Bolívar ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador.

La presente investigación tiene como objetivo analizar el uso de las redes sociales para la propagación del video online durante el mes de marzo del 2013, mediante estudios de casos sobre la elección del papa Francisco tanto en los portales web como en los perfiles de las redes sociales.

La metodología de la investigación es de alcance exploratoria-descriptiva, de enfoque cuantitativo mediante un diseño no experimental transeccional. Las técnicas que se emplearon son la observación no participante y el análisis de contenido cuantitativo, a través de instrumentos de medición propios que alimentan a su vez la adaptación del test de dinamismos propuesto por Ramón Salaverría.

En las conclusiones se determinó que las interacciones en las redes sociales generan un impacto directo en el consumo de video online en los portales web, esto por la cantidad de reproducciones generadas por el acortador con las reproducciones contabilizadas por los propios cibermedios se determinó que un 26% de reproducción de videos proviene

desde Facebook y Twitter. Caracol TV es quien más destaca en esta variable con un (46%) y también es quien crea mayor cantidad de post y tuits hacia un mismo video (1.6 posttuits en promedio). Esto significa que los usuarios están mirando videos noticiosos desde las redes sociales conforme las propuestas mediáticas de Terra TV, Caracol TV y Ecuavisa en sus cuentas; ratificando la transformación de los procesos de consumo digital.

d. Indicadores para la evaluación de la calidad en cibermedios: Análisis de la interacción y de la adopción de la web 2.0. (Rodríguez, Codina, & Pedraza, 2012)

La investigación fue realizada para la Revista Española de Documentación Científica. La presente investigación tiene como objetivo determinar un conjunto de indicadores que pueden ser útiles para la evaluación del nivel de adaptación de los cibermedios a la web.

El método de evaluación que se propone en el presente trabajo tiene como objetivo establecer dimensiones, indicadores y subindicadores que permitan examinar los sitios web del ámbito de la comunicación con el fin de conocer si han hecho o no una adaptación adecuada al entorno de la web. Para elaborar este conjunto de dimensiones, indicadores y subindicadores se han analizado multitud de sitios web de diversos medios de comunicación, entre los que se encuentran: sitios web de diarios

internacionales y nacionales, canales de televisión, blogs elaborados por periodistas, sitios web de periodismo ciudadano, etc.

En conclusión se determinó la web como uno de los escenarios más utilizados para la búsqueda y el acceso a la información, los medios de comunicación se consideran necesarios adaptar sus contenidos y estrategias de comunicación a este nuevo entorno. Pero conocer cuáles son las mejores herramientas y estrategias de comunicación no resulta fácil ya que es complicado determinar el impacto de su uso de algunas de estas herramientas y, sobre todo, su perdurabilidad en el entorno web.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

- a. Elementos comunicacionales de la piezas graficas diseñadas por Pictoline y la participación interactiva del lector de Cyberperiodismo.**
(Gorn, 2017)

La tesis fue presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo en la Universidad Privada del Norte en la ciudad de Trujillo.

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar la forma en que los elementos comunicacionales de las piezas gráficas diseñadas por Pictoline determinan la participación interactiva del lector de cyberperiodismo en Facebook durante los meses de marzo y abril del

2016. Además, expone como objetivos específicos analizar las características generales de la página de Facebook, las piezas graficas de la empresa y; de este modo conocer el nivel y características de interacción de los usuarios de Pictoline.

La metodología de la investigación es de carácter no experimental-descriptivo, busca conocer la percepción del lector de ciberperiodismo sobre las piezas gráficas de Pictoline que utilizan distintas técnicas que sintetizan la noticia. Se ha considerado las piezas gráficas publicadas en la página de Facebook de Pictoline en el mes de marzo 2016 (19 publicaciones) y abril 2016 (20 publicaciones). Dentro del proceso de la investigación se utilizaron las siguientes herramientas: Cuadro de análisis de FanPage Pictoline, cuadro de análisis de las piezas gráficas y cuadro de análisis de interacción.

En conclusión se determinó los elementos comunicacionales de las piezas gráficas diseñadas por Pictoline sí determinan una participación interactiva media sobre este tipo de periodismo en el lector de ciberperiodismo, considerando el engagement. Por otra parte, los temas, el contenido y el lenguaje visual y verbal utilizado en las piezas gráficas son fundamentales para llegar a los usuarios de este FanPage. Asimismo, la página de Facebook de Pictoline es utilizado como medio de comunicación de noticias actuales de distintos segmentos de interés.

b. Análisis de las características del ciberperiodismo: Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad en las notas principales de las webs La Industria de Trujillo y Correo-La Libertad durante los meses de junio, julio y agosto de 2013. (Florian & Gómez, 2014)

La tesis fue presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada del Norte en la ciudad de Trujillo.

La presente investigación tiene como objetivo describir las características del ciberperiodismo (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad) que presentan las notas principales de las plataformas digitales de los diarios La Industria de Trujillo y Correo - La Libertad. Asimismo, tiene por objetivos específicos identificar los elementos periodísticos y el número de notas principales de las plataformas digitales y, por último los agentes multimedia usados con mayor frecuencia en la construcción de las notas principales de las publicaciones.

El diseño de investigación es de tipo transeccional o transversal-descriptivo, la investigación estudiara 157 notas principales de los portales web de La Industria de Trujillo y Correo- La Libertad durante junio, julio y agosto del 2013. Para ello, se eligió una nota diaria década portal teniendo en cuenta la ubicación principal en las plataformas.

En conclusión se determinó que el uso del hipertexto en el 78.82 % de las notas es nulo. Además solo se utiliza un agente multimedia representado por las imágenes de referencia. En cuanto a la interactividad solo se permite enviar por correo electrónico, comentar las notas y compartirlas en redes sociales. Solo 18 (21.18%) notas publicadas en la web de La Industria de Trujillo cumplen con las tres características al usar enlaces internodales, los cuales dirigen al usuario hacia un archivo de PDF conteniendo una nota de la versión impresa del diario. En la mayoría de las notas evaluadas no existe una redacción autónoma propia de la web, la actualización de la web Correo-La Libertad es deficiente por lo que no cuentan con un equipo especializado para el área digital. En tanto, el portal de La Industria de Trujillo no tiene un especialista que solucione los problemas técnicos en el cibermedio.

c. Propuesta de un Modelo Interactivo para el tratamiento de la información del diario digital de La Industria orientada a promover la cultura de prevención frente a desastres naturales en los jóvenes de 20 a 29 años de Trujillo, 2018. (Placencia, 2018)

La tesis fue presentada para obtener el título profesional en Ciencias de la Comunicaciones de la Universidad César Vallejo en la ciudad de Trujillo.

La presente investigación tiene como objetivo promover la cultura de prevención frente a desastres naturales en los jóvenes de 20 a 29 años de Trujillo, a través de una propuesta de modelo interactivo para el

tratamiento de la información del diario digital La Industria, asimismo, define como objetivos específicos describir las características del tratamiento de la información del diario digital, identificar las características de la cultura de la prevención en los jóvenes de 20 a 29 años de Trujillo, determinar la relación del tratamiento de la información del diario digital, diseñar una propuesta interactiva para mejorar el tratamiento de la información del diario digital y validar la propuesta interactiva para mejorar el tratamiento de la información.

El diseño de investigación es de régimen mixto, es decir, se aplica técnicas cuantitativas y cualitativas orientadas a establecer la relación causal de la información del diario digital de La Industria en la cultura de prevención frente a desastres naturales en los jóvenes de 20 a 29 años de Trujillo. Asimismo para la selección de las noticias del diario digital se consideró los contenidos relacionados con desastres naturales y difundidos durante el mes de mayo del 2018 y para la selección de los encuestados se consideró a los jóvenes de la provincia de Trujillo, entre 20 y 29 años, divididos a los estratos quinquenales establecidos por el INEI (20-24 y 25-29 años de edad).

En conclusión se determinó que el diario digital La Industria, siendo uno de los principales medios de la ciudad de Trujillo, demuestra ausencia de información relacionada con la prevención frente a desastres naturales. Diariamente se publican un promedio de 15 noticias, y mensualmente unas 450 publicaciones, que no exponen vinculación a actividades preventivas,

los medios de comunicación de mayor uso en la población de 20 a 29 años con fines informativos son los diarios digitales, diarios físicos y televisión. Sin embargo, para el caso específico de la cultura de prevención frente a desastres naturales, solo una quinta parte reconoce a los medios de comunicación como una fuente de información principal. En el caso específico del diario digital La Industria, la mayoría refiere que lo ha utilizado como fuente de información, pero su uso no es frecuente, sólo uno de cada diez personas lo utiliza diariamente. Además, la percepción respecto al aporte del diario digital La Industria como un medio estratégico para desarrollar cultura preventiva es favorable.

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1 Sitio web

Los términos internet y World Wide Web (WWW) no tienen un mismo significado, pero si están relacionados: (Snell, 1995)

El internet es la red masiva de redes, es decir, una infraestructura de redes que conecta a las computadoras de forma global formando una sola red, que permite a las computadoras comunicarse con otras solo cuando están conectadas al internet.

Word Wide Web o red es un modo de acceder a la información por medio de internet, es decir, un modelo de compartir información. La red usa el protocolo Hypertext Transfer Protocol (HTTP), uno de los lenguajes hablados en internet, para transmitir datos.

El sitio web es conjunto de páginas web desarrolladas en código HTML, relacionadas a un dominio de Internet el cual se visualiza en la World Wide Web (WWW) mediante los navegadores web o también llamados browser como Chrome, Firefox, Edge y Opera; cada página web pertenece a un sitio web y tiene como objetivo publicar contenido para ser visible al público. Los sitios web se pueden clasificar en dos tipos: (Calvo, 2010)

- **Sitios Web Estáticos:** No requiere realizar un continuo cambio en la información que contiene cada página, es decir, acceden a una base de datos para obtener el contenido.
- **Sitios Web Dinámicos:** Se puede agregar, modificar y eliminar contenidos del sitio web a través de un “sistema web”, generalmente con acceso restringido al público mediante usuario y contraseña, el que se denomina “BACK END”, que permite acceder a una base de datos para obtener los contenidos y reflejar los resultados obtenidos de la base de datos, en las páginas del sitio web.

2.2.1.1 Arquitectura de la Información

Para Wurman (1975) citado por Resmini y Rosati (2012), define la arquitectura de la información como “El estudio de la organización de la información con el objetivo de permitir al usuario encontrar su vía de navegación hacia el conocimiento y la comprensión de la información” (p. 2).

Asimismo, Montes de Oca (2004) determina que la arquitectura de información es la disciplina encargada de organizar los elementos formales y el contenido que integran un sitio web. Considera que contenido informativo y el diseño deben tener la calidad para lograr la plena satisfacción del usuario. La implementación de una arquitectura de información coherente no puede lograrse sin incorporar los elementos que determinan el mejor uso del sitio.

En definitiva, la arquitectura de la información es la combinación de esquemas de organización, etiquetado y navegación, dentro de un sistema de información, es también considerado el diseño estructural de un espacio de información para facilitar la terminación de tareas y el acceso intuitivo al contenido. Además, se le denomina el arte y la ciencia de estructurar y clasificar sitios web e intranets para ayudar a las personas a encontrar y administrar información (Morville, 2004).

Para referirse al grado en que una arquitectura de información satisface a sus usuarios en la tarea de acceder a los contenidos, suele emplearse el término “findability”, también se le llama buscabilidad, o encontrabilidad.

La buscabilidad es considerada parte de la usabilidad. Mientras que la usabilidad representa el grado con el que el usuario puede acometer eficaz, eficiente y satisfactoriamente tareas interactivas, la buscabilidad representa el grado con el que el usuario puede acometer un tipo concreto de estas tareas, las de recuperación de información es la tarea de mayor importancia de entre las que los usuarios realizan en un sitio web. (Tiempo de Negocios, 2014).

a. Componentes de la Arquitectura de la Información

Gonzales Cam (2003) agrupa la arquitectura de la información en cuatro componentes esenciales en la arquitectura general del sitio web y que por su deficiencia puede ocasionar problemas de usabilidad:

- **Organización:** Existen diferentes esquemas de organización, en las cuales se puede dividir en exactas o subjetivas y ambiguas.

La organización exacta se refiere a aquellas que tienen una sola interpretación, como pueden ser las que se organizan en forma alfabética (diccionarios, directorios y listados ordenados), cronológicas (revistas, periódicos, publicaciones), geográficas (agencias y sucursales, portales organizados geográficamente).

Mientras la organización subjetiva se basa en diversos criterios, como son las temáticas (portales horizontales, tiendas organizadas por rubros), funcionales (intranets corporativas), audiencia específica y la metafórica.

- **Navegación:** El sistema de navegación es uno de los temas más importantes en la accesibilidad y usabilidad del sitio Web. Proveer opciones para ir de un lado a otro, poder regresar a la página anterior o ir hacia otras secciones con el menor esfuerzo, puede brindar al usuario cierta placentera comodidad. Existe barra de navegación horizontal, vertical, desplegable, permanentes.

La navegación se puede clasificar en globales (acceso a las secciones principales), locales (acceso a las secciones internas) y ad hoc (acceso a secciones relacionadas). Se presenta información que permita conocer la ubicación exacta del navegante, como opciones de subir o bajar cuando existen textos grandes. En la navegación externa, se puede

apoyar la navegación utilizando tablas de contenido, índices, mapas del sitio o visitas guiadas.

- **Rotulado:** Una forma de representación de la información, que describe el contenido de una página Web. Los sistemas de rotulación pueden ser como enlace, encabezados, como iconos, y, además, cumple una función fundamental en la indización de documentos.

- **Sistema de Búsqueda:** Los sistemas de búsqueda permiten encontrar rápidamente la información, y algunas interfaces permiten realizar opciones de filtrado por secciones o por tipo de documento. En el caso de contenidos dinámicos, es necesario implementar un buscador interno, más aún cuando los robots y arácnidos de indización, no pueden clasificar la información en los grandes motores de búsqueda.

2.2.2 Cibermedio

Se define como el emisor de contenidos con voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet (López García & et al., 2005). Es un término que en contextos académicos y de estudio hace referencia al periodismo en internet, y más concretamente a la presencia de medios a través de sus sitios web. Se considera equivalentes al cibermedio el periodismo digital, periodismo electrónico, prensa digital y prensa online (Linares J. , Codina, Vallez, & Rodriguez, 2016)

Los cibermedios resumen la evolución que han experimentado los ciberperiódicos desde sus orígenes en los siguientes modelos: (Cabrera González , 2001)

- **Modelo facsimilar:** Reproduce fielmente la edición en papel, habitualmente en formato PDF de Acrobat. Este modelo aún está presente en algunos modelos de pago y en cibermedios que ofrecen servicios de archivo.

- **Modelo adaptado:** A partir de los documentos producidos por el diario impreso, mediante sistemas automáticos, semiautomáticos o manuales, adaptan los contenidos para el cibermedio. Generalmente, se produce una reducción de los recursos: eliminación o pérdida de calidad de imágenes, y eliminación de sumarios, pero incorporan algunos servicios de valor añadido y de interactividad con los usuarios, como foros y chats.

- **Modelo digital:** Son informaciones hechas para Internet, no para el medio de referencia. Lo cual no quiere decir que incluso estos productos no estén hechos con una mentalidad impresa, propia de los momentos de transición. Dos son, fundamentalmente, las categorías de estos productos informativos: las noticias de última hora, con más riqueza estructural, y los reportajes especiales, que se preparan con más tiempo y que, al contrario de lo que pasa con los reportajes impresos, no caducan, sino que pueden mantenerse en la red durante más tiempo

e incluso servir de apéndice multimedia para enriquecer otras informaciones de más actualidad.

- **El modelo multimedia:** Es el concebido para internet y con todos los recursos de los diferentes lenguajes informativos: texto, sonido, imágenes fijas o en movimiento, animaciones, etc.

2.2.3 Ciberperiodismo

El origen del ciberperiodismo como medio de comunicación es un hecho notable en la historia del periodismo. Salaverría (2016), menciona que las tecnologías digitales en Iberoamérica avanzaron con mayor lentitud, lo que ocasionó que los cibermedios tardaran mucho más en despegar. El desarrollo tecnológico se convirtió, en condición previa para la evolución del periodismo digital, un informe elaborado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (2014), destaca entre los países mejor desarrollados de Europa a España y Portugal, entre los países de América a Uruguay y entre los más atrasados a Cuba.

Los autores Aliaga y Díaz Noci (2003), lo denominan como ciberperiodismo por tener un equivalente en inglés (Cyberjournalism) y por el prefijo “ciber” que alude a la cibernética, la ciencia o disciplina que estudia la comunicación y los mecanismos automáticos de control o el funcionamiento de las conexiones entre grupos sociales y máquinas.

Asimismo, Raúl Trejo, citado por Parra Valcarce & Álvarez Marcos (2004), determina que el periodismo que se practica en el ciberespacio

emplea la denominación “ciberperiodismo”. Al igual que Santaella (2004) que define el ciberperiodismo como la actividad profesional que consiste en obtener y brindar información mediante los medios informáticos con el fin de exponerla en el ciberespacio. Asimismo, el ciberespacio es un espacio informático que ha implementado un lenguaje propio, caracterizado por la “multidimensionalidad” y por la interacción con el usuario.

Ante esto, Calvo (2010) señala que los estudios sobre la evolución del ciberperiodismo, específicamente del diario on-line, destacan la multimedia y planteamiento colaborativo, social y horizontal de la web 2.0. A su vez, María Ángeles Cabrera, que es citada por Calvo (2010), menciona que se ha dado origen a un nuevo medio como resultado de los avances tecnológicos que tiene un lenguaje propio y que cuenta con características distintas a los medios de prensa, radio y televisión.

Tabla 1

Características del Ciberperiodismo

Cambio	Características
Inmediatez	Posibilidad de renovación inmediata de los contenidos publicados.
Ubicuidad	Posibilidad de superar las barreras del tiempo y el espacio y tener presencia informativa en cualquier lugar.
Multimedia	Posibilidad de crear mensajes en los que convergen el texto, la imagen estática, la imagen en movimiento y el sonido.
Personalización	Posibilidad de generar productos específicas adaptados a los intereses de cada usuario.
Interactividad	Posibilidad de generar intercambios entre periodista y lector, lector y lector, lector y sistema, otros.

Narrativa hipertextual	Posibilidad de aplicar la estructura no lineal propia del hipertexto, incluyendo links a otros puntos informativos de interés.
Capacidad enciclopédica	Posibilidad de acceder a un gran fondo documental digital de libros, archivos sonoros, otros.
Virtualidad	Posibilidad de evitar la presencialidad mediante el uso de herramientas y plataformas de trabajo on-line. Esta característica es también aplicable a la creación de los mensajes periodísticos.

Fuente: M.^a Ángeles Cabrera González, en el libro La Prensa Online. Los periódicos en la www. 2002.

2.2.4 Interactividad

Para el autor argentino Rost (2004) la interactividad está sujeta a la digitalización de los contenidos a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, puesto que el mensaje no es unidireccional sino bidireccional, lo que implica interacción del receptor con los contenidos y los autores de esos contenidos. Rost (2014) en su libro “La interactividad en el periódico digital” menciona que la interactividad despliega una vía entre los medios y los lectores o usuarios permitiendo establecer una relación entre ambas partes y estudiando los diversos intereses de elección, participación y colaboración de contenidos.

Díaz Noci citado por Yezers’ka (2008), añade “La posibilidad de que el receptor actúe en mayor o menor medida sobre el mensaje que se le envía”, es decir el lector debe ser participe del sistema comunicativo y no solo un espectador. Además, la interactividad permite al receptor tomar sus decisiones y configurar su mensaje, así como dialogar con el emisor.

Para Salaverría (2005) la característica más notable en la web es la interactividad, puesto que el contenido tiene la capacidad de permitir al usuario edificar un tipo de relación con los contenidos. Esto implica la variedad de niveles de relación, que van desde un simple clic en un enlace hasta el más complejo envío de comentarios, participación en foros asociados a noticias, etc.

Scolari (2008), identifica la interactividad como la característica que determina a los cibermedios y manifiesta que a diferencia de los medios tradicionales es posible detectar una relación cambiante entre el usuario del medio y el mismo medio. La capacidad de cambiar su circulación y la forma de mostrar sus contenidos está regulada dentro de los nuevos medios y esta relación cambiante es primordial para entender la diferencia entre activo e interactivo.

Asimismo, el investigador mexicano Calderón (2017) define la interactividad como una de las características del ciberperiodismo donde el lector puede interactuar con el periódico, es decir, el curso de la información no recorre por una sola dirección, en la actualidad el lector puede interactuar con la información seleccionando el curso de las noticias con alguna preferencia o solicitando servicios adicionales.

2.2.4.1 Características de la interactividad

a. Según Jensen:

Considerando el modelo de los estadounidenses Bordewijk & Kaam (1986), Jensen (1998), propone cuatro dimensiones de interactividad:

- **Interactividad de transmisión:** Se da siempre que el proceso de comunicación es unidireccional y el usuario se limita a funcionar como receptor de información producida y distribuida por el receptor. Es lo que ocurre en las tradicionales emisiones de televisión, o radio, para referir dos ejemplos.
- **Interactividad conversacional:** Ocurre, precisamente, al revés que en el nivel anterior; es decir, tiene lugar siempre que el usuario produce y distribuye información. Es un ejemplo de comunicación bidireccional y ocurre en el caso de los newsgroups, mailing-lists, etc.
- **Interactividad de consulta:** Tiene lugar cuando la emisión es producida y distribuida por un medio, aunque el usuario controla cuándo y qué información le interesa. Implica bidireccionalidad y una participación activa del usuario en el proceso. Ocurre en todos los servicios “on-demand”, como canales de televisión, teletexto o la Web.
- **Interactividad de Registro:** Se da siempre que la información es producida por el usuario, pero controlada y procesada por el medio

para devolver al usuario un determinado tipo de información. Ocurre en los sitios que implican un registro donde el usuario rellena un formulario con preferencias. Es lo que se llama la personalización de la información.

b. Según Salaverría:

Salaverría (2005), sostiene que el usuario tiene la capacidad de escoger por sí mismo su “itinerario hipertextual” siendo este el grado o dimensión más básica de la interactividad. Al igual que Jensen (1998) clasifica la interactividad en cuatro dimensiones basada en su percepción:

- **Interactividad de transmisión:** Es la interactividad más básica que permite solo dos posibilidades: activar y cancelar una transmisión. Un ejemplo de esto son los videos de YouTube, o los streaming.
- **Interactividad conversacional:** Permite al lector convertirse no solo en receptor sino también en emisor de mensajes para destinatarios. Ejemplo de ello son los foros o áreas de charla en los portales web de los medios.
- **Interactividad de consulta:** El usuario además de poder aceptar y cancelar una transmisión, puede elegir una opción entre el menú de posibilidades que se le ofrece.
- **Interactividad de Registro:** El medio registra información de los usuarios y adapta automáticamente, acorde a estos y sus preferencias, su forma y contenidos.

c. Según de Rost:

Lo opuesto a Jensen y Salaverría, Rost (2014), considera la interactividad una capacidad progresiva que un medio de comunicación tiene para dar dominio a sus usuarios, tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como para expresarse y comunicarse (interactividad comunicativa).

- **Interactividad selectiva:** Es el hipertexto la principal herramienta de uso en este tipo de interactividad, seguida de la documentación y personalización. Para Rost (2004) su mecanismo de interacción consiste en que “el individuo pregunta y el sistema informático le responde automáticamente” (p.20). Asimismo, los servicios de búsqueda y la recuperación de la información son parte de este tipo de interactividad (Rost, 2006). Es por ello por lo que el usuario puede controlar el ritmo y la secuencia de los mensajes, los medios ofrecen diversas alternativas de acceso a los contenidos y estos se ajustan a las necesidades del usuario (Rost, 2014).

- **Interactividad comunicacional**

Rost (2004) considera como modelo de este tipo de interactividad a las comunidades virtuales donde los emisores construyen contenidos y dialogan con otras personas generándose una conversación entre ellos. Rost (2006) precisa algunos ejemplos de interactividad comunicacional:

- Foros de discusión, donde los lectores pueden debatir de cualquier tema propuesto por el medio.

- Chats entre lectores, la rapidez es esencial, el diálogo tiende a ser caótico y los participantes se pueden mantenerse en el anonimato.
- Entrevistas en línea, se centra en el personaje invitado por el medio. Estas suelen ser moderadas por un periodista o un sistema de moderación.
- Cartas de lectores, brindan mayor libertad de expresión a los lectores para comunicarse con los medios sobre un determinado tema.
- Correo electrónico con editores, existen tres formas en que esto puede suceder, colocados junto con cada nota, en una página especial donde se ubican todos los correos de los editores o con una dirección para toda la redacción.
- Encuestas, el medio publica una pregunta y da dos o tres opciones de respuesta. Considerada las opciones más usadas de interactividad.
- Noticias más interesantes, el lector puede valorar las noticias que le resulten más interesantes mediante un voto positivo o selección de un puntaje. Estos votos o puntajes están en cada noticia.

Asimismo Rost (2014) expone las posibilidades de comunicación y expresión que el usuario tiene frente los contenidos del medio. A través de esas elecciones interactivas, el lector intenta dialogar, discutir, confrontar, apoyar y, de una forma u otra, iniciar una relación con otros. Este tipo de interactividad se puede expresar a través de comentarios debajo de las noticias, perfiles en redes sociales, opciones para que los usuarios puedan compartir sus contenidos a través de redes sociales.

2.2.5 Modelos de análisis de la interactividad

2.2.5.1 Modelo McMillan

Sally J. McMillan (2002), estableció un modelo denominado “A four-part model for cyber-interactivity” para definir la percepción del usuario ante la interactividad del sitio web. Considera 2 dimensiones claves de la interactividad: Dirección de comunicación y control sobre el proceso de comunicación.

Las cuatro características que facilitan las estas dimensiones de la comunicación son: monologo, feedback, dialogo receptivo y discurso mutuo. Asimismo se localiza 3 tipos básicos de interactividad: Entre usuarios, entre el humano y la computadora y entre el usuario y los documentos.

- **Monólogo:** Admite una comunicación principalmente unidireccional, que permite un control relativo del receptor sobre el proceso de comunicación. Los remitentes crean y difunden contenido para atraer audiencias, asimismo, realizan otras funciones de comunicación persuasiva.
- **Retroalimentación:** Acepta una comunicación unidireccional, que permite a los receptores tener una participación limitada en el proceso de comunicación, asimismo, tiene una simetría en los objetivos de comunicación.

- **Diálogo receptivo:** Recibe una comunicación bidireccional, que permite al remitente mantener el control primario sobre la comunicación, el receptor pueda comunicarse con el remitente pero no garantiza que el responda a su comentario, asimismo, es de tipo asimétrico de dos vías.
- **Discurso mutuo:** Permite comunicación bidireccional y otorga a los receptores un gran control sobre la experiencia de comunicación. La naturaleza del discurso mutuo radica en que todos los participantes tengan la oportunidad de enviar y recibir mensajes, es decir los roles del remitente y el destinatario se vuelve prácticamente indistinguible en medios como salas de chat, tableros de anuncios, etc.

2.2.5.2 Modelo de Jaume Suau

Jaume Suau & Pere Masip (2014), centro su estudio en la interactividad como participación de usuarios en el medio, donde determina tres tipos de participación distintos:

- **Tipo 1:** Denominado “catch-all” se define por la presencia de un amplio conjunto de herramientas de participación, pero solo mantiene la esencia de la participación como una suma de mecanismos de interacción. Por ejemplo: Posibilidad de votar y recomendar noticias, o contribuir en encuestas de respuestas múltiples.

- **Tipo 2:** Denominado “comunidad de usuarios”, adopta una serie de herramientas orientadas a la creación de la comunidad. Por ejemplo: The Huffington Post, muestra la actividad de otros usuarios a quienes se sigue, permitiendo ver qué comentarios han hecho sus contactos, como si se tratara del timeline de una red social.
- **Tipo 3:** Denominado “redes de colaboración” persigue la creación de un vínculo de comunidad por la producción, a diferencia del anterior, se fortalece más la relación entre los usuarios y el medio por su producción de noticia. Por ejemplo, el diario digital español Vilaweb puede vincular participación y contribución económica. Con una tarifa anual de 60 euros los suscriptores podrán ser invitados a encuentros periódicos con la redacción de noticia y sus comentarios son destacados de forma especial en el diario.

2.2.5.3 Modelo de Linares

El grupo de investigación DigDoc (Documentación Digital y Comunicación Interactiva) de la Universidad Pompeu Fabra a cargo del comunicador e investigador Juan Linares creó un Sistema de Análisis de la Interactividad en los Cibermedios exhibida en tres informes:

- **Informe 1:** Presentado por Linares, Codina y Pedraza en marzo del (2015), denominado “**Interactividad en Cibermedios: Propuesta nuclear de protocolo de análisis**” donde se detalla el proceso de

creación del protocolo de análisis en base a un marco teórico y la metodología que permite estructurar los elementos que pueden aplicarse de forma parcial y que tiene como uno de sus objetivos realizar un análisis en un cibermedio o realizar comparaciones entre varios cibermedios. Este sistema de análisis utiliza 3 parámetros de Interactividad: Relación Cibermedio-Usuario, Contenidos Generados por Usuarios, Buscabilidad y Navegación. Además, los 27 indicadores que conforman estos indicadores pueden agruparse a su vez en 5 dimensiones: comunicación, participación, cooperación, socialización y acceso al contenido.

- **Informe 2:** Presentado por Linares, Codina y Freixa en julio del (2015), denominado “**Tendencias en Cibermedios: Análisis de la Interactividad**” se detalla los resultados de la aplicación del protocolo de análisis de la interactividad apoyándose en el informe 1 para el marco teórico-metodológico.

- **Informe 3:** Presentado por Linares, Codina, Vállez, Rodríguez y Martínez (2016), denominado “**Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad en Cibermedios: Sistema de Análisis y Resultados**” donde se detalla la simplificación de las dimensiones, la ampliación de los indicadores y subindicadores, y los resultados de la aplicación del sistema de análisis en sitios web de medios de comunicación.

Este último Sistema de Análisis de Linares et al. (2016), se estructura de la siguiente manera:

a. Relación Cibermedio-Usuario: Es el primer indicador de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que favorece la interacción que se da entre cibermedios y usuarios aportando valor añadido a la información, gracias a la tecnología y la participación activa del lector-usuario. Este indicador presenta diez (10) subindicadores: 1) Comunicación lector-autor 2) Comunicación lector-autor mediada por Twitter 3) Comunicación lector-redacción 4) Comunicación lector-redacción mediada por Twitter 5) Comentarios de lectores 6) Votaciones de lectores 7) Comentarios en blogs del cibermedios 8) Rectificaciones 9) Confidencialidad 10) Diálogos directos.

- **Comunicación Lector-Redactor:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario ponerse en contacto, a través de formulario o correo electrónico, con el autor de la noticia publicada por el cibermedio.
- **Comunicación lector-autor mediada por Twitter:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario ponerse en contacto, a través de Twitter, con el autor de la noticia publicada por el cibermedio.

- **Comunicación lector-redacción:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario ponerse en contacto con los miembros de la redacción del cibermedio través de correo electrónico o utilizando un formulario.

- **Comunicación lector-redacción mediada por Twitter:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario entrar en contacto con los miembros de la redacción del cibermedio a través de Twitter.

- **Comentarios de lectores:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario comentar, leer y contestar los comentarios hechos por otros usuarios respecto a una misma noticia.

- **Votaciones de lectores:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario votar las informaciones que publica el cibermedio para conocer si éstas han sido o no de su interés. Las votaciones son anónimas y se publica el resultado total de las votaciones realizadas por los usuarios. Por regla general, un resultado próximo al valor inferior

responde a un interés escaso por parte de los usuarios y un resultado cercano al valor superior es indicativo de un alto interés y satisfacción de los usuarios.

- **Comentarios en blogs del cibermedio:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que ofrece al usuario la opción de comentar cada una de las entradas que se publica en la cuenta de los blogs firmados por miembros del equipo de redacción.
- **Rectificaciones:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario corregir aquellas informaciones que puedan ser mejoradas o requieran ser modificadas.
- **Confidencialidad:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario compartir de forma anónima y segura, materiales y mensajes con el cibermedio.
- **Diálogos directos:** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario establecer comunicación en directo con entrevistados del cibermedio. Las conversaciones,

en forma de texto, quedan registradas en una URL del medio. La duración aproximada de la conversación oscila entre 1 y 2 horas.

Por norma general, los medios requieren del registro del usuario para participar en estos diálogos.

b. Contenido Generado por Usuario: Es el segundo indicador de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que posibilita que cualquier persona pueda realizar sus aportaciones o publicaciones editadas de manera profesional. Las cartas al director, los comentarios en las webs o las narrativas digitales son ejemplos de CGU (Contenido Generado por Usuario) también conocido como “periodismo ciudadano”. Este indicador presenta cinco (05) subindicadores: 1) Publicaciones generadas por usuarios 2) Fotografías generadas por usuarios 3) Vídeos generados por usuarios 4) Sección específica (Contenido generado por UGC usuarios) 5) Comunidad y contacto con otros usuarios registrados.

- **Publicaciones generadas por usuarios:** Es un subindicador del indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario redactar su propia información respetando los criterios establecidos por el cibermedio, la misma que es revisada por el equipo editorial antes de ser publicada.
- **Fotografías generadas por usuarios:** Es un subindicador del indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión

- Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario enviar fotos para su publicación en el sitio web del cibermedio.
- **Vídeos generados por usuarios:** Es un subindicador del indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario enviar videos para su publicación en el sitio web del cibermedio.
 - **Sección específica UGC (Contenido generado por usuarios):** Es un subindicador del indicador **Relación cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario contar con una sesión exclusiva para publicar contenido generado, el mismo que puede ser texto, grafico o audiovisual.
 - **Comunidad y contacto con otros usuarios registrados:** Es un subindicador del indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión **Interactividad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario registrado en el cibermedio formar parte de una comunidad que puede interactuar.
- c. **Buscabilidad y Navegación:** Es el indicador de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que el cibermedio pone a disposición de los usuarios para permitirles llevar a cabo funciones de búsqueda retrospectiva de información publicada por el propio medio. Este indicador presenta doce (12) subindicadores 1) Navegación

constante 2) Navegación semántica 3) Mapa de la Web 4) Navegación adaptativa 5) Alertas o boletín electrónico 6) Búsqueda avanzada 7) Página de resultados 8) Localización 9) Actualización 10) Ordenación adaptativa 11) Difundir con redes externas 12) Difundir con redes propias.

- **Navegación constante:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario buscar noticias clasificadas por secciones y jerarquizadas por el cibermedio.
- **Navegación semántica:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario acceder a las páginas con información de su interés al tiempo que facilita enlaces a otras noticias de temática similar.
- **Mapa de la Web:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario el acceso a la información a través del mapa del sitio web, normalmente ubicado en la página de inicio, el mismo que clasifica la información **por** temática, fecha, suplemento, herramienta o servicio.

- **Navegación adaptativa:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario conocer la sección de noticias que ha tenido mayor impacto entre otros usuarios, por ser la más leída, buscada, vista y enviada.

- **Alertas o boletín electrónico:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario suscribirse al servicio de alertas o boletín electrónico del cibermedio para recibir por correo electrónico o telefonía móvil noticias que el medio publique sobre temáticas de su interés.

- **Búsqueda avanzada:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario articular su necesidad de información a través de la búsqueda avanzada. El cibermedio facilita la búsqueda de noticias con operadores booleanos o búsquedas parametrizadas.

- **Página de resultados:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario ordenar y/o filtrar los resultados de una búsqueda, utilizando indicadores como: relevancia, sección, autoría o fecha de la noticia.

- **Localización:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario acceder a versiones locales o globales.

- **Actualización:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario acceder a una versión donde la información aparece ordenada en forma descendente en función a su actualización. El cibermedio indica la hora en que se realiza la última actualización y especifica el número de actualizaciones en un día o un número concreto de horas.

- **Ordenación adaptativa:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario visualizar en el cibermedio un ranking de noticias en función de su actividad acumulada por las veces que ha compartido, leído o comentado la noticia.

- **Difundir con redes externas:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario compartir información de su interés utilizando herramientas propias de la Web 2.0 como: Redes sociales (Facebook, Youtube, Twitter y Whatsapp)

- **Difundir con redes propias:** Es un subindicador del indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** en el ciberperiodismo, que permite al usuario vincularse con los periodistas del medio a través una red social propia del sitio web. El usuario puede seguir la información de los temas que sean de su interés y de los que participe; y, de las reacciones que se deriven de sus colaboraciones.

- d. **SEO y Web Social:** Es el indicador de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, que permite evaluar la facilidad con que la producción periodística aparece en las plataformas de distribución de noticias, principalmente en buscadores. Este indicador presenta cinco (05) subindicadores: 1) Global Rank (Ranking Global) 2) Country Rank (Ranking por país) 3) Categoría Rank (Ranking por Categorías) 4) Engagement (Compromiso) 5) Traffic sources (Fuentes de Trafico).

- **Ranking global** (Ranking Global): Es un subindicador del indicador **SEO Y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, que permite representar la posición numérica que ocupa el cibermedio en el ranking mundial.

- **Ranking por país** (Ranking por país): Es un subindicador del indicador **SEO Y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, que permite presentar la posición numérica que ocupa el cibermedio en el ranking del país.

- **Ranking por categoría** (Rankig por Categorías): Es un subindicador del indicador **SEO Y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, que permite presentar la posición numérica que ocupa el cibermedio según la categoría a la que pertenece.

- **Engagement** (Compromiso): Es un subindicador del indicador **SEO Y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, integrado por: **1) Visitas**, que presenta el número de páginas vistas en el cibermedio. **2) Tiempo en el sitio**, que presenta el tiempo que consumen los usuarios, en promedio, en el cibermedio. **3) Fuente**, que presenta el sitio web que el usuario utiliza para acceder al cibermedio. **4) Tasa de rebote**, que presenta el porcentaje de usuarios que abandonan el cibermedio en un tiempo determinado.

- **Traffic Sources** (Fuentes de Trafico): Es un subindicador del indicador **SEO Y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** en el ciberperiodismo, integrado por: **1) Tráfico directo**, que permite el acceso al cibermedio de forma directa. **2) Tráfico referenciado**, que permite el acceso al cibermedio mediante un hiperenlace de un sitio web visitado antes. **3) Tráfico por búsqueda**, que permite el acceso al cibermedio mediante un hiperenlace de la página de resultados de un buscador. **4) Web Social**, que permite el acceso al cibermedio a través de Facebook o Twitter.

2.2.6 Contextualización

2.2.6.1 Diario Correo - Perú (Correo , 2015)

a. Reseña Historia

El diario fue fundado el 11 de junio de 1962 en la ciudad de Tacna, con la denominación “Sur” y posteriormente “Correo”, su fundador Luis Banchemo Rossi crea el diario con el compromiso de informar siempre con veracidad, responsabilidad y procurando el bienestar de todos los peruanos. Fue la misma fecha de fundación, la primera emisión y circulación del diario a cargo de la dirección de Raúl Villarán Pasquel.

La ideología del diario Correo es centro derecha, democracia cristiana, liberalismo, libertarismo. Asimismo, presenta en un formato tabloide con 24 páginas y secciones de política, locales, economía, espectáculos, deportes y opinión.

En el 2000 el diario Correo fue uno de los primeros en ofrecer a su lectoría una nueva plataforma, su portal web, donde los cibernautas podían acceder a los datos, fotos, vídeos y comentarios, sobre los hechos más impactantes del Perú y el mundo.

En el 2012 el diario Correo tenía ediciones impresas en Arequipa, Ayacucho, Chimbote, Cusco, Huancavelica, Huancayo,

Huánuco, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima y Tacna, cada una con su director.

En la actualidad diario Correo es un periódico de circulación nacional en el Perú, dirigido por Iván Slocovich Pardo. Pertenece al grupo empresarial EPENSA (Empresa Periodística Nacional S.A) de la familia Agois Banchemo.

2.2.6.2 Diario La Estrella de Arica – Chile (La Estrella de Arica , 2018)

a. Reseña Histórica

El periódico fue fundado el 8 de febrero de 1976 en la ciudad de Arica, y desde ese día ha informado ininterrumpidamente a la población de aquella ciudad. Su primer director fue Gabriel Cantón Santelices y en la primera foto de portada aparecía la Catedral de San Marcos y el Morro de Arica. Con el auge de la era digital en el 2003 el diario La Estrella de Arica para a ser parte del ciberespacio con su versión digital.

El 7 de febrero de 2011, en el marco de las celebraciones por el trigésimo quinto aniversario del periódico, el periodista Eduardo Campos Correa asumió la dirección de La Estrella de Arica, reemplazando a Roberto Gaete Parraguez.

En la actualidad La Estrella de Arica es un periódico chileno, de carácter local, editado en la ciudad de Arica, actual capital de la XV

Región de Arica y Parinacota. El periódico ariqueño está afiliado a la cadena de Diarios Regionales (perteneciente a El Mercurio), y además es miembro de la Asociación Nacional de la Prensa.

2.3 Definición de términos básicos.

2.3.1 Ciberperiodismo: También denominado periodismo digital, es una actividad profesional que consiste en obtener y brindar información mediante los medios informáticos (hardware y software) con el fin de exponerla a través del cibermedio. Es decir, se trata de un periodismo que se crea desde y para internet.

2.3.2 Cibermedio: También denomino periodismo en internet, y mas concretamente, a la presencia de medios a través de sus sitios web.

2.3.3 Ciberespacio: Es un espacio informático que implementa un lenguaje propio, caracterizado por la “multidimensionalidad” y por la interacción con el usuario.

2.3.4 Interactividad: Es una de las características del ciberperiodismo que está sujeta a la digitalización del cibermedio, es decir, el curso de la información es bidireccional, donde el usuario interactúa con los contenidos del cibermedio, con los autores de esos contenidos y con otros usuarios. Es una variable desde donde deriva su dimensión con el mismo nombre que conforma dos indicadores: 1) Relación Cibermedio-Usuario
2) Contenidos Generados por Usuarios.

- 2.3.5 Sitio Web:** Es una colección de páginas web organizadas jerárquicamente y conectadas entre sí, que tienen en común un mismo tema y dominio. La página web es solo un documento, una parte de todo un sitio web.
- 2.3.6 Buscabilidad:** Es el conjunto de funciones que el cibermedio pone a disposición de del usuario para que realice funciones de búsqueda retrospectiva de información publicada por el medio. Esta dimensión de la interactividad del ciberperiodismo tiene como indicador: 1) Buscabilidad y Navegación.
- 2.3.7 Visibilidad:** Es la facilidad relativa con la que la producción periodística aparece en las plataformas de distribución de noticias, principalmente en buscadores. Esta dimensión de la interactividad del ciberperiodismo tiene como indicador: 1) SEO y Web Social.
- 2.3.8 Relación Cibermedio-Usuario:** Con la interactividad, los cibermedios y los usuarios modifican sus relaciones, se amplía la concepción de la información periodística tradicional con el valor añadido de otras dimensiones pegadas a los asuntos individuales y de grupos. Es es indicador de la dimensión de la interactividad.
- 2.3.9 Contenido Generado por Usuario:** Es un proceso que posibilita que cualquier persona pueda realizar sus aportaciones a publicaciones que se editen de manera profesional. Es un indicador de la dimensión interactividad.

- 2.3.10 Buscabilidad y Navegación:** Son dos aspectos relacionados, pero distintos y a la vez de importancia crucial para los sitios intensivos en contenidos, en especial para los cibermedios. Es un indicador de la dimensión buscabilidad.
- 2.3.11 SEO y Web Social:** Permite evaluar la facilidad con que la producción periodística aparece en las plataformas de distribución de noticias, principalmente en buscadores. Es un indicador de la dimensión visibilidad.
- 2.3.12 SEO:** El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda en el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.
- 2.3.13 Usuario:** Es la persona que utiliza un dispositivo o un ordenador y realiza múltiples operaciones con distintos propósitos.
- 2.3.14 Multimedialidad:** Es la capacidad otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido.
- 2.3.15 Calidad periodística:** Constituye una exigencia imprescindible para los profesionales y para los medios como marco en el que se desarrolla todo el proceso de producción, circulación y recepción.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación es cualitativo por su riqueza interpretativa, ello se debe a que, se inicia de datos ya establecidos y registrados en el “Sistema de Análisis de la Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad en Sitios Web de Cybermedios” de Linares (2016). El mismo que se aplicara en los sitios web de los diarios determinados para la investigación.

Asimismo, el sistema de análisis realizará una medición de cada subindicador (32) mediante la puntuación establecida, esto torna la investigación en un enfoque cuantitativo, ello se debe también a que, a través de la aplicación de las escalas de tipo Likert, se logra establecer el grado de cumplimiento de cada indicador (4).

3.2. Tipo de investigación.

El tipo de investigación es básica dado que en el desarrollo del estudio permanecerá sobre las teorías previamente delimitadas, a fin de realizar una descripción detallada de la variable dimensiones del ciberperiodismo aplicadas a la realidad problemática, referente a los sitios web de los diarios Correo y La Estrella de Arica.

3.3. Diseño de investigación.

El diseño de investigación es no experimental, dada la naturaleza de la investigación, la cual se limita a analizar información primaria que ya está suscitada.

En tanto, dada la temporalidad de ejecución de la investigación, la tesis es transversal, debido a que el estudio de las dimensiones del ciberperiodismo para cada uno de los sitios web de los diarios en mención se realizará en un momento único en el tiempo.

Asimismo, el diseño es comparativo, dado que se realizará un análisis de las dimensiones del ciberperiodismo de dos diferentes sitios web de diarios representativos de Tacna y Arica, evaluando cuál de ellos tiene un mayor grado de cumplimiento.

3.4. Ámbito de estudio

El ámbito de investigación corresponde a los sitios web de los diarios Correo, y La Estrella de Arica.

3.5. Población y muestra.

La población de estudio corresponde a los sitios web de los diarios Correo – Perú y La Estrella de Arica – Chile, donde se evaluará el contenido en base a 32

subindicadores de 04 indicadores correspondientes a 03 dimensiones del ciberperiodismo.

3.6. Procedimientos de investigación.

3.6.1. Técnica e instrumentos

La naturaleza del estudio requiere que se aplique como técnica la observación, siendo el instrumento el “Sistema de Análisis de la Interactividad, buscabilidad y visibilidad en los sitios web de cibermedios”, de Linares (2016). Asimismo, una vez obtenidos los resultados de cada indicador del sistema de análisis, se aplicará el instrumento basado en las escalas de tipo Likert para determinar el grado de cumplimiento de las dimensiones del ciberperiodismo de los sitios web de los diarios Correo - Perú y La Estrella de Arica – Chile.

3.6.2. Métodos de análisis de datos

El método de análisis de datos es descriptivo y comparativo. En primera instancia, la aplicación del Sistema de Análisis de Linares (2016), que se basa en la medición de la presencia o ausencia de los subindicadores de cada indicador de la variable dimensiones de la interactividad, donde 0: No cumple y 1: Si cumple. Este modo de medición no se aplica en el indicador “SEO Y Web Social” por que los resultados son de tipo escalar obtenidos de métricas SEO. Linares (2016) establece como mediador el sitio web denominado “SimilarWeb” que permitirá analizar este indicador.

Asimismo, una vez obtenida la puntuación total de cada indicador se aplicará las escalas de Likert para determinar los grados de cumplimiento de cada sitio web a fin de conocer cuál de ellos tiene un mejor acercamiento a las dimensiones del ciberperiodismo.

En el caso de la medición de los indicadores, tenemos las siguientes calificaciones:

- Dimensión: Interactividad

Puntuaciones	Grado de cumplimiento
Máxima puntuación: 15 Mínima puntuación: 0	Muy bajo grado: 0 a 3 Bajo grado: 4 a 6 Regular: 7 a 9 Alto grado: 10 a 12 Muy alto grado: 13 a 15

- Indicador 1: Relación Cibermedio-Usuario

Puntuaciones	Grado de cumplimiento
Máxima puntuación: 10 Mínima puntuación: 0	Muy bajo grado: 0 a 2 Bajo grado: 3 a 4 Regular: 5 a 6 Alto grado: 7 a 8 Muy alto grado: 9 a 10

○ Indicador 2: Contenidos Generados por Usuarios

Puntuaciones	Grado de cumplimiento
Máxima puntuación: 5 Mínima puntuación: 0	Muy bajo grado: 0 a 1 Bajo grado: 2 Regular: 3 Alto grado: 4 Muy alto grado: 5

○ Indicador 3: Buscabilidad y Navegación

Puntuaciones	Grado de cumplimiento
Máxima puntuación: 12 Mínima puntuación: 0	Muy bajo grado: 0 a 1 Bajo grado: 2 a 4 Regular: 5 a 7 Alto grado: 8 a 10 Muy alto grado: 11 a 12

○ Indicador 4: SEO y Web Social

Puntuaciones	Grado de cumplimiento
Máxima puntuación: 5 Mínima puntuación: 0	Muy bajo grado: 0 a 1 Bajo grado: 2 Regular: 3 Alto grado: 4 Muy alto grado: 5

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros.

Para el desarrollo de la investigación se requirió la aplicación del **Sistema de Análisis** de la Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad en los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, compuesto por tres (03) dimensiones; **Interactividad** que comprende dos (02) indicadores: 1) Relación Cibermedio-Usuario con diez (10) subindicadores y 2) Contenidos Generados por Usuarios con cinco (05) subindicadores. **Buscabilidad** que comprende un indicador: 1) Buscabilidad y Navegación con doce (12) subindicadores. **Visibilidad** que comprende un indicador: 1) SEO y Web social con cinco (05) subindicadores.

4.1.1 Análisis de la Interactividad del Ciberperiodismo en el sitio web del diario Correo – Perú

La interactividad, buscabilidad y la visibilidad del sitio web del diario Correo fue medido a partir de cuatro (04) indicadores: Relación Cibermedio-Usuario, Contenidos Generados por Usuarios, Buscabilidad y Navegación y, SEO y Web Social.

Los datos técnicos de las fichas aplicadas de acuerdo con el modelo de Linares (2016) son:

EVALUADOR	Pilar Castañeda Aquisé
CASO	Correo
URL	https://diariocorreo.pe
FECHA	15-09-18

A continuación se presentan los resultados descriptivos de la evaluación de las dimensiones del ciberperiodismo según indicadores:

4.1.1.1. Relación Cibermedio-Usuario

La Tabla 1 muestra los resultados referentes al análisis de los diez (10) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Interactividad** e indicador **Relación Cibermedio-Usuario** perteneciente a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario Correo** obtuvo la calificación de 6 puntos, lo que se traduce en un **regular grado de Relación Cibermedio-Usuario**. Este calificativo expresa que el sitio web genera *Comunicación entre el lector-autor*, permitiendo el contacto por medio de correo electrónico con los autores de las noticias; facilita *Comunicación lector-redacción*, posibilitando el contacto por medio de correo electrónico y número telefónico con las 17 redacciones; favorece *Comunicación lector- redacción mediada por twitter*, permitiendo el contacto por medio del twitter oficial con las 17 redacción; genera *Comentarios de lectores*, permitiendo comentar las noticias por medio del complemento (plugin) de Facebook; facilita *Votaciones de lectores*,

posibilitando expresar “Me Gusta”, favorece *Diálogos directos* permitiendo establecer comunicación por medio de Facebook Live (transmisión en vivo).

Por otro lado, el **sitio web del diario Correo** no obtuvo calificación en cuatro (04) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no genera *Comunicación lector-autor mediada por twitter*, impidiendo el contacto por medio de twitter con el autor de la noticia; no produce *Comentarios en blogs*, imposibilitando la relación por medio de blogs firmados; no favorece *Rectificaciones*, dificultando corregir las informaciones publicadas; no genera *Confidencialidad*, evitando la comunicación de forma anónima y segura.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 2

Resultados analíticos de la Relación Cibermedio-Usuario del sitio web del diario Correo

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Comunicación lector – autor	El usuario puede ponerse en contacto, a través de correo electrónico al autor de determinadas noticias locales y nacionales para ampliar información.	1
02	Comunicación lector – autor mediada por Twitter	El usuario no puede enviar mensajes a través de twitter al autor de la noticia para ampliar información; sin embargo, el diario Correo con sus 17 redacciones tienen una cuenta oficial en Twitter.	0
03	Comunicación lector – redacción	El usuario puede ponerse en contacto a través de correo electrónico y número telefónico con el equipo de redacción de las 17 redacciones a nivel nacional para conocer o solicitar información adicional.	1
04	Comunicación lector – redacción mediada por twitter	El usuario puede ponerse en contacto a través de su cuenta oficial de twitter con el equipo de redacción de las 17 redacciones a nivel nacional para conocer o solicitar información adicional.	1

05	Comentarios de lectores	El usuario puede comentar las noticias a las que tiene acceso y ver los comentarios de otros usuarios a través del complemento (plugin) de Facebook lo cual requiere inicio como usuario.	1
06	Votaciones de lectores	El usuario puede “votar” a través del complemento (plugin) de Facebook con un “Me gusta” para mostrar su satisfacción sobre el tratamiento de la noticia y su insatisfacción se puede mostrar a través de los comentarios.	1
07	Comentarios en blogs del cibermedio	El sitio web del diario Correo-Tacna no tiene un blog firmado.	0
08	Rectificaciones	El usuario no puede corregir las informaciones publicadas.	0
09	Confidencialidad	El usuario no puede compartir información con el medio de comunicación de forma anónima y segura, porque no cuenta con buzón de sugerencia electrónico.	0
10	Diálogos directos	El usuario puede establecer comunicación por medio de mensajes de texto en directo con los entrevistados a través de la página de Facebook oficial del diario Correo mediante Facebook Live (transmisión en vivo).	1
TOTAL PUNTUACIÓN			6

Nota. Elaboración propia

4.1.1.2. Contenidos Generado por Usuarios

La Tabla 2 muestra los resultados referentes al análisis de los cinco (05) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Interactividad** e indicador **Contenidos Generados por Usuarios** perteneciente a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario Correo** obtuvo la calificación de 3 puntos, lo que se traduce en un **regular grado** de **Contenidos Generados por Usuarios**. Este calificativo expresa que el sitio web facilita *Publicaciones generadas por usuarios*, permitiendo el

envío de información por medio de correo electrónico, redes sociales y vía telefónica; produce *Fotografías generadas por usuarios*, posibilitando el envío por medio de correo electrónico y redes sociales; facilita *Videos generados por usuarios*, permitiendo el envío por medio de correo electrónico y redes sociales.

Por otro lado, el **sitio web del diario Correo** no obtuvo calificación en dos (02) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no genera *Sección específica UGC (Contenido Generado por Usuarios)*, evitando tener una sección dedicada a contenidos enviados por los usuarios; no facilita *Comunidad y contacto con otros registrados*, impidiendo a los usuarios registrados en el sitio web comunicarse e interactuar entre sí.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 3

Resultados analíticos del Contenido Generado por Usuarios del sitio web del diario Correo

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Publicaciones generadas por usuarios	El usuario puede enviar alguna noticia, información o denuncia para ser difundida en el sitio web o redes sociales del diario, por medio de un correo electrónico (contacto@prensart.pe). Asimismo, tiene un número de teléfono a disposición para temas periodísticos.	1
02	Fotografías generadas por usuarios	El usuario puede enviar fotos para su publicación; las cuales serán evaluadas por el equipo de redacción en función a su aporte para la noticia	1
03	Videos generados por usuarios	El usuario puede enviar videos para su publicación; los cuales serán evaluadas por el equipo de redacción en función a su aporte para la noticia. Asimismo, puede compartirlos y/o enviarlos a través de sus redes sociales Facebook y twitter.	1
04	Sección específica UGC (<i>Contenido Generado por Usuarios</i>)	El usuario del sitio web del diario Correo-Tacna no tiene una sección dedicada a contenidos enviados por el mismo.	0

05	Comunidad y contacto con otros registrados	Los usuarios registrados en el sitio web del diario Correo-Tacna no pueden comunicarse e interactuar entre sí.	0
TOTAL PUNTUACIÓN			3

Nota. Elaboración propia

4.1.1.3. Buscabilidad y Navegación

La Tabla 3 muestra los resultados referentes al análisis de los doce (12) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Buscabilidad** e indicador **Buscabilidad y Navegación** pertenecientes a la variable **Dimensión del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que **el sitio web del diario Correo** obtuvo la calificación de 7 puntos, lo que se traduce en un **regular grado de Buscabilidad y Navegación**. Este calificativo expresa que el sitio web favorece *Navegación constante*, permitiendo acceder a noticias de una misma temática a través de las secciones; facilita *Navegación semántica*, posibilitando encontrar noticias de temática similares desde la página donde está la noticia de su interés; genera *Alertas o boletines electrónicos*, permitiendo suscribirse al servicio de Newsletter; facilita *Localización*, posibilitando acceder a una versión local de diferentes regiones del Perú; favorece *Actualización*, permitiendo leer las noticias actualizadas mostrando la hora o fecha; genera *Ordenación adaptativa*, posibilitando un espacio en el sitio web para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios; facilita *Difundir con redes externas*, permitiendo compartir las noticias mediante: Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn,

Gmail, entre otras. Por otro lado, el sitio web del diario Correo no obtuvo calificación en cinco (05) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no genera *Mapa web*, impidiendo el acceso a noticias mediante el mismo; no facilita *Navegación adaptativa*, imposibilitando una sección de noticias con mayor impacto entre los usuarios; no facilita *Búsqueda avanzada*, dificultando realizar búsquedas parametrizadas; no genera *Página de resultados*, impidiendo ordenar y/o filtrar los resultados de una búsqueda determinada; no favorece *Difundir con redes propias*, evitando crear la red social propia del sitio web.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 4

Resultados analíticos de la Buscabilidad y Navegación del sitio web del diario Correo

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Navegación constante	El usuario puede acceder a noticias de una misma temática a través de sus distintas secciones del diario.	1
02	Navegación semántica	El usuario puede encontrar noticias de temática similar (noticias relacionadas) desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés.	1
03	Mapa de la Web	El usuario no puede acceder a las noticias a través de un mapa web; sin embargo, tiene un menú de navegación (horizontal).	0
04	Navegación adaptativa (Sección)	El usuario no tiene una sección para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios, por ser las más buscadas, visitadas o leídas.	0
05	Alertas o boletines electrónicos	El usuario puede suscribirse al servicio de newsletter para recibir por e-mail o telefonía móvil noticias sobre temáticas de su interés.	1
06	Búsqueda avanzada	El usuario no puede realizar búsquedas parametrizadas (búsqueda avanzada), solo puede realizar búsquedas determinadas.	0

07	Página de resultados	El usuario no puede ordenar y/o filtrar los resultados de una búsqueda determinada.	0
08	Localización	El usuario puede acceder una versión local de diferentes regiones del Perú.	1
09	Actualización	El usuario puede leer las noticias actualizadas recientemente conociendo la hora de esta.	1
10	Ordenación adaptativa (Espacio)	El usuario tiene un espacio en el sitio web para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios, por ser las más buscadas, visitadas o leídas.	1
11	Difundir con redes externas	El usuario puede compartir las noticias con otros usuarios a través de las siguientes redes: Facebook, twitter, Pinterest, LinkedIn, Gmail y entre otras.	1
12	Difundir con redes propias	El sitio web del diario Correo no tienen una red social propia que permita a periodistas y usuarios participar en la cobertura de noticias.	0
TOTAL PUNTUACIÓN			7

Nota. Elaboración propia

4.1.1.4. SEO y Web Social

La Tabla 4 muestra los resultados referentes al análisis de los cinco (05) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Visibilidad** e indicador **SEO y Web Social** pertenecientes a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario Correo** obtuvo la calificación de 4 puntos, lo que se traduce en un **alto grado de SEO y Web Social**. Este calificativo se expresa de la siguiente manera:

Rankings: En el *Ranking global* se ubica en la posición 9338; en el *Ranking por país* ocupa el lugar 43 y; en el *Ranking por categorías (Noticias y medias)* se sitúa en la posición 1226.

Engagement (Compromiso): Las *Visitas* mensuales correspondientes al periodo julio–septiembre de 2018 ascienden a 7510 millones; el *Tiempo en el sitio* web es de 2:51 minutos seguidos y; el *Porcentaje de rebote*, es decir abandono del sitio web, equivale a 63.54%.

Fuentes: El *Tráfico directo*, referido al acceso mediante la URL, equivale a 13.55%; el *Tráfico referenciado*, vinculado con el acceso mediante el hiperenlace de un sitio web, es igual a 5.29%; el *Tráfico de búsqueda*, referido al acceso mediante el hiperenlace de una página de búsqueda como “Google”, equivale a 53.58% y; *Web Social* que presenta el uso Facebook con 79.3%, seguido por YouTube con 14.31% y por último Twitter con un 3.24%.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 5

Resultados del SEO y Web Social del sitio web del diario Correo

ID	INDICADOR	VALOR	PUNT.	
01	Ranking global	En todo el mundo	9,338	1
02	Ranking por país	Perú	46	1
03	Ranking por categoría	Noticias y medios	1,226	1
		4.1 Visitas	7.510.000	
		4.2 Tiempo en el sitio	00:02:51	
04	Engagement (<i>Compromiso</i>)	4.3 Páginas vistas	2.62	0
		4.5 Porcentaje de rebote (<i>Abandono del sitio web</i>)	63.54%	
	Fuentes de tráfico (<i>Sitios web que se utiliza para</i>	5.1 Tráfico directo (<i>Acceso directo mediante URL</i>)	13.55%	1

	<i>acceder al cibermedio)</i>	5.2 Tráfico referenciado (Acceso mediante un hiperenlace de un sitio web)	5.29%
05		5.3 Tráfico de búsqueda (Acceso mediante un hiperenlace de la página de búsqueda - Google)	53.58%
		5.4 Web social	23.17%
		Facebook	79.30%
		YouTube	14.31%
		Twitter	3.24%
TOTAL PUNTUACIÓN			4
<i>Nota. Elaboración propia</i>			

4.1.1.5 Resumen de interpretaciones

El **sitio web del diario Correo** presenta 20 puntos que equivalen a **alto grado** de cumplimiento de las dimensiones del ciberperiodismo.

En la dimensión **Interactividad**, el primer indicador **Relación Cibermedio-Usuario** alcanza seis (06) puntos, por cuanto muestra seis (06) de diez (10) subindicadores, lo que expresa regular grado de cumplimiento y; el segundo indicador **Contenido Generado por Usuarios** alcanza tres (03) puntos, por cuanto exhibe tres (03) de cinco (05) subindicadores, lo que expresa regular grado de cumplimiento.

En la dimensión **Buscabilidad**, el indicador **Buscabilidad y Navegación** alcanza siete (07) puntos, por cuanto muestra siete (07) de doce (12) subindicadores, lo que expresa regular grado de cumplimiento.

En la dimensión **Visibilidad**, el indicador **SEO Y Web Social** alcanza cuatro (04) puntos, por cuanto exhibe cuatro (04) de cinco (05) subindicadores, lo que expresa alto grado de cumplimiento.

Tabla 6

Resultados de la evaluación de los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo en el sitio web del diario Correo

DIMENSIÓN	INDICADOR	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN
Interactividad	Relación Cibermedio-Usuario	6	Regular
	Contenidos Generados por Usuarios	3	Regular
Buscabilidad	Buscabilidad y Navegación	7	Regular
Visibilidad	SEO y Web Social	4	Alto grado
PUNTUACIÓN TOTAL		20	Alto grado

Fuente: Elaboración propia

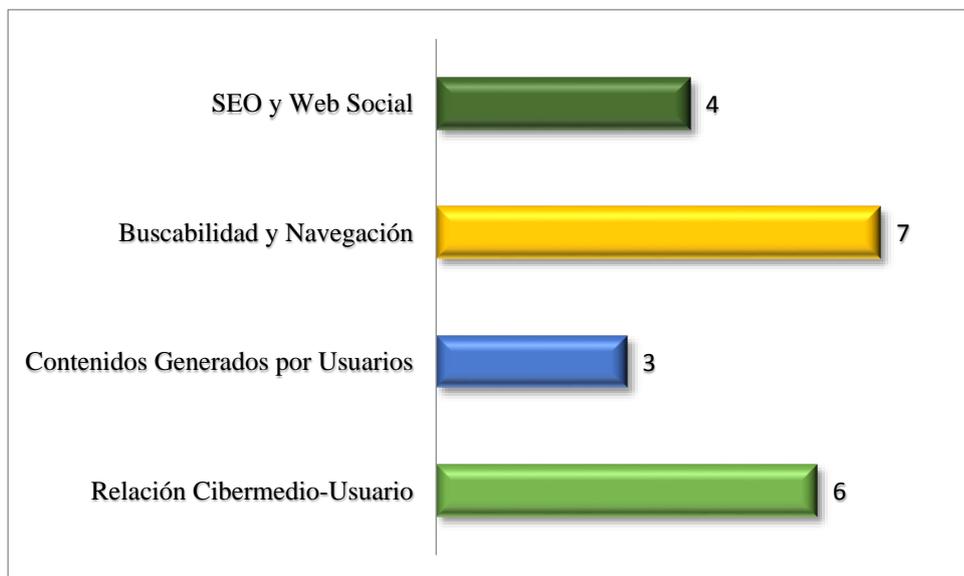


Figura 1. Resultados de la evaluación de los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo en el sitio web del diario Correo

Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Análisis de la Interactividad del Ciberperiodismo en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

La interactividad, buscabilidad y la visibilidad del sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile fue medido a partir de cuatro (04) indicadores: Relación Cibermedio-Usuario, Contenidos Generados por Usuarios, Buscabilidad y Navegación, y SEO y Web Social.

Los datos técnicos de las fichas aplicadas de acuerdo con el modelo de Linares (2016) son:

EVALUADOR	Pilar Castañeda Aquisé
CASO	La Estrella de Arica
URL	http://www.soychile.cl/arica/
FECHA	25-09-18

A continuación se presentan los resultados descriptivos de la evaluación de las dimensiones del ciberperiodismo según indicadores:

4.1.2.1 Relación Cibermedio-Usuario

La Tabla 6 muestra los resultados referentes al análisis de los diez (10) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Interactividad** e indicador **Relación Cibermedio-Usuario** perteneciente a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario La Estrella de Arica** obtuvo la calificación de 3 puntos, lo que se traduce en un **bajo grado de Relación Cibermedio-Usuario**. Este calificativo expresa que el sitio web facilita *Comunicación lector-redacción*, posibilitando el contacto por medio de dirección postal y número telefónico con las 16 redacciones; favorece *Comunicación lector- redacción mediada por twitter*, permitiendo el contacto por medio del twitter oficial con las 16 redacción; genera *Comentarios de lectores*, permitiendo comentar las noticias por medio del complemento (plugin) de Facebook.

Por otro lado, el **sitio web del diario La estrella de Arica** no obtuvo calificación en siete (07) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no genera *Comunicación entre el lector-autor*, impidiendo el contacto por medio de correo electrónico con los autores de las noticias; no favorece *Comunicación lector-autor mediada por twitter*, impidiendo el contacto por medio de twitter con el autor de la noticia; no facilita *Votaciones de lectores*, imposibilitando expresar “Me Gusta”; no produce *Comentarios en blogs*, impidiendo la relación por medio de blogs firmados; no favorece *Rectificaciones*, dificultando corregir las informaciones publicadas; no genera *Confidencialidad*, evitando la comunicación de forma anónima y segura; no favorece *Diálogos directos* imposibilitando establecer comunicación por medio de Facebook Live (transmisión en vivo).

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 7

Resultados analíticos de la Relación Cibermedio-Usuario del sitio web de La Estrella de Arica

ID	INDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Comunicación lector – autor	El usuario no tiene posibilidad de enviar mensajes a través de un correo electrónico al autor de determinadas noticias locales y nacionales para ampliar información.	0
02	Comunicación lector – autor mediada por twitter	El usuario no tiene posibilidad de enviar mensajes a través de twitter al autor de la noticia para ampliar información.	0
03	Comunicación lector – redacción	El usuario del sitio puede ponerse en contacto a través del número telefónico, dirección postal o formulario con el equipo de redacción de las 16 redacciones a nivel nacional para conocer o solicitar información adicional.	1
04	Comunicación lector – redacción mediada por twitter	El usuario puede ponerse en contacto a través de su cuenta de twitter con el equipo de redacción de las 16 redacciones a nivel nacional para conocer o solicitar información adicional.	1
05	Comentarios de lectores	El usuario puede comentar las noticias a las que tiene acceso y ver los comentarios de otros usuarios a través del complemento (plugin) de Facebook lo cual requiere inicio como usuario.	1
06	Votaciones de lectores	El usuario del no puede “votar”, pero puede manifestar su satisfacción o insatisfacción a través de los comentarios.	0
07	Comentarios en blogs del cibermedio	El sitio web del diario La Estrella de Arica no tiene un blog firmado.	0
08	Rectificaciones	El usuario del no puede corregir las informaciones publicadas.	0
09	Confidencialidad	El usuario no puede compartir información con el medio de comunicación de forma anónima y segura, porque no cuenta con buzón de sugerencia electrónico ni otro medio anónimo.	0
10	Diálogos directos	El usuario no establece comunicación en directo con los entrevistados.	0
TOTAL PUNTUACIÓN			3

Nota. Elaboración propia

4.1.2.2 Contenidos Generados por Usuarios

La Tabla 7 muestra los resultados referentes al análisis de los cinco (05) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Interactividad** e indicador **Contenidos Generados por Usuarios** perteneciente a la variable **Dimensiones en el Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario La Estrella de Arica** obtuvo la calificación de 3 puntos, lo que se traduce en un **regular grado de Contenidos Generados por Usuarios**. Este calificativo expresa que el sitio web facilita *Publicaciones generadas por usuarios*, permitiendo el envío de información por medio de dirección postal, correo electrónico, redes sociales y envío de texto preestablecido en el sitio web; produce *Fotografías generadas por usuarios*, posibilitando el envío por medio dirección postal, correo electrónico y redes sociales; facilita *Videos generados por usuarios*, permitiendo el envío por medio de dirección postal, correo electrónico y redes sociales.

Por otro lado, el **sitio web del diario La Estrella de Arica** no obtuvo calificación en dos (02) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no genera *Sección específica UGC (Contenido Generado por Usuarios)*, evitando tener una sección dedicada a contenidos enviados por los usuarios; no facilita *Comunidad y contacto con otros registrados*, impidiendo a los usuarios registrados en el sitio web comunicarse e interactuar entre sí.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 8

Resultados analíticos de los Contenidos Generados por Usuario del sitio web de La Estrella de Arica

ID	INDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Publicaciones generadas por usuarios	El usuario puede enviar información a las diferentes direcciones proporcionadas por el diario y el correo electrónico (prensa@soychile.cl). Asimismo, mediante una aplicación establecida en el sitio web se puede enviar texto, ante se debe llenar el formulario con los datos principales del usuario.	1
02	Fotografías generadas por usuarios	El usuario puede enviar fotos para su publicación, asimismo, puede compartirlas y/o enviarlas a través de sus redes sociales, Facebook y twitter.	1
03	Videos generados por usuarios	El usuario puede enviar videos para su publicación; sin embargo, puede compartirlas y/o enviarlos a través de sus redes sociales Facebook y twitter.	1
04	Sección específica UGC (Contenido generados)	El usuario no tiene una sección dedicada a contenidos enviados por el mismo.	0
05	Comunidad y contacto con otros registrados	Los usuarios registrados en el sitio web del diario La Estrella de Arica no pueden comunicarse e interactuar entre sí.	0
TOTAL PUNTUACIÓN			3

Nota. Elaboración propia

4.1.2.3 Buscabilidad y Navegación

La Tabla 8 muestra los resultados referentes al análisis de los doce (12) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Buscabilidad** e indicador **Buscabilidad y Navegación** pertenecientes a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario La Estrella de Arica** obtuvo la calificación de 8 puntos, lo que se traduce en un **alto grado de Buscabilidad y Navegación**. Este calificativo expresa que el sitio web favorece la *Navegación constante*, permitiendo acceder a noticias de una misma temática a través de las secciones; genera *Mapa web*, posibilitando el acceso a noticias mediante el mismo; favorece *Alertas o boletines electrónicos*, permitiendo suscribirse al servicio de Newsletter; genera *Página de resultados*, posibilitando ordenar y/o filtrar los resultados de una búsqueda determinada; facilita *Localización*, posibilitando acceder a una versión local de diferentes regiones del Perú; facilita *Actualización*, permitiendo leer las noticias actualizadas mostrando la hora o fecha, genera *Ordenación adaptativa*, posibilitando un espacio en el sitio web para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios; favorece *Difundir con redes externas*, permitiendo compartir las noticias mediante: Twitter, Facebook, Google + y LinkedIn.

Por otro lado, **el sitio web del diario Correo** no obtuvo calificación en cinco (04) subindicadores. Esto expresa que el sitio web no facilita la *Navegación semántica*, imposibilitando encontrar noticias de temática similares desde la página donde está la noticia de su interés; no facilita *Navegación adaptativa*, evitando una sección de noticias con mayor impacto entre los usuarios; no genera *Búsqueda avanzada*, dificultando realizar búsquedas parametrizadas.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 9

Resultados analíticos de la Buscabilidad y Navegación del sitio web de La Estrella de Arica

ID	INDICADORES	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Navegación constante	El usuario puede acceder a noticias de una misma temática a través de sus distintas secciones.	1
02	Navegación semántica	El usuario no puede encontrar noticias de temática similar (noticias relacionadas) desde la página donde encuentra la noticia que es de su interés.	0
03	Mapa de la Web	El usuario puede acceder a las noticias a través de un mapa web, asimismo tiene un menú de navegación (horizontal).	1
04	Navegación adaptativa (<i>Sección</i>)	El usuario no tiene una sección para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios, por ser las más buscadas, visitadas o leídas.	0
05	Alertas o boletines electrónicos	El usuario puede suscribirse al servicio de newsletter para recibir por correo electrónico o telefonía móvil noticias sobre temáticas de su interés.	1
06	Búsqueda avanzada	El usuario no puede realizar búsquedas parametrizadas (búsqueda avanzada), pero sí una búsqueda determinada	0
07	Página de resultados	El usuario puede filtrar los resultados de una búsqueda determinada.	1
08	Localización	El usuario puede acceder una versión local de diferentes regiones de Chile.	1
09	Actualización	El usuario puede leer las noticias actualizadas recientemente conociendo la hora de actualización.	1
10	Ordenación adaptativa (<i>Espacio</i>)	El usuario tiene un espacio para conocer las noticias que han tenido mayor impacto entre los usuarios, por ser las más buscadas, visitadas o leídas.	1
11	Difundir con redes externas	El usuario puede compartir las noticias con otros usuarios a través de las siguientes redes: Twitter, Facebook, Google+ y LinkedIn.	1
12	Difundir con redes propias	El sitio web del diario La Estrella de Arica no tienen una red social propia que permita a periodistas y usuarios participar en la cobertura de noticias.	0
TOTAL PUNTUACIÓN			8

Nota. Elaboración propia

4.1.2.4 SEO y Web Social

La Tabla 9 muestra los resultados referentes al análisis de los cinco (05) subindicadores que corresponden a la evaluación de la dimensión **Visibilidad** e indicador **SEO y Web Social** pertenecientes a la variable **Dimensiones del Ciberperiodismo**.

En tal sentido, se establece que el **sitio web del diario La Estrella de Arica** obtuvo la calificación de 2 puntos, lo que se traduce en un **bajo grado de SEO y Web Social**. Este calificativo se expresa de la siguiente manera:

Rankings: Encontrándose a nivel mundial en la posición 44858 en el *Ranking global*, localizándose a nivel nacional en la lugar 308 en el *Ranking por país*, descubriéndose en la condición de “Noticias y medios” en la posición 4152 en el *Ranking por categorías*.

Engagement (Compromiso): Las *Visitas* mensuales al sitio web son 682 millones, el *Tiempo en el sitio web* es 12:51 horas seguidas, las *Páginas vistas* dentro del sitio web son 1205 pg., el *Porcentaje de rebote* de abandono del sitio web es 63.54%.

Fuentes: El acceso mediante la URL es 47.50% de *Tráfico directo*, el acceso mediante el hiperenlace de otra página web es 10.9% de *Tráfico referenciado*, el acceso mediante un hiperenlace de la página de búsqueda “Google” es 34.65% de *Trafico de búsqueda*. **Web Social:** El primer lugar

lo ocupa Facebook con 77.68%, seguido por YouTube con 18.82% y por último Twitter con un 2.08%.

El análisis descriptivo de estos resultados se presenta en la siguiente Tabla:

Tabla 10

Resultados del SEO y Web Social del sitio web de La Estrella de Arica

ID	INDICADOR		VALOR	PUNT.
01	Ranking global	En todo el mundo	44.858	0
02	Ranking por país	Chile	308	0
03	Ranking por categoría	Noticias y medios	4.152	0
		4.1 Visitas	682.060.000	
		4.2 Tiempo en el sitio	00.06.27	
04	Engagement (<i>Compromiso</i>)	4.3 Páginas vistas	12.05	1
		4.5 Porcentaje de rebote (<i>Abandono del sitio web</i>)	26.59%	
		5.1 Tráfico directo (<i>Acceso directo mediante URL</i>)	47.50%	
		5.2 Tráfico referenciado (<i>Acceso mediante un hiperenlace de un sitio web</i>)	10.9%	
05	Fuentes de tráfico (<i>Sitios web que se utiliza para acceder al cibermedio</i>)	5.3 Trafico de búsqueda (<i>Acceso mediante un hiperenlace de la página de búsqueda - Google</i>)	34.65%	1
		5.4 Web social	2.77%	
		<i>Facebook</i>	77.68%	
		<i>YouTube</i>	18.82%	
		<i>Twitter</i>	2.08%	
TOTAL PUNTUACIÓN				2

4.1.2.5 Resumen de interpretaciones

El **sitio web del diario La Estrella de Arica** presenta 16 puntos lo que equivalen a **regular grado** de cumplimiento de las dimensiones del ciberperiodismo.

En la dimensión **Interactividad**, el primer indicador **Relación Cibermedio-Usuario** alcanza tres (03) puntos, por cuanto muestra tres (03) de diez (10) subindicadores, lo que expresa bajo grado de cumplimiento y; el segundo indicador **Contenido Generado por Usuarios** alcanza tres (03) puntos, por cuanto exhibe tres (03) de cinco (05) subindicadores, lo que expresa regular grado de cumplimiento.

En la dimensión **Buscabilidad**, el indicador **Buscabilidad y Navegación** alcanza ocho (08) puntos, por cuanto muestra ocho (08) de doce (12) subindicadores, lo que expresa alto grado de cumplimiento.

En la dimensión **Visibilidad**, el indicador **SEO Y Web Social** alcanza dos (02) puntos, por cuanto exhibe dos (02) de cinco (05) subindicadores, lo que expresa bajo grado de cumplimiento.

Tabla 11

Resultados de la evaluación de los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo en el sitio web del diario La Estrella de Arica

DIMENSIÓN	INDICADOR	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN
Interactividad	Relación Cibermedio-Usuario	3	Bajo grado
	Contenidos Generado por Usuarios	3	Regular
Buscabilidad	Buscabilidad y Navegación	8	Alto grado
Visibilidad	SEO y Web Social	2	Bajo grado
PUNTUACIÓN TOTAL		16	Regular

Fuente: Elaboración propia

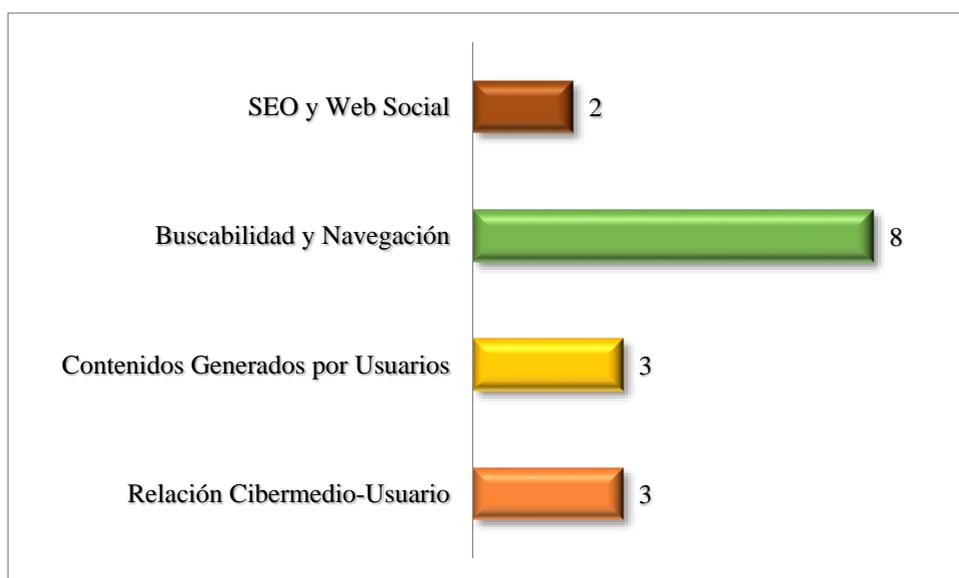


Figura 2. Resultados de la evaluación de los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo en el sitio web del diario La Estrella de Arica

Fuente: Elaboración propia

4.1.3 Análisis comparativo de la interactividad del ciberperiodismo en los sitios de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile. Periodo 2018

Aplicado el Sistema de Análisis de Linares y determinado el grado de cumplimiento podemos establecer el siguiente análisis comparativo:

4.1.3.1 Dimensiones

Tabla 12

Resultados comparativos de la evaluación de las dimensiones del ciberperiodismo

DIMENSIÓN	CORREO		LA ESTRELLA DE ARICA	
	PUNT.	CALIFICACIÓN	PUNT.	CALIFICACIÓN
Interactividad	9	Regular	6	Bajo grado
Buscabilidad	7	Regular	8	Alto grado
Visibilidad	4	Alto grado	2	Bajo grado
PUNTUACIÓN	20	Alto grado	16	Regular grado

Fuente: Elaboración propia

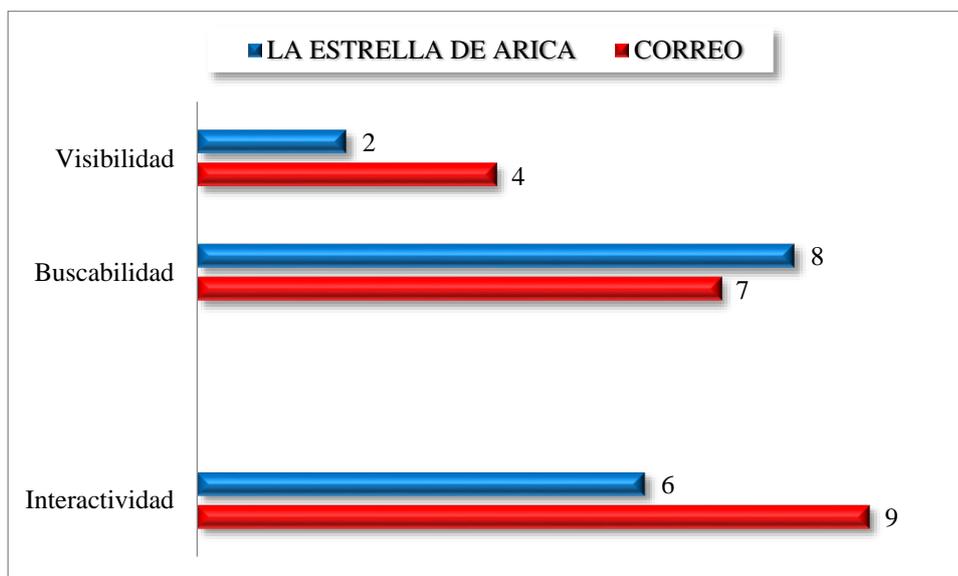


Figura 3. Resultados comparativos de la evaluación de las dimensiones del ciberperiodismo

Fuente: Elaboración propia

- El análisis comparativo de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, determinó que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en **mayor grado** con las dimensiones del ciberperiodismo, por su calificación de un **alto grado** con un total de 20 puntos acumulados en las tres dimensiones: **Interactividad** 9 puntos; **Buscabilidad** 7 puntos y **Visibilidad** 4 puntos; frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** presenta **regular grado** de cumplimiento con un total de 16 puntos acumulados en las tres dimensiones: **Interactividad** 6 puntos; **Buscabilidad** 8 puntos y **Visibilidad** 2 puntos. Sin embargo cabe destacar que le lleva ventaja en la dimensión **Buscabilidad**.

4.1.3.2 Indicadores y subindicador

Tabla 13

Resultados comparativos de la evaluación de los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo

INDICADOR	CORREO		LA ESTRELLA DE ARICA	
	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN	CALIFICACIÓN
Relación Cibermedio- Usuario	6	Regular	3	Bajo grado
Contenidos Generado por Usuarios	3	Regular	3	Regular
Buscabilidad y Navegación SEO y Web Social	7	Regular	8	Alto grado
	4	Alto grado	2	Bajo grado
PUNTUACIÓN	20	Alto grado	16	Regular

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Resultados comparativos de la evaluación de los subindicadores correspondientes a los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo

INDICADORES	SUBINDICADORES	CORREO		LA ESTRELLA DE ARICA	
		PUNT.	CALIFICACIÓN	PUNT.	CALIFICACIÓN
Relación Cibermedio-Usuario	Comunicación lector-autor	1		0	
	Comunicación lector – autor mediada por Twitter	0		0	
	Comunicación lector – redacción	1		1	
	Comunicación lector – redacción mediada por twitter	1		1	
	Comentarios de lectores	1		1	
	Votaciones de lectores	1		0	
	Comentarios en blogs del cibermedio	0		0	
	Rectificaciones	0		0	
	Confidencialidad	0		0	
	Diálogos directos	1		0	
		6	Regular grado	3	Bajo grado
Contenidos Generados por Usuarios	Publicaciones generadas por usuarios	1		1	
	Fotografías generadas por usuarios	1		1	
	Videos generados por usuarios	1		1	
	Sección específica UGC (<i>User Generated Content - Contenido Generado por Usuarios</i>)	0		0	
	Comunidad y contacto con otros registrados	0		0	
		3	Regular grado	3	Regular grado
Buscabilidad y Navegación	Navegación constante	1		1	
	Navegación semántica	1		0	
	Mapa de la Web	0		1	
	Navegación adaptativa	0		0	
	Alertas o boletines electrónicos	1		1	
	Búsqueda avanzada	0		0	
	Página de resultados	0		1	
	Localización	1		1	
	Actualización	1		1	
	Ordenación adaptativa	1		1	
	Difundir con redes externas	1		1	

	Difundir con redes propias	0	0	
		7	Regular grado	8 Alto grado
SEO Y Web Social	Ranking mundial	1	0	
	Ranking por país	1	0	
	Ranking por categoría	1	0	
	Engagement (<i>Compromiso</i>)	0	1	
	Fuentes de tráfico	1	1	
		4	Alto grado	2 Bajo grado
	PUNTUACIÓN TOTAL	20		16

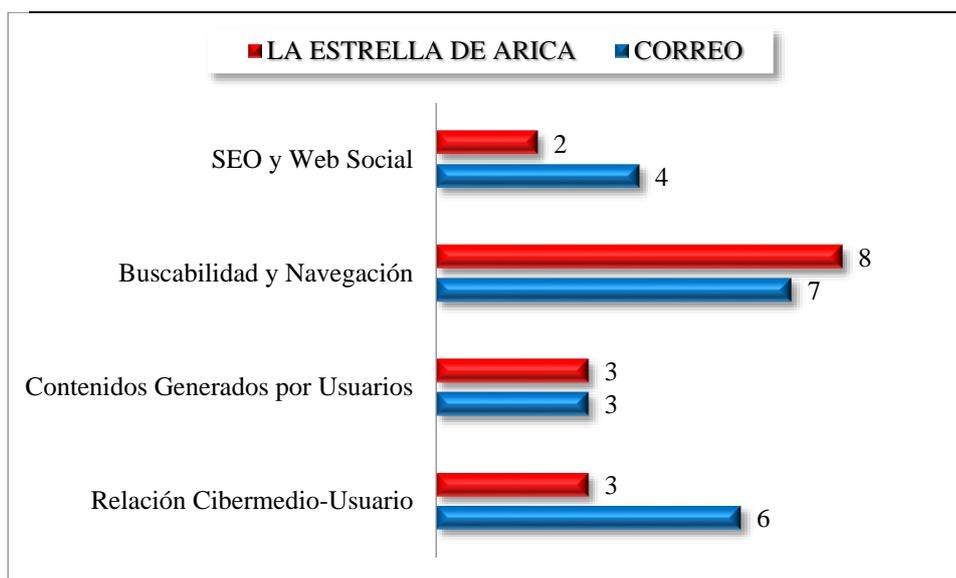


Figura 4. Resultados comparativos de la evaluación de los indicadores correspondientes a los indicadores de las dimensiones del ciberperiodismo

Fuente: Elaboración propia

- El análisis comparativo de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, referido al indicador **Relación Cibermedio-Usuario**, establece que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en **mayor grado**, por su calificación de **regular grado** de cumplimiento con un total de 6 puntos correspondientes a 6 de 10 subindicadores: 1) *Comunicación lector-autor* 2) *Comunicación lector-redacción* 3) *Comunicación lector – redacción mediada por twitter* 4) *Comentarios de*

lectores 5) *Votaciones de lectores* 6) *Diálogos directos*. Los 4 subindicadores del indicador **Relación Cibermedio-Usuario** que no puntúan son: 1) *Comunicación lector-autor mediada por Twitter* 2) *Comentarios en blogs del cibermedio* 3) *Rectificaciones* 4) *Confidencialidad*.

En contraposición el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** presenta **bajo grado** de cumplimiento con un total de 3 puntos correspondientes a 3 de 10 subindicadores: 1) *Comunicación lector-redacción* 2) *Comunicación lector- redacción mediada por twitter* 3) *Comentarios de lectores*. Asimismo, es preciso determinar que los 7 subindicadores del indicador **Relación Cibermedio-Usuario** que no puntúan son: 1) *Comunicación lector-autor* 2) *Comentarios en lector-autor mediada por twitter* 3) *Votaciones de lectores* 4) *Comentarios en blogs del cibermedio* 5) *Rectificaciones* 6) *Confidencialidad* 7) *Diálogos directos*.

- El análisis comparativo de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, referido al indicador **Contenidos Generados por Usuarios**, establece que **ambos sitios web cumplen al mismo nivel** por su calificación de **regular grado** de cumplimiento con un total de 3 puntos correspondientes a 3 de 5 subindicadores: 1) *Publicaciones generadas por usuarios* 2) *Fotografías generadas por usuarios* 3) *Videos generados por usuarios*. Los 2 subindicadores del indicador **Contenidos Generados por Usuarios** que no puntúan son: 1) *Sección específica (contenido generado por usuarios)* 2) *Comunidad y contacto con otros registrados*.

- El análisis comparativo de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, referido al indicador **Buscabilidad y Navegación**, establece que el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** cumple en **mayor grado**, por su calificación de **alto grado** de cumplimiento con un total de 8 puntos correspondientes a 8 de 12 subindicadores: 1) *Navegación constante* 2) *Mapa web* 3) *Alertas o boletines electrónicos* 4) *Página de resultados* 5) *Localización* 6) *Actualización* 7) *Ordenación adaptativa* 8) *Difundir con redes externas*. Los 4 subindicadores del indicador **Buscabilidad y Navegación** que no puntúan son: 1) *Navegación semántica* 2) *Navegación adaptativa* 3) *Búsqueda avanzada* 4) *Difundir con redes propias*.

En contraposición el **sitio web del diario Correo-Perú** presenta **regular grado** de cumplimiento con un total de 7 puntos correspondientes a 7 de 12 subindicadores: 1) *Navegación constante* 2) *Navegación semántica* 3) *Alertas o boletines electrónicos* 4) *Localización* 5) *Actualización* 6) *Ordenación adaptativa* 7) *Difundir con redes sociales*. Los 5 subindicadores del indicador **Buscabilidad y Navegación** que no puntúan son: 1) *Mapa de la web* 2) *Navegación adaptativa* 3) *Búsqueda avanzada* 4) *Página de resultados* 5) *Difundir con redes propias*.

- El análisis comparativo de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile, referido al indicador **SEO y Web Social**, establece que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en **mayor grado**, por su calificación de **alto grado** de cumplimiento con un total de 4 puntos correspondientes a 4 de 5 subindicadores.

En contraposición el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** presenta **bajo grado** de cumplimiento con un total de 2 puntos correspondientes a 2 de 5 subindicadores. Estos indicadores requieren de una explicación de la siguiente manera:

Rankings referido al *“Ranking Global”*, *“Ranking por País”* y *“Ranking por categorías”* el indicador **SEO y Web Social**, establece que en el *“Ranking global”* el sitio web del diario Correo es el mejor posicionado respecto al sitio web del diario La Estrella ubicándose en los puestos 9338 y 44858 respectivamente; situación semejante se presenta en el *“Ranking nacional”* en el que el sitio web del diario Correo ocupa en el puesto 46 respecto a la estrella que se instala el puesto 308; en la relación al *“Ranking por categoría”* la situación no difiere, el sitio web de la Correo se establece en el puesto 1226 a considerable distancia del sitio web del diario la estrella ocupa el puesto 4152.

Engagement (compromiso) referido a las *“Visitas”*, *“Tiempo en el sitio”* y *“Porcentaje rebote”* el indicador **SEO y Web Social**, establece que en las *“Visitas”* en sitio web del diario La Estrella de Arica esta mejor posiciona respecto al sitio web del diario Correo con un total de 7510 millones y 682060 millones respectivamente; situación semejante se presenta en el *“Tiempo en el sitio”* en el que el sitio web del diario La Estrella de Arica prevalece con 06:27 horas seguidas respecto al sitio web del diario Correo que permanecen 02:51 horas seguidas; en la relación al *“Porcentaje de rebote”* la situación difiere, el sitio web de la Correo se

establece con un 63.54% un porcentaje alto de abandono del su sitio web frente al diario La Estrella de Arica con 26.59%.

Fuentes referido al “*Trafico directo*”, “*Trafico referido*” y “*Trafico por búsqueda*” el indicador **SEO y Web Social**, establece que el “*Trafico directo*” en sitio web del diario La Estrella de Arica tiene un alto porcentaje de acceso directo mediante la URL 47% respecto al sitio web del diario Correo con un 13.55% respectivamente; situación semejante se presenta en el “*Trafico referido*” donde el acceso se da por medio de otro sitio web lo que refleja que el sitio web del diario La Estrella de Arica prevalece con 10.9% respecto al sitio web del diario Correo con 5.29%; en el relación al “*Trafico de Búsqueda*” la situación difiere, el acceso se da mediante un hiperenlace de una página de búsqueda (Google), el sitio web de la Correo se establece con un 53.58% a considerable distancias del sitio web del diario La Estrella de Arica con 26.59%.

Por último “*Web social*” en donde destaca que el sitio web del diario Correo utiliza las redes sociales en siguiente orden Facebook con 79.30% seguido de YouTube con 14.31 dejando atrás a Twitter con 3.24%, esto frente al sitio web del diario La Estrella de Arica donde Facebook tiene 77.68% seguido de YouTube con 18.82% es aquí donde supera el otro sitio web y, por último Twitter con un 2.08%.

4.1.4 Comprobación de la Hipótesis General

La hipótesis general sostiene que:

H₀: El sitio web del diario Correo-Perú no cumple en mayor grado con las dimensiones del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.

H₁: El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado con las dimensiones del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.

Realizando el análisis descriptivo de los resultados de los sitios web de los diarios Correo-Perú frente a La Estrella de Arica-Chile, correspondiente a las dimensiones del ciberperiodismo:

Tabla 15

Comparación de dimensiones del ciberperiodismo

Dimensión	Correo	La Estrella de Arica
PUNTUACIÓN TOTAL	20	16

Fuente: Elaboración propia

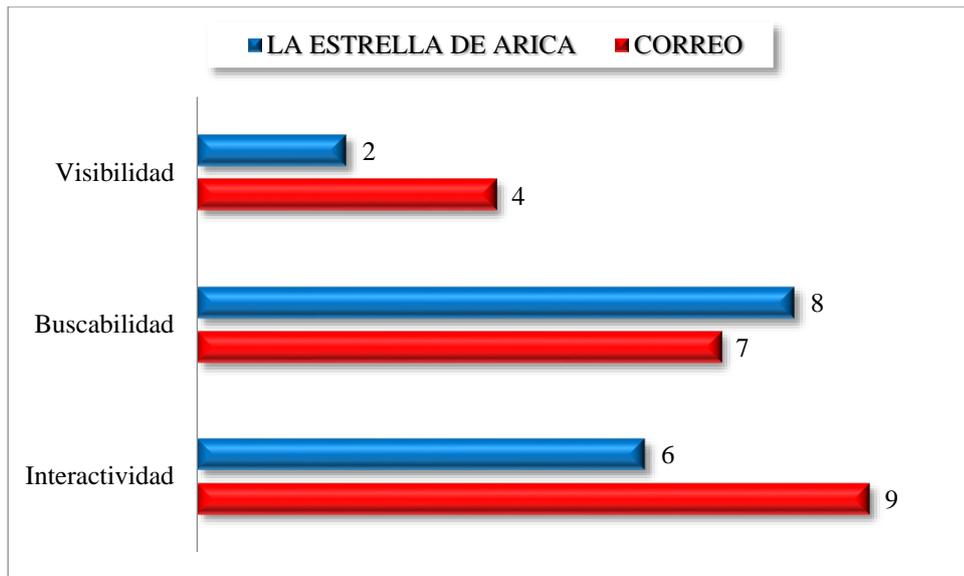


Figura 5. Comparación de dimensiones del ciberperiodismo

Fuente: Elaboración propia

En atención al resultado obtenido se puede afirmar que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en mayor grado con las dimensiones del ciberperiodismo en relación con el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile**, aprobando de este modo la hipótesis alterna formulada.

4.1.5 Comprobación de las Hipótesis Específicas

4.1.5.1 Hipótesis específica 1

Se plantea que:

H₀: El sitio web del diario el Correo-Perú no cumple en mayor grado con el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.

H₁: El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado con el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.

Realizando el análisis descriptivo de los resultados de los sitios web de los diarios Correo-Perú frente a La Estrella de Arica-Chile, correspondiente al indicador Contenido Generado por Usuarios:

Tabla 16

Comparación del indicador Relación Cibermedio-Usuario

Dimensión	El Correo	La Estrella de Arica
Relación Cibermedio-Usuario	6	3

Fuente: Elaboración propia

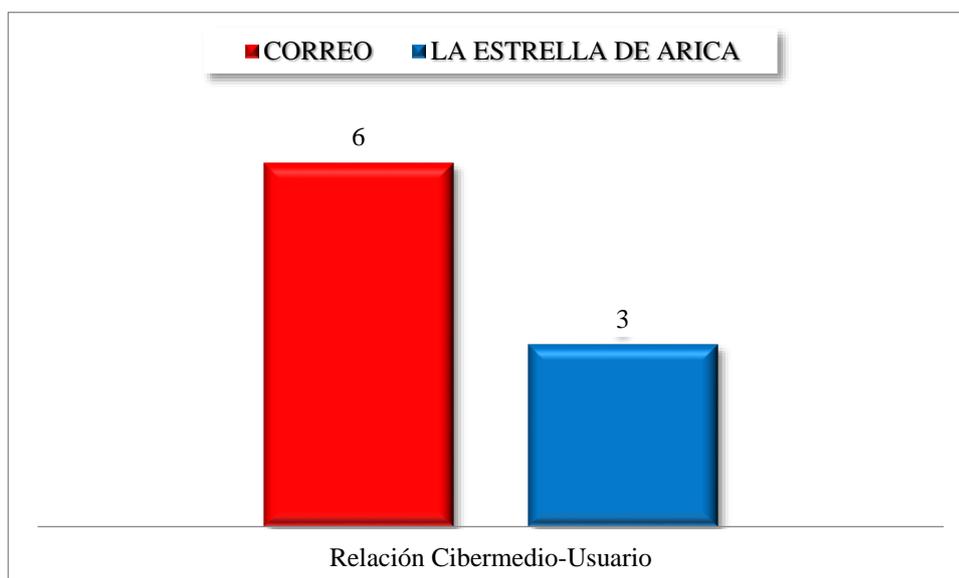


Figura 6. Comparación del indicador Relación Cibermedio-Usuario

En atención al resultado obtenido se puede afirmar que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en mayor grado el primer indicador **Relación Cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** del ciberperiodismo, aprobando de este modo la hipótesis alterna formulada.

4.1.5.2 Hipótesis específica 2

Se plantea que:

H₀: El sitio web del diario el Correo-Perú no cumple en mayor grado con el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica – Chile 2018.

H₁: El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado con el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica – Chile 2018.

Realizando el análisis descriptivo de los resultados de los sitios web de los diarios Correo-Perú frente a La Estrella de Arica-Chile, correspondiente al indicador Contenido Generados por Usuarios:

Tabla 17

Comparación del indicador Contenidos Generados por Usuarios

Dimensión	Diario El Correo	Diario La Estrella de Arica
Contenidos Generado por Usuarios	3	3

Fuente: Elaboración propia

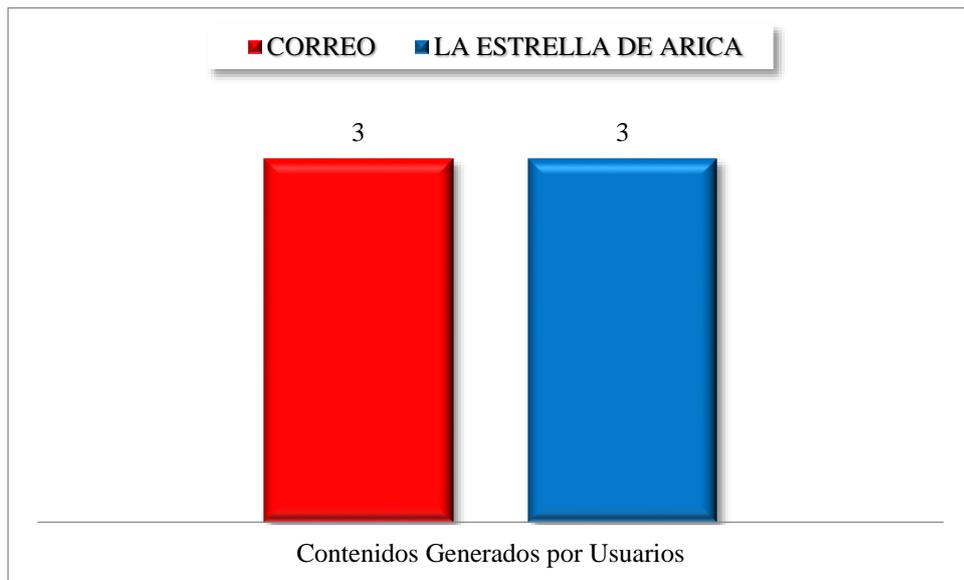


Figura 7. Comparación del indicador Contenidos Generados por Usuarios

Fuente: Elaboración propia

En atención al resultado obtenido se puede afirmar que los **sitios web los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile** cumplen en regular grado el segundo indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo, aprobando de este modo la hipótesis nula formulada.

4.1.5.3 Hipótesis específica 3

Se plantea que:

H0: El sitio web del Diario el Correo-Perú no cumple en mayor grado con el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo respecto a la Estrella de Arica – Chile 2018.

H1: El sitio web del Diario el Correo de Tacna – Perú cumple en mayor grado con el indicador buscabilidad y navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo respecto a la Estrella de Arica – Chile 2018.

Realizando el análisis descriptivo de los resultados de los sitios web de los diarios Correo-Perú frente a La Estrella de Arica, correspondiente al indicador Buscabilidad y Navegación:

Tabla 18

Comparación del indicador Buscabilidad y Navegación

Dimensión	Diario El Correo	Diario La Estrella de Arica
Buscabilidad y Navegación	7	8

Fuente: Elaboración propia

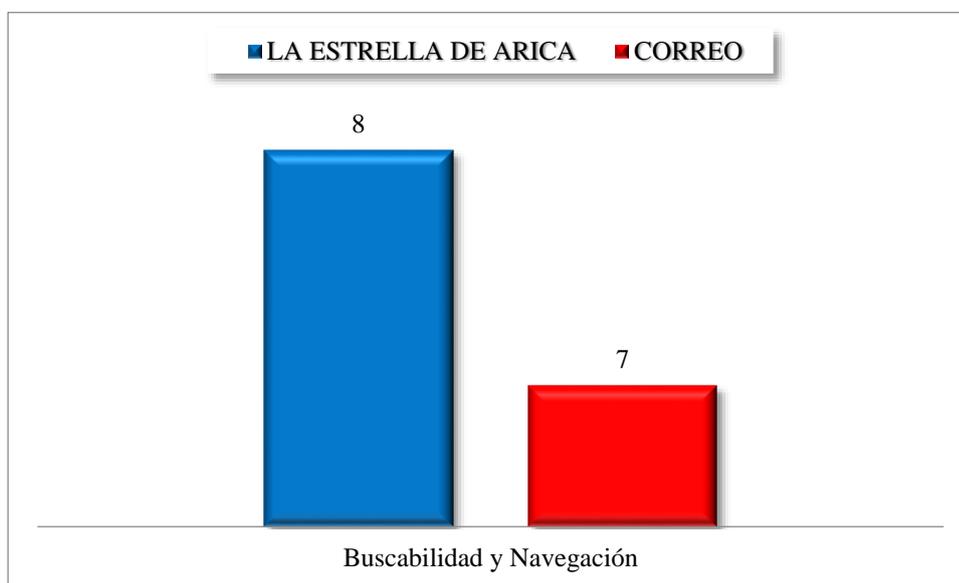


Figura 8. Comparación del indicador Buscabilidad y Navegación

Fuente: Elaboración propia

En atención al resultado obtenido se puede afirmar que el **sitio web de La Estrella de Arica-Chile** cumple en mayor grado con el indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** del ciberperiodismo, aprobando de este modo la hipótesis nula formulada.

4.1.5.4 Hipótesis específica 4

Se plantea que:

H0: El sitio web del diario el Correo- Perú no cumple en mayor grado con el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica – Chile 2018.

H1: El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado con el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo respecto a la Estrella de Arica -Chile 2018.

Realizando el análisis descriptivo de los resultados de los sitios web de los diarios Correo-Perú frente a La Estrella de Arica-Chile, correspondiente al indicador SEO y Web Social:

Tabla 19

Comparación del indicador SEO y Web Social

Dimensión	Diario El Correo	Diario La Estrella de Arica
SEO y Web Social	4	2

Fuente: Elaboración propia

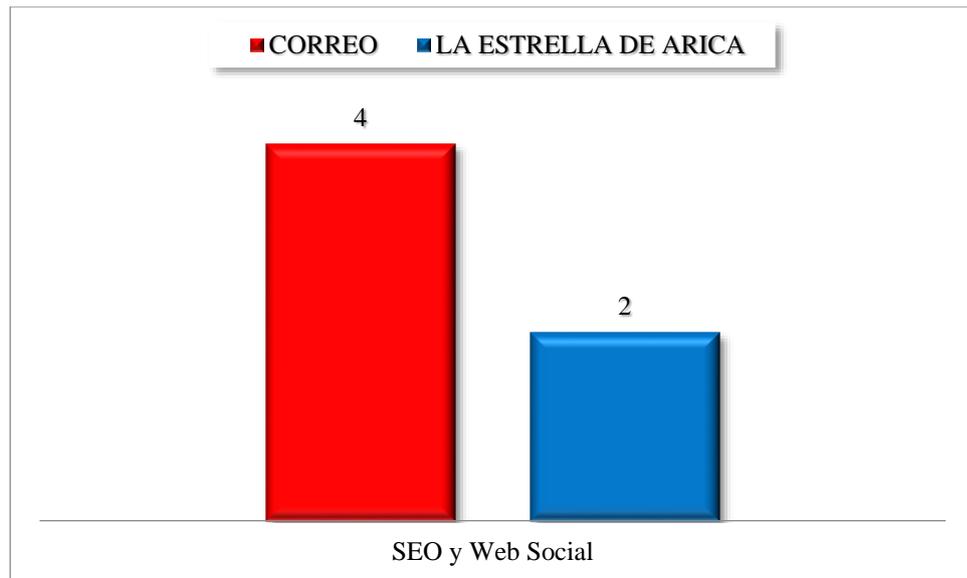


Figura 9. Comparación del indicador SEO y Web Social

Fuente: Elaboración propia

En atención al resultado obtenido se puede afirmar que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en mayor grado el indicador **SEO y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** del ciberperiodismo, aprobando de este modo la hipótesis alterna formulada.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo al obtener la calificación de **alto grado** con un total de 20 puntos acumulados: *Interactividad* 9 puntos, *Buscabilidad* 7 puntos y *Visibilidad* 4 puntos frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** que presenta **regular grado** de cumplimiento con un total de 16 puntos acumulados: *Interactividad* 6 puntos; *Buscabilidad* 8 puntos y *Visibilidad* 2 puntos.

2. Se determinó que el **sitio web del diario Correo-Perú** cumple en mayor grado el primer indicador **Relación Cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** del ciberperiodismo frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile**, al obtener la calificación **regular grado** de cumplimiento con un acumulado de 6 puntos de un total de **diez (10)** subindicadores: *Comunicación lector-autor*; *Comunicación lector-redacción*; *Comunicación lector – redacción mediada por Twitter*; *Comentarios de lectores*; *Votaciones de lectores y*; *Diálogos directos*. Los **cuatro (04)** subindicadores que no puntúan son: *Comunicación lector-autor mediada por Twitter*; *Comentarios en blogs del Cibermedio*; *Rectificaciones y*; *Confidencialidad*.

En contraposición el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** obtuvo la calificación **bajo grado** de cumplimiento con un acumulado de 3 puntos de **diez (10)** subindicadores: *Comunicación lector-redacción*; *Comunicación lector-redacción mediada por Twitter y*; *Comentarios de lectores*. Los **siete (07)**

subindicadores que no puntúan son: *Comunicación lector-autor; Comunicación lector-autor mediada por Twitter; Votaciones de lectores; Comentarios en blogs del Cibermedio; Rectificaciones; Confidencialidad y; Diálogos directos.*

3. Se determinó que los **sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile** cumplen en el mismo grado el segundo indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión **Interactividad** del ciberperiodismo, al obtener la calificación de **regular grado** de cumplimiento con un acumulado de 3 puntos de un total de **cinco (05)** subindicadores: *Publicaciones generadas por usuarios; Fotografías generadas por usuarios y; Videos generados por usuarios.* Los **dos (02)** subindicadores de ambos sitios web que no puntúan son: *Sección específica (contenido generado por usuarios) y; Comunidad y contacto con otros registrados.*

4. Se determinó que el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** cumple en mayo grado el indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** del ciberperiodismo frente al **sitio web del diario Correo-Perú**, al obtener la calificación **alto grado** de cumplimiento con un acumulado de 8 puntos de un total de **doce (12)** subindicadores: *Navegación constante; Mapa web; Alertas o boletines electrónicos; Pagina de resultados; Localización; Actualización; Ordenación adaptativa y; Difundir con redes externas.* Los **cuatro (04)** subindicadores que no puntúan son: *Navegación semántica; Navegación adaptativa; Búsqueda avanzada y; Difundir con redes propias.*

En contraposición el **sitio web del diario Correo-Perú** obtuvo la calificación **regular grado** de cumplimiento con un acumulado de 7 puntos de **doce (12)** subindicadores: *Navegación constante; Navegación semántica; Alertas o boletines electrónicos; Localización; Actualización; Ordenación adaptativa y; Difundir con redes sociales*. Los **cinco (05)** subindicadores que no puntúan son: *Mapa de la web; Navegación adaptativa; Búsqueda avanzada; Pagina de resultados y; Difundir con redes propias*.

5. Se determinó que el **sitio web del diario Corre-Perú** cumple en mayor grado el indicador **SEO y Web Social** de la dimensión **Visibilidad** del ciberperiodismo frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile**, al obtener la calificación de **alto grado** de cumplimiento con un acumulado de 4 puntos de un total de **cinco (05)** subindicadores: *Ranking global; Ranking por país; Ranking por categoría y; Fuentes de tráfico*. El **único** subindicador que no puntúan es: *Engagement (compromiso)*.

En **contraposición** el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** obtuvo la calificación **bajo grado** de cumplimiento con un acumulado de 2 puntos de **cinco (05)** subindicadores: *Engagement (compromiso) y; Fuentes de tráfico*. Los **tres (03)** subindicadores que no puntúan son: *Ranking global; Ranking por país y; Ranking por categoría*.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere que el **sitio web del diario Correo-Perú** que cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** optimice e incorpore, según corresponda, los subindicadores de los indicadores: *Relación Cibermedio-Usuario*, *Contenidos Géneros por Usuarios* y, *Buscabilidad y Navegación*, los dos primeros pertenecientes a la dimensión **Interactividad** y el último a la dimensión **Buscabilidad**; esencialmente en el segundo indicador *Contenidos Generados por Usuarios* en el que obtiene regular grado igual que el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile**. Asimismo, precisa especial atención el indicador *Buscabilidad y Navegación* en el que obtiene regular grado frente al **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** que obtiene alto grado.
2. Se sugiere que los sitios web de los diarios **Correo-Perú** y **La Estrella de Arica-Chile** incorporen los subindicadores ausentes del primer indicador **Relación Cibermedio-Usuario** de la dimensión **Interactividad** del ciberperiodismo, como se expone a continuación: A fin de que el usuario establezca contacto con el autor de la noticia, añadir el subindicador *Comunicación lector – autor mediada por Twitter*; con la intención de que el usuario tenga la opción de comentar las entradas del blog (blogs), adicionar el subindicador *Comentarios en blogs del cibermedio*; con el propósito de que el usuario corrija informaciones que pueden ser mejoradas o modificadas, agregar el subindicador *Rectificaciones* y; a fin de que el usuario comparta información de forma anónima y segura con el medio, añadir el subindicador *Confidencialidad*. Asimismo, el **sitio web del diario La**

Estrella de Arica-Chile deberá integrar tres subindicadores adicionales: A fin de que el usuario establezca contacto con el autor de la noticia por formulario o correo electrónico, incorporar el subindicador *Comunicación lector-autor*; con la intención de conocer si las informaciones han sido o no de interés del usuario, agregar el subindicador *Votaciones de lectores* y; con el propósito de que el usuario establezca comunicación con los entrevistados del cibermedio, añadir el subindicador *Diálogos directos*.

3. Se sugiere que los sitios web de los diarios **Correo-Perú** y **La Estrella de Arica-Chile** incorporen los subindicadores ausentes del segundo indicador **Contenidos Generados por Usuarios** de la dimensión **Interactividad** del ciberperiodismo, como se expone a continuación: A fin de que el usuario cuente con una sección para publicar contenido textual, gráfico o audiovisual, añadir el subindicador *Sección específica UGC (Contenido generado por usuarios)* y; con la intención de que los usuarios interactúen entre sí, adicionar el subindicador *Comunidad y contacto con otros registrados*.
4. Se sugiere que los sitios web de los diarios **Correo-Perú** y **La Estrella de Arica-Chile** incorporen los subindicadores ausentes en el indicador **Buscabilidad y Navegación** de la dimensión **Buscabilidad** del ciberperiodismo, como se expone a continuación: A fin de que el usuario tenga una sección específica para las noticias de mayor impacto por ser las más leídas, buscadas, vistas y enviadas por otros usuarios, añadir el subindicador *Navegación adaptativa*; con la intención de que el usuario pueda articular la información, incorporar el subindicador *Búsqueda avanzada* y; con el propósito de que el usuario cobertura ciertas noticias aportando información junto con los ciberperiodistas del cibermedio, agregar el

subindicador *Difundir con redes propias*. Además, el **sitio web del diario Correo-Perú** deberá integrar dos subindicadores adicionales: A fin de que el usuario acceda a la información clasificada por temáticas, fechas, suplementos, herramientas o servicios, añadir el subindicador *Mapa de la Web* y; con la intención de conocer si las informaciones han sido o no de interés del usuario, incorporar el subindicador *Página de resultados*. Asimismo, el **sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile** deberá integrar el *subindicador*: A fin de que el usuario tenga acceso a enlaces de noticias relacionadas con la temática de la información que consulta, agregar el subindicador *Navegación semántica*.

5. Se sugiere que los sitios web de los diarios **Correo-Perú** y **La Estrella de Arica-Chile** optimicen e incorporen los subindicadores, según corresponda, de los indicadores **Relación Cibermedio-Usuario**, **Contenidos Géneros por Usuarios y**, **Buscabilidad y Navegación**, pertenecientes a las dimensiones **Interactividad y Buscabilidad**, a fin de obtener mejores resultados en el indicador **SEO y Web Social** de la dimensión **Visibilidad**.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Linares, J., Codina , L., Vallez , M., & Rodriguez , R. (2016). *Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad en Cibermedios: Sistema de Análisis y Resultados*. Barcelona : DigiDoc.
- Parra Valcarce, D., & Álvarez Marcos, J. (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Sintesis.
- Aliaga, R. S., & Díaz Noci, J. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Barredo, D., & Díaz, E. (2016). *La interactividad en el periodismo digital latinoamericano. Un análisis de los principales cibermedios de Colombia, México y Ecuador*. Colombia: Revista Latina de Comunicacion Social.
- Bordewijk , J., & Kaam , B. (1986). *Towards a new classification of teleinformation services*. Estados Unidos : InterMedia.
- Calderón Berra, S. (2017). *En Contexto: Periodismo digital o Ciberperiodismo*. Mexico: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública.
- Calvo, S. T. (2010). *Estilo para ciberperiodistas*. Santo Domingo, República Dominicana: ITLA.
- Diairo Correo: *Conoce la historia a 53 años de su fundación*. Obtenido de: <https://diariocorreo.pe/edicion/tacna/correo-conoce-la-historia-a-53-anos-de-su-fundacion-594032/>
- Espiritusanto, O., & Gonzalo Rodríguez, P. (2011). *Periodismo ciudadano: Evolución positivo de la comunicación*. Madrid: Arial S.A.
- Florian, M., & Gómez, M. (2014). *Análisis de las Características Del Ciberperiodismo: Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad en las Notas Principales de*

las webs la Industria de Trujillo Y Correo – La Libertad Durante Los Meses De Junio, Julio Y Agosto De 2013. Trujillo: Universidad Privada del Norte.

García , P., & Montoya , A. (2006). *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital: VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 2 y 3 de marzo.* VII Congreso Nacional Periodismo Digital, 251-262.

Goikolea, M. (19 de Marzo de 2014). *IEBS, es la Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores.* Obtenido de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-periodismo-ciudadana-definicion-ejemplos-caracteristicas-comunicacion-digital/>

Gonzales Cam , C. (2003). *Arquitectura de la Información: diseño e implementación.* Lima : Pontificia Universidad Católica del Perú (págs. 1-8).

Gorn, A. (2017). *Elementos Comunicacionales de la Piezas Graficas Diseñadas por Pictoline y la Participación Interactiva del Lector de Cyberperiodismo.* Trujillo: Universidad Privada del Norte.

Højberg, V. R. (2010). *Ciberperiodismo – la influencia de la digitalización en la edición online del periódico español "EL PAÍS".* España.

Jensen , J. (1998). *Interactivity: Tracking a new Concept in media and communication studies.* Estados Unidos: Nordicom Review.

La Estrella de Arica . (18 de Octubre de 2018). *La Estrella de Arica .* Obtenido de: <http://www.estrellaarica.cl/impresas/2018/10/30/papel/>

Linares , J., Codina , L., & Pedraza, R. (2015). *Interactividad en Cibermedios: Propuesta nuclear de protocolo de Análisis.* Barcelona : DigiDoc .

Linares, J., Codina , L., & Freixa , P. (2015). *Tendencias en Cibermedios .* Barcelona : Digidoc.

López, J. (2010). *TIC, Comunicación y Periodismo Digital.* Reflexiones desde América Latina y Europa. Mexico: Ediciones Uninorte.

- Masip , P., & Suau, J. (2014). *Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles*. Hipertext.net: Revista Académica sobre Documentación Digital y Comunicación , 1-12.
- McMillan, S. (2002). *A four-part model of cyber-interactivity*. *New media & society*, 271-291.
- Mingzhu, L. (2016). *Análisis comparativo y estudio de la interactividad en cibermedios-agregadores: identificación de las características que un cibermedio occidental debe implementar para su adaptación al contexto chino*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra Barcelona .
- Ortiz, P. (2015). *La interactividad de las redes sociales en el video online*. Estudios de casos: Terra TV (Brasil), Caracol TV (Colombia) y Ecuasiva (Ecuador). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar - Sede Ecuador.
- Paz Sánchez, M., & Pintor , G. (2017). *"Periodismo ciudadano" ¿Un nuevo fenómeno de periodismo?* Documentación de las Ciencias de la Información, 1-24.
- Placencia, C. (2018). *Propuesta de un modelo interactivo para el tratamiento de la información*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Raimondo Anselmino, N. (2014). *Prensa online y tipos de lectores*. Cuadernos.Info, 183-195.
- Rodríguez, R., Codina, L., & Pedraza, R. (2012). *Indicadores para la evaluación de la calidad*. Barcelona: Revista Española Científica.
- Rost, A. (2004). *Pero¿De que hablamos cuando hablamos de interactividad?* Barcelona: UAB.
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Tesis doctoral presentada en la Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra: UAB.
- Rost, A. (2014). *Interactividad: Definiciones, estudios y tendencias*. Barcelona: LabCom.

- Salaverría , R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamerica*. Madrid, España: Ariel, S.A.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción Periodística en Internet*. Madrid, España: Universidad de Navarra.
- Santaella. (2004). *Navegar en el Ciberespacio: Perfil cognitivo del lector inmersivo*. Sao Pablo: Paulus.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Serrano, S. (10 de Octubre de 2017). *Hiberus Tecnología es una compañía especializada en la consultoría de negocio y la presentación de servicios tecnológicos*. Obtenido de: <https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/como-definir-la-arquitectura-de-la-informacion-de-un-proyecto/>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones.(2014). *Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información*. Ginebra: ITU.
- Yezers'ka, L. (2008). *Ciberperiodismo en el Perú*. Piura: Universidad de Piura, Facultad de Comunicación.
- Zamora, L. N. (2011). *Origenes del Ciberperiodismo*. Correspondencia & Analisis, 50-64.

ANEXOS

Anexo 01

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	SUB-INDICADORES
<u>Problema General</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Hipótesis General</u>				
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo 2018?	Determinar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado las dimensiones del ciberperiodismo 2018.	El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado con las dimensiones del ciberperiodismo respecto a La Estrella de Arica-Chile 2018.	Interactividad del Ciberperiodismo	Interactividad	Relación ciberperiodismo-usuario	Comunicación lector-autor Comunicación lector – autor mediada por Twitter Comunicación lector – redacción Comunicación lector – redacción mediada por twitter Comentarios de lectores Votaciones de lectores

<u>Problemas específicos</u>	<u>Objetivos específicos</u>	<u>Hipótesis específicas</u>				
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el primer indicador Relación Cibermedio-Usuario de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo del respectivo al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.				Comentarios en blogs del cibermedio
						Rectificaciones
						Confidencialidad
						Diálogos directos
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respectivo al sitio web del diario la Estrella de Arica-Chile.				Contenido generado por usuarios
						Publicaciones generadas por usuarios
						Fotografías generadas por usuarios
						Videos generados por usuarios
						Sección específica UGC (User Generated Content - Contenido Generado por Usuarios)
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respectivo al sitio web del diario la Estrella de Arica-Chile.				Comunidad y contacto con otros registrados
						Navegación constante
						Navegación semántica
						Mapa de la Web
						Navegación adaptativa
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario el Correo-Perú cumple en mayor grado el segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad del ciberperiodismo respectivo al sitio web del diario la Estrella de Arica-Chile.			Buscabilidad	Alertas o boletines electrónicos

¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el indicador Buscabilidad y Navegación de la dimensión Buscabilidad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.				Búsqueda avanzada
						Página de resultados
						Localización
						Actualización
						Ordenación adaptativa
						Difundir con redes externas
						Difundir con redes propias
¿Cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo?	Analizar cuál de los sitios web de los diarios Correo-Perú y La Estrella de Arica-Chile cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo.	El sitio web del diario Correo-Perú cumple en mayor grado el indicador SEO y Web Social de la dimensión Visibilidad del ciberperiodismo respecto al sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile.		Visibilidad	SEO y Web Social	Ranking Global
						Ranking por país
						Ranking por categoría
						Engagement
						Trafico de fuentes
MÉTODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		
Enfoque:	Cualitativa/Cuantitativa	Población:	2 diarios	Técnica:	Observación	
Tipo de Investigación:	Básico	Muestra:	2 diarios	Instrumentos:	Ficha	
Diseño de Investigación:	No experimenta, Transversal			Tratamiento estadístico:	Análisis descriptivo	

Anexo 02

Fichas de Análisis de Linares

EVALUADOR	
CASO	
URL	
FECHA	

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Comunicación lector – autor		
02	Comunicación lector – autor mediada por twitter		
03	Comunicación lector – redacción		
04	Comunicación lector – redacción mediada por twitter		
05	Comentarios de lectores		
06	Votaciones de lectores		
07	Comentarios en blogs del cibermedio		
08	Rectificaciones		
09	Confidencialidad		
10	Diálogos directos		
TOTAL PUNTUACIÓN			

Tabla 1. Relación Cibermedio-Usuario

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Publicaciones generadas por usuarios		
02	Fotografías generadas por usuarios		
03	Videos generados por usuarios		
04	Sección específica UGC (Contenido Generado por Usuarios)		
05	Comunidad y contacto con otros registrados		
TOTAL PUNTUACIÓN			

Tabla 2. Contenido Generados por Usuarios

ID	SUBINDICADOR	OBSERVACIONES	PUNT.
01	Navegación constante		
02	Navegación semántica		
03	Mapa de la Web		
04	Navegación adaptativa		
05	Alertas o boletines electrónicos		
06	Búsqueda avanzada		
07	Página de resultados		
08	Localización		
09	Actualización		
10	Ordenación adaptativa		
11	Difundir con redes externas		
12	Difundir con redes propias		
TOTAL PUNTUACIÓN			

Tabla 3. Buscabilidad y Navegación

Tabla 4. SEO Y Web Social

ID	SUBINDICADOR		VALOR	PUNT.
01	Ranking global	En todo el mundo		
02	Ranking por país	Chile		
03	Ranking por categoría	Noticias y medios		
04	Engagement (<i>Compromiso</i>)	4.1 Visitas		
		4.2 Tiempo en el sitio		
		4.3 Páginas vistas		
		4.5 Porcentaje de rebote (<i>Abandono del sitio web</i>)		
05	Fuentes de tráfico (<i>Sitios web que se utiliza para acceder al cibermedio</i>)	5.1 Tráfico directo (<i>Acceso directo mediante URL</i>)		
		5.2 Tráfico referenciado (<i>Acceso mediante un hiperenlace de un sitio web</i>)		
		5.3 Tráfico de búsqueda (<i>Acceso mediante un hiperenlace de la página de búsqueda - Google</i>)		
		5.4 Web social		
		TOTAL PUNTUACIÓN		

Anexo 03

Sitio web del diario Correo – Perú

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología

Opinión

Documento firmado por 26 fujimoristas acuerda respaldar solicitud del Ejecutivo para emitir dictámenes antes del 4 de octubre



FP se divide por compromiso para aprobar reformas

Síguenos en Facebook   11 k

27 de Septiembre del 2018 - 10:41 » Textos: Karina Valencia (kvalencia@grupoepensa.pe) » Fotos: Ángela Ponce

102 Shares

La presentación de un documento firmado por 26 de los 62 legisladores de **Fuerza Popular (FP)**, comprometiéndose -ante la opinión pública- a cumplir con los plazos para **“aprobar las reformas de justicia y política hasta el 4 de octubre”**, ha generado la sensación de divisionismo en el partido “naranja” por parte de las diversas bancadas del Congreso.

LO MÁS LEÍDO

- 1 **Caen por un barranco 12 perros y un venado por culpa de un cazador (VIDEO)**
- 2 **Así tratan los veterinarios a nuestras mascotas cuando nadie los ve (VIDEO)**
- 3 **Revelan que José Domingo Pérez iba a pedir prisión preventiva para Alan García**
- 4 **Mendoza a García: "Mentiroso y cobarde, no permitiremos que rehuyas la justicia"**
- 5 **Vizcarra habló con el presidente uruguayo sobre pedido de asilo de Alan García**
- 6 **Captan a Alan García recibiendo a su hijo en la embajada de Uruguay (VIDEO)**
- 7 **Daniel Urresti: "Hasta Keiko demostró tener más h... que el cobarde Alan García"**
- 8 **Alejandra Baigorria se pronunció tras denuncia por despido de trabajadora**
- 9 **Adolescente asesinó a su padrastro por intento de violación**
- 10 **Luis Alva Castro fue . . .**

Captura 1. **Subindicador** Comunicación Lector-Redactor correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad del ciberperiodismo en el sitio web del diario Correo-Perú

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología Opinión

Hace 19 horas Defensor sostuvo que han trabajado para corregir los errores

prenSmart
 Jirón Jorge Salazar Araoz 171
 Lima 13 - Perú

Oficinas Concesionarias
PUNTOSmart

Contenido Editorial Publicaciones Miembro de:

GRUPO EPENSA
 Temas periodísticos: +51 1 631 1111

ojo ELBOCÓN
iab.peru
 interactive advertising network

TÉRMINOS Y CONDICIONES
 POLÍTICAS DE PRIVACIDAD
 POLÍTICAS DE COOKIES

Contacto Administrativo: contacto@prensmart.pe
 Publicidad Online: fonoavisos@suscripcionesintegrales.com.pe
 Call Center: +51 1708 9999

Úrbania **neoauto** **APTITUS.com** **PagoEfectivo**

2018 © PrenSmart S.A.C. Todos los derechos reservados Diseñado por Hyperbrand

Captura 2. **Subindicador** Comunicación Lector-Redacción correspondiente al primer **indicador** Relación Cybermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad del cyberperiodismo en el sitio web del diario Correo-Perú

Síguenos en nuestras REDES SOCIALES

f t i

C CORREO

Tweets 245 mil Siguiendo 498 Seguidores 803 mil Me gusta 94 Listas 4 **Seguir**

Diario Correo @diariocorreo
 Desde sus 17 redacciones, Correo te informa al instante de todo lo que sucede en el Perú y el mundo.
 Lima - Perú
diariocorreo.pe
 Se unió en octubre de 2009
 95.3 mil fotos y videos

Diario Correo @diariocorreo · 6 min
 Día Internacional del Hombre: ¿por qué se escogió el 19 de noviembre para esta celebración?
diariocorreo.pe/miscelanea/dia...

¿Nuevo en Twitter?
 ¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!
Regístrate

También te puede gustar · Actualizar

LR **Diario La República** @larepublica.pe
N **Canal N** @canalN
TVPeruPE **Noticias** @noticias.tvperu
RPP **RPP Noticias** @RPPNoticias

Captura 3. **Subindicador** Comunicación Lector-Redacción Mediada por Twitter correspondiente al primer **indicador** Relación Cybermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad del diario Correo-Perú

- **Noticia:** Caso Utopía; luego de 16 años de la tragedia, capturan en México ha implicado Édgar Paz

C
Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología Opinión

4 comentarios Ordenar por Más antiguos ▾

Agregar un comentario...

Fabiano Velasquez

Que se haga justicia por esos jovenes
¡Por favor!

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 👍 2 · 6 d

Eduardo Masco Mamani

Ahora tiene que pagar sus responsabilidad a los deudos.

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 👍 1 · 6 d

Miguel Sartori

Buscando victimas para las victimas? Si asi intentaran hacer justicia por los 400 o 500 "misios" que fallecieron en Mesa Redonda.... Ha pasado casi 17 años y casi nada. Por cierto, que le caiga todo el peso de la ley a este prófugo y a ver cuándo capturan al tal Azizollahof, el tipo que pudo fugar gracias a sus vínculos con la Momia Karpa. "Hermanito" del asqueroso borracho Tolebrio, el nefasto y hamón Marrano de Cabana-

[Me gusta](#) · [Responder](#) · 👍 4 · 6 d

Mario Comeq

CURIOSO, SE DECIA EN 2016 QUE SE HABIA SOLICITADO LA EXTRADICCION DE AMBOS PAJARRACOS

■ Tragedia producida en 2002.

Captura 4. **Subindicador** Comentarios de Lectores correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú

- **Noticia:** Contraloría declara ilegal incremento del pasaje en el Metropolitano

The screenshot shows a news article on the website of Correo-Perú. At the top, there is a navigation bar with categories: Política, Perú, Mundo, Lima, Deportes, Economía, Espectáculos, Tendencia, Salud, Tecnología, Opinión. The main headline is "Contraloría declara ilegal incremento del pasaje en el Metropolitano (FOTOS)". Below the headline, there are social media sharing buttons for Facebook, YouTube, and others. The Facebook button is highlighted with a red box and shows "Me gusta" and "11 k". The article text discusses the Contraloría General de la República's decision to declare the increase in the fare of the Metropolitan service illegal, starting from November 1st. It mentions the fare increase from S/ 2.50 to S/ 2.85 and lists the concessionaires: Lima Vías Express S.A., Lima Bus Internacional S.A., Transvial Lima S.A.C., and Perú Masivo S.A. To the right of the article, there is a list of related news items, numbered 6 to 10, including topics like Vizcarra's meeting with the Uruguayan president, Alan García's son, and protests against Alan García. At the bottom right, there is a "Newsletter" sign-up section.

Captura 5. **Subindicador** Votaciones de Lectores correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología Opinión

DEPORTES
Ricardo Gareca se pronunció sobre supuesta indisciplina de Christian Cueva
 Hace 54 minutos Técnico de la selección peruana aclaró lo sucedido con el volante del Krasnodar

DEPORTES
Perú vs Costa Rica: fecha, hora y canal del partido entre la 'Blanquirroja' y los 'Ticos'
 Hace 1 hora Partido de preparación se disputará en Arequipa

La Portada
ALAN GARCÍA PIDE ASILO
 Ver edición digital

TENDENCIA
DEPORTES
Piloto alemana sufrió grave accidente en F3 (VIDEO)

CORREO 6 EN VIVO Lunes a Viernes 6 a 7pm YouTube
 DIRECTO 165

f Busca

Pilar Inicio

DIRECTO 576

Diario Correo está transmitiendo en directo. hace 6 minutos

ASILO EN SUSPENSO: Presidente Martín Vizcarra se pronuncia sobre el asilo político que solicitó Alan García y reveló que mantuvo una conversación con el presidente de Uruguay, Tabaré Vázquez. Todos los detalles en #CorreoALas6

Invita a tus amigos a ver el video en directo

118 45 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Comentarios Siguiendo

Me gusta Responder

Respondiendo a Daniel Judith Monsalve Gonsales Q muera ya tanto daño al Perú Me gusta Ver conversación

Respondiendo a Daniel Jack Luxe Por su puesto el apra nunca muere el único que morirá clava es tu hermana Me gusta Ver conversación

Respondiendo a Tito Zambrano Elio Cipriano Ramos Garcia Habla bien serrano Aprista como vas a apoyar al más grande ladrón del Perú Me gusta Ver conversación

Chat (34) Compartir Comentar

Escribe un comentario

lunes, 19 de noviembre de 201

Captura 6. **Subindicador** Diálogos Directos - “Comunicación en directo” correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú



La inserción de una imagen embebida en el Sitio Web o la Aplicación en una página no perteneciente al Grupo El Comercio, mediante la técnica denominada "inline linking", si ello no cuenta con la autorización previa y por escrito del Grupo El Comercio.

8. Contenido Generado por el Usuario

Existen determinadas secciones en las que el Usuario puede crear o generar contenido, como las zonas de comentarios, blogs, conversaciones en foros, entre otros. En dichas situaciones el Usuario podrá cargar videos, audios, gráficos, imágenes, producir textos, entre otros, ("Contenido Generado por el Usuario" o "CGU").

El Usuario se compromete a cumplir las directivas de Uso del Sitio Web o la Aplicación contenidas en el numeral 5 de los presentes Términos y Condiciones. En específico, el Usuario se compromete a no utilizar el Sitio Web o la Aplicación para incluir contenido amenazante, abusivo, hostil, ultrajante, difamatorio, vulgar, obsceno o injurioso. Asimismo, se compromete a no utilizar un lenguaje ilícito, abusivo, amenazante, obsceno, vulgar, racista, ni cualquier lenguaje que se considere inapropiado.

El Usuario declara ser titular originario de todos los derechos de propiedad intelectual sobre el CGU. Sin embargo, al cargar dicho contenido en el Sitio Web o la Aplicación, el Usuario otorga al Grupo El Comercio una autorización o licencia no exclusiva, libre de pago de regalías, ilimitada e irrevocable y que aplica globalmente sobre todos los derechos, títulos e intereses del CGU, a fin de que el Grupo El Comercio pueda utilizarlo, incluyendo, entre otros, el derecho a reproducirlo, modificarlo, crear trabajos derivados, editarlo, adaptarlo, traducirlo, distribuirlo, comercializarlo, ponerlo a disposición del público y cualquier forma de utilización, a través de cualquier medio, sea a través del Sitio Web o la Aplicación, como de medios no electrónicos.

Cabe indicar que la autorización brindada al Grupo El Comercio no es exclusiva, razón por la cual el Usuario puede continuar utilizando el CGU en cualquier medio e incluso permitir a otros que lo utilicen, siempre que tal uso no perjudique e interfiera con la autorización y derechos que el Usuario le otorga al Grupo El Comercio.

De igual forma, el Usuario reconoce y acepta que otros Usuarios de los Sitios Web o Aplicaciones del Grupo El Comercio visualicen, descarguen, enlacen y accedan al CGU y utilicen dichos contenidos de acuerdo con las posibilidades que el Sitio Web o la Aplicación ofrecen, de conformidad con lo establecido en el numeral 5 de este documento y siempre que no tengan uso comercial.

El Grupo El Comercio no garantiza la veracidad, exactitud, exhaustividad y actualidad del CGU en el Sitio Web o la Aplicación. En cualquier caso, el Usuario será el único responsable de las manifestaciones falsas, inexactas o difamatorias que realice y de los perjuicios que pudiera causar al Sitio Web o la Aplicación o a terceros por la información que facilite.

El Grupo El Comercio no se hace responsable por el CGU y traslada toda responsabilidad sobre éstos a cada Usuario proveedor de dichos contenidos.

Captura 7. Subindicador Publicaciones Generadas por Usuarios correspondiente al segundo indicador Contenidos Generados por Usuarios de la dimensión Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú

- **Noticia:** Punta Hermosa; Buses chocan y dejan 15 heridos en Panamericana Sur

C
Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología

Opinión

in

✉

⏪



Al parecer una mala impericia del chófer habría causado la colisión entre los buses de la empresa Huapaya.



6 Bartra en Comisión Lava Jato: 'Estás allí para blindar'

7 **Revelan que José Domingo Pérez iba a pedir prisión preventiva para Alan García**

8 Caen por un barranco 12 perros y un venado por culpa de un cazador (VIDEO)

9 **Luz Salgado le propuso a Keiko Fujimori solicitar asilo político (VIDEO)**

10 Anciana en silla de ruedas participa en su primer pogo en concierto de metal

Regístrate en nuestro

Newsletter

Para mantenerte informado de las noticias más relevantes del día.

INGRESE SU CORREO ELECT

SELECCIONE SU DEPARTAM

ENVIAR

Acepto los [Términos y condiciones](#) y [Políticas de privacidad](#)

Captura 8. **Subindicador** Fotografías Generadas por Usuarios correspondiente al segundo **indicador** Contenidos Generados por Usuarios de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú

- **Noticia:** Racha de accidentes en la carretera a Paita deja 29 personas heridas

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología
Opinión

Esta vez, un auto volcó aparatosamente dejando a varios pasajeros heridos.

Según informó personal del hospital, en total son 29 los heridos, de los cuales María Macalupú resultó herida de consideración por los golpes en la cabeza.

Para la Policía, el exceso de velocidad aunado al estado de la carretera a consecuencia de la llovizna, provocó los accidentes. Los vecinos piden al sector Transporte colocar rompemuelleres en esa zona.



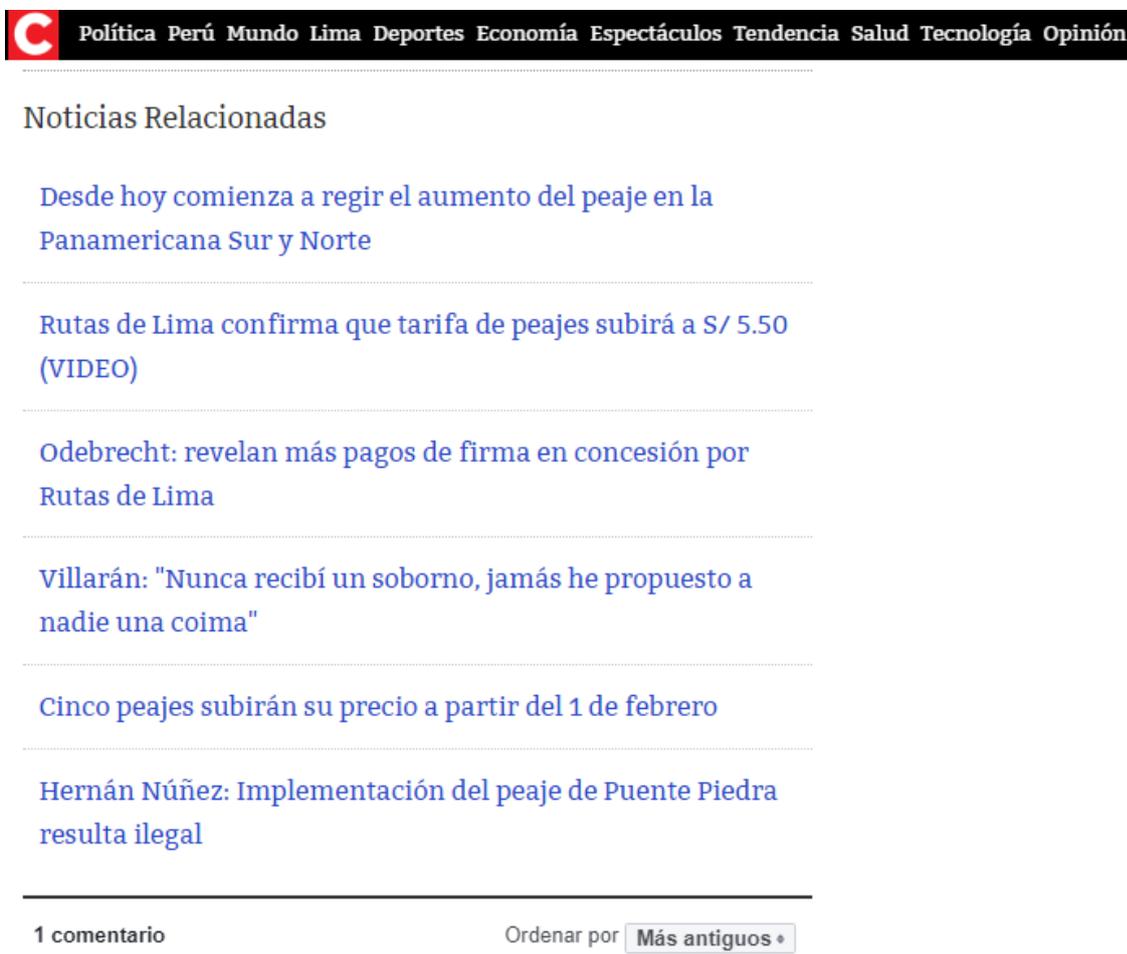
tags Paita Piura

Captura 9. **Subindicador** Videos Generados por Usuarios correspondiente al segundo **indicador** Contenidos Generados por Usuarios de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú



Captura 10. **Subindicador** Navegación Constante correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

- **Noticia:** Malestar en conductores por incremento de peajes de Rutas de Lima



Captura 11. **Subindicador** Navegación Semántica correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

The screenshot shows the top navigation bar of the Correo Perú website. A red box highlights the "Suscríbete al Newsletter" button. Below the navigation bar, there is a list of regional categories: APURÍMAC, AMAZONAS, ANCASH, AREQUIPA, AYACUCHO, CAJAMARCA, CHIMBOTE, CUSCO, HUANCVELICA, HUANCAYO, HUÁNUCO, ICA, IQUITOS, LAMBAYEQUE, LIMA, LA LIBERTAD, MADRE DE DIOS, MOQUEGUA, PASCO, PIURA, PUNO, SAN MARTÍN, TACNA, TUMBES, and UCAVALI. Below this, a "DESTACADOS" section features a news article titled "Humala al presidente de Uruguay: 'No es por intervención del Gobierno que García es investigado'". A second red box highlights a "Suscríbete a nuestro Newsletter" button with a notification bell icon.

Captura 12. **Subindicador** Alertas o Boletín Electrónico correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

This screenshot shows the regional navigation bar of the Correo Perú website. A red box highlights the list of regional categories: APURÍMAC, AMAZONAS, ANCASH, AREQUIPA, AYACUCHO, CAJAMARCA, CHIMBOTE, CUSCO, HUANCVELICA, HUANCAYO, HUÁNUCO, ICA, IQUITOS, LAMBAYEQUE, LIMA, LA LIBERTAD, MADRE DE DIOS, MOQUEGUA, PASCO, PIURA, PUNO, SAN MARTÍN, TACNA, TUMBES, and UCAVALI. The "Suscríbete al Newsletter" button is also visible in the top right corner.

Captura 13. **Subindicador** Localización correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología
Opinión

CULTURA LIMA

Artistas exponen trabajos que reescriben la historia de la Escuela de Bellas Artes
Hace 16 horas Exposición estará abierta al público hasta el 2 de diciembre. El ingreso es libre.

CULTURA JAUJA

Declaran patrimonio cultural de la Nación a Carnaval Jaujino
Hace 20 horas Por ser una de las manifestaciones culturales más representativas de la primera capital del Perú.

EDICIÓN

Cinco unidades de bomberos atienden incendio en Chorrillos (VIDEO)
Hace 21 horas Bomberos atienden la emergencia.

EDICIÓN

Más de 1,300 estudiantes de Lima Metropolitana participarán en congreso de líderes
Hace 21 horas Escolares de secundaria de los 674 colegios de la capital propondrán diversas soluciones para los desafíos de la ciudad.

Captura 14. **Subindicador** Actualización correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

C Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología Opinión

20 de Noviembre del 2018 - 09:51 » Textos: Redacción Correo » Fotos: Joel Alonzo

1k Shares

La falta de recursos es una de las principales barreras que deberá superar el electo alcalde de Lima, **Jorge Muñoz**, debido a que, según su propio análisis, *“no hay fondos en las arcas”* del municipio metropolitano y las deudas que mantiene superarían el presupuesto de 2019.

“Por lo que hemos visto, no hay fondos en las arcas. Allí tenemos un problema, por lo que recurrimos al Ejecutivo. El presidente (Martín Vizcarra) ha garantizado que las obras de la municipalidad van a estar debidamente financiadas”, manifestó.

Agregó que esto es necesario considerando que se vienen dos hitos en Lima: los Juegos Panamericanos y el Bicentenario. “Esto va a implicar mucha austeridad, mucha creatividad y también la búsqueda de fondos”, refirió.

ARBITRAJES

El futuro burgomaestre capitalino sostuvo, además, que han detectado 22 arbitrajes referidos solo al **Metropolitano** y hay otros iniciados o, en proceso, que tienen por objetivo resolver distintos conflictos como el alza de los peajes.

“Pareciera ser que el modus operandi de la municipalidad, en estos últimos cuatro años, ha sido solucionar los problemas con

LO MÁS LEÍDO

- 1 **Fiscal José Domingo Pérez allana estudio de abogados por caso 'Cócteles'**
- 2 **Incautan material de combate de Sendero Luminoso en el Vraem (FOTOS)**
- 3 **SJL: Venezolanos reclaman que donaciones recibidas en albergue son mal usadas**
- 4 **Tráiler derriba puente peatonal en la Panamericana Norte (FOTOS Y VIDEOS)**
- 5 **Laura Bozzo tras diligencia del fiscal José Domingo Pérez: "Esto es una dictadura"**
- 6 **Angie Jibaja fue con su hija a un concierto y la habrían ampayado fumando (FOTOS)**
- 7 **Estudio revela que las mujeres conducen mejor que los varones (VIDEO)**
- 8 **Carlos Álvarez imita a Alan García y envía mensaje tras pedido de asilo (VIDEO)**
- 9 **Violó a su hija y le echó la culpa: "Se metió a mi cama cuando estaba borracho"**
- 10 **Aclaran a abogado sobre impedimento de salida del país que se emitió el sábado**

Captura 15. **Subindicador** Ordenación Adaptativa correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario Correo-Perú

Política Perú Mundo Lima Deportes Economía Espectáculos Tendencia Salud Tecnología Opinión

22 Shares

f

t

p

in

m

↩

Ante la situación crítica del servicio del **Metropolitano**, el electo **alcalde de Lima, Jorge Muñoz**, pidió al gerente general de Lima Bus Internacional S.A., **José Luis Díaz León**, dialogar sobre el tema.

A través de una carta, **Jorge Muñoz** invitó al representante de ese operador reunirse en la sede del Consejo de Ministros (PCM), para integrarse a la **Mesa de Trabajo** que busca encontrar alternativas de solución al problema de ese servicio de transporte que afecta a cientos de usuarios del norte y sur de Lima.

"Invitarlo a conformar la primera Mesa de Trabajo con miras a encontrar soluciones conjuntas a la crítica situación que viene atravesando el Metropolitano", indica la misiva.

La cita fue fijada para el 20 de noviembre próximo a las 3:30 p.m. en la sede de la PCM del Cercado de Lima.

"Su participación en la Mesa de Trabajo será un aporte importante en la búsqueda de alternativas de solución para este servicio de transporte público que moviliza diariamente a miles de ciudadanos", también señala la carta.

8 Carlos Álvarez imita a Alan García y envía mensaje tras pedido de asilo (VIDEO)

9 Violó a su hija y le echó la culpa: "Se metió a mi cama cuando estaba borracho"

10 Aclaran a abogado sobre impedimento de salida del país que se emitió el sábado

Captura 16. **Subindicador** Difundir con Redes Externas correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario Correo-Perú

Sitio web del diario Estrella de Arica – Chile

<p>soyvaldivia.cl Teléfono: (56) 63 2242 211</p>	<p>soyosorno.cl Teléfono: (56) 64 2222 305</p>
<p>Puerto Montt El Llanquihue Antonio Varas 167 - Puerto Montt -Chile Teléfono: (56) 65 2432 400</p> <p>soypuertomontt.cl Teléfono: (56) 65 2432 434</p>	<p>Chiloé La Estrella de Chiloé Blanco Encalada 324. Oficina 203 - Castro - Chile Teléfono: (56) 65 2642 800</p> <p>soychiloé.cl Teléfono: (56) 65 2534 903</p>

Formulario

Estar en contacto con nuestros diarios es simple. Puede escribirnos a cualquiera de las direcciones del listado superior o llamarnos directamente por teléfono. Si lo prefiere, puede llenar este formulario y recibiremos sus inquietudes. Los campos marcados con * deben ser llenados obligatoriamente.

soychile.cl	
Nombre*	
Correo*	Teléfono*
Arica y Parinacota	Ciudad*
Mensaje*	
Enviar	

soychile.cl

GESTIÓN REGIONAL DE MEDIOS CONTACTENOS ANUNCIAR EN ESTE SITIO TÉRMINOS
CONDICIONES

Captura 17. **Subindicador** Comunicación Lector-Redacción correspondiente al primer **indicador** Relación Cybermedio- Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

Inicio Sobre nosotros ¿Tienes cuenta? [Iniciar sesión](#)



Tweets **97,5 mil** Siguiendo 52 Seguidores 7.769 Listas 1 [Seguir](#)

Estrella de Arica
@EstrelladeArica
Twitter del Diario La Estrella de Arica
Arica, Chile
estrellaarica.cl
Se unió en enero de 2011
44 fotos y videos

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

Estrella de Arica @EstrelladeArica · 18 h
El área de construcción fue la que más se impulsó en la región según el último Inacer



El área de construcción fue la...
Este Índice de Actividad Económica Regional corresponde al último trimestre que compren...
soychile.cl

2

Estrella de Arica @EstrelladeArica · 18 h
Productores de orégano inician proceso de certificación internacional en comercio justo



Productores de orégano inicia...
Son 9 los productores que forman parte de la Cooperativa Oro Verde, quienes pueden decir q...
soychile.cl

7 9

¿Nuevo en Twitter?
¡Regístrate ahora para obtener tu propia cronología personalizada!
[Regístrate](#)

También te puede gustar
[Actualizar](#)

-  **soyarica.cl** @sovarica
-  **Arica Noticias** @AricaNoticias
-  **ElMorrocotudo.cl** @elmorrocotudo
-  **Municipalidad Arica** @MuniArica
-  **Arica Mía** @aricamia47

Tendencias: Global
#FRAURU

Captura 18. **Subindicador** Comunicación Lector-Redacción mediada por Twitter correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

- **Noticias:** Con más de 90 años falleció el académico de la UTA Manuel Mamani

The screenshot shows the 'soyarica' website interface. On the left, there are news articles with headlines such as 'Ariqueñas guatita de delantal expectantes por votación de ley' and 'Transportista se fue contra invernadero con camión cargado de chodlos: grave'. The main content area features a comment section for the article 'Ariqueñas guatita de delantal expectantes por votación de ley'. The comment section includes a welcome message, a sorting option for 'Más recientes', and three comments from users: Pilar Castañeda, José Maldonado Segovia, Fernando Vildoso, and Pamela Patricia Valderrama Vega. Each comment includes a 'Responder' and 'Denunciar' option, along with a timestamp. On the right side, there is a 'Actualidad' section with a 'DEPORTES' sub-section and several news snippets with small images and timestamps.

Captura 19. **Subindicador** Comentarios de Lectores correspondiente al primer **indicador** Relación Cibermedio-Usuario de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

El Usuario será el único responsable por los Materiales aportados por él, y por las infracciones contractuales, legales y/o reglamentarias en que incurra en relación con dichos Materiales Aportados por el Usuario.

Aunque la Empresa no revisa ni tiene la obligación de revisar el contenido de los Materiales Aportados por El Usuario, y aunque no es responsable por su contenido, la Empresa se reserva el derecho a revisar, sin previo aviso ni expresión de causa, y a su sola discreción, los Materiales Aportados por el Usuario. La Empresa podrá editar, eliminar, modificar, retransmitir, impedir la transmisión o difusión a terceros de los Materiales Aportados por el Usuario.

El Usuario debe tener presente que los Materiales Aportados por el Usuario con el propósito de que sean accesibles por otros Usuarios de los Sitios Web a los que accede pueden ser leídos por cualquier Usuario de Internet en el mundo, por lo que debe ser prudente al proporcionar públicamente datos que lo identifiquen personalmente. La Empresa no se hace responsable por las consecuencias que resulten de la publicación en los Sitios Web de Materiales Aportados por el Usuario.

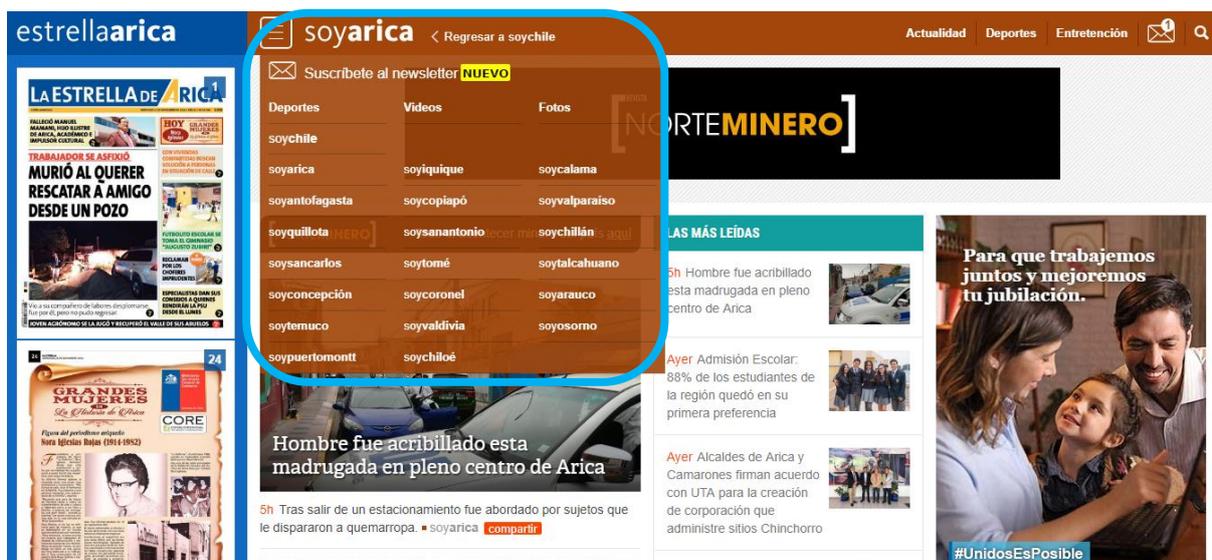
Respecto de cualquier Material Aportado por El Usuario, el Usuario concede a la Empresa, una licencia perpetua, no exclusiva, gratuita y transferible, que incluye, sin estar limitado a ello, el derecho para la Empresa o el tercero que la Empresa designe, a usar copiar, distribuir, transmitir, mostrar, publicar, reproducir públicamente, duplicar, modificar, traducir, crear trabajos derivados, indexar, codificar, cambiar el formato o adaptar en cualquier forma o medio conocido o por conocer los Materiales Aportados por el Usuario. La Empresa, no pagará ninguna contraprestación por el permiso concedido para usar los Materiales Aportados por el Usuario. El Usuario renuncia expresamente a los derechos morales que pueda tener sobre el Material Aportado por El Usuario en cuanto a modificaciones o alteraciones a dicho material de maneras no aceptadas o aceptables por El Usuario.

Al exponer, enviar o dejar disponible en los Sitios Web, los Materiales Aportados por El Usuario, El Usuario declara y garantiza que (1) posee y poseerá de suficientes derechos respecto de dichos Materiales Aportados por El Usuario como para otorgar a la Empresa la licencia establecida en esta cláusula; (2) ninguno de dichos Materiales Aportados por El Usuario o la licencia a la Empresa infringirán algún derecho de autor, patente, marca, secreto comercial, o cualquier otro derecho de propiedad intelectual o industrial de un tercero.

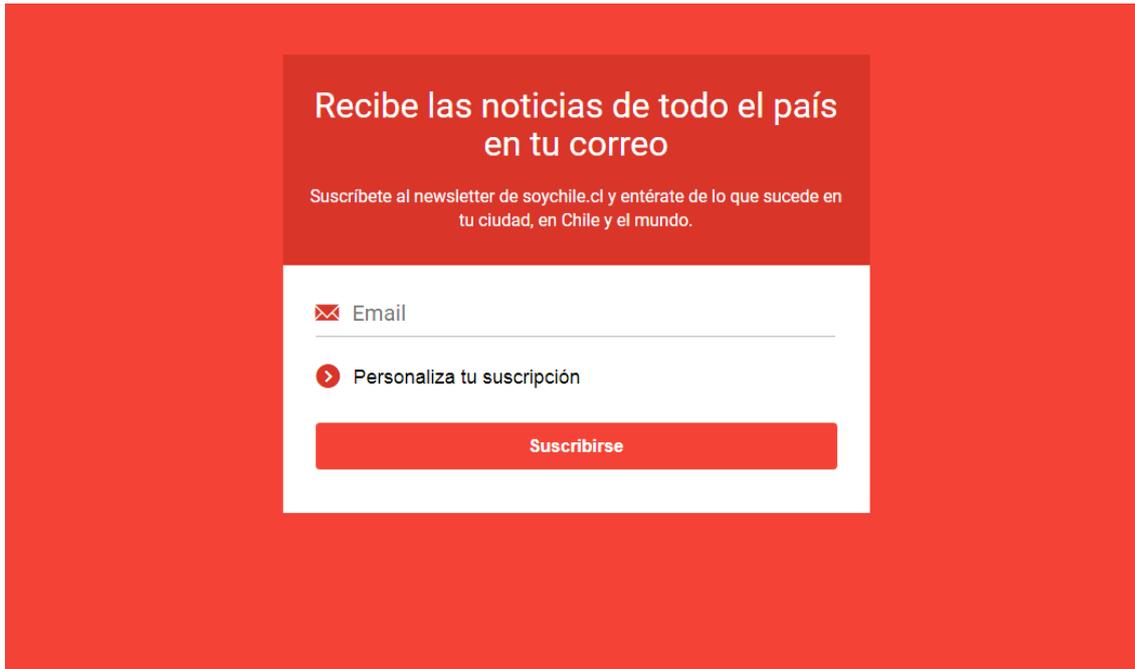
Captura 20. **Subindicador** Publicaciones Generadas por Usuarios correspondiente al segundo **indicador** Contenidos Generados por Usuarios de la **dimensión** Interactividad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 23. Subindicador Navegación Constante correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 24. Subindicador Mapa Web correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 25. **Subindicador** Alerta y boletín electrónico correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 26. **Subindicador** Páginas de Resultados correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 27. **Subindicador** Localización correspondiente el **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile



Captura 28. **Subindicador** Actualización correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

The screenshot shows the website 'estrellaarica' with a blue header and a brown navigation bar. The main article is titled 'Arica: Habrán 25 mil juguetes para regalar esta Navidad' (Arica: There will be 25,000 toys to give this Christmas). The article text states: '10:15 La Municipalidad los entregará a organizaciones sociales' (10:15 The Municipality will deliver them to social organizations). Below the text is a photo of various toys like Minions and Barbie. A sidebar on the right titled 'LAS MÁS LEÍDAS' lists several articles with their respective thumbnails and titles, such as '5h Hombre fue acorillado esta madrugada en pleno centro de Arica' and 'Ayer Admisión Escolar: 88% de los estudiantes de la región quedó en su primera preferencia'. At the bottom of the sidebar, there is a 'DESCUBRE CÓMO' button and a 'ProVidaAFP' logo.

Captura 29. **Subindicador** Ordenación Adaptativa correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

This screenshot shows the same website 'estrellaarica' but with a different main article: 'Ayer Un total de 5.580 estudiantes postularon en los niveles de Pre-Kinder, Kinder, 1° básico, 7° básico y 1° medio en Arica y Parinacota, un 94% quedó dentro de sus 3 primeras preferencias.' (Yesterday a total of 5,580 students applied in the levels of Pre-Kindergarten, Kindergarten, 1st basic, 7th basic and 1st medium in Arica and Parinacota, 94% remained within their top 3 preferences). The article includes a photo of a group of students in school uniforms. A social media sharing bar is visible below the article, with icons for WhatsApp, Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, and Print. The sidebar on the right is similar to the previous screenshot, but the 'DESCUBRE CÓMO' button is replaced by a large advertisement for 'Softland' with the text '#yo recomiendo softland' and 'SÓLO POR NOVIEMBRE 3 PRIMEROS MESES GRATIS'. The 'ProVidaAFP' logo is also present at the bottom of the sidebar.

Captura 30. **Subindicador** Difundir con Redes Externas correspondiente al **indicador** Buscabilidad y Navegación de la **dimensión** Buscabilidad en el sitio web del diario La Estrella de Arica-Chile

