

## **Origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador**

### **Origin and evolution of digital media in the north of the Ecuador**

Luján González Portela – Universidad Particular de Loja [lujan@utpl.edu.ec](mailto:lujan@utpl.edu.ec)

Nancy Ulloa Erazo - Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra  
(Ecuador) - [nulloa@pucesi.edu.ec](mailto:nulloa@pucesi.edu.ec)

Viviana Galarza Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra  
(Ecuador) - [vngalarza@pucesi.edu.ec](mailto:vngalarza@pucesi.edu.ec)

#### **Resumen**

El presente artículo investiga el surgimiento de los medios digitales para reconocer los procesos históricos de la inserción de las TIC en las sociedades tradicionales de Imbabura y Carchi, ubicadas al norte de Ecuador. Para este estudio se empleó una metodología mixta de investigación con el uso de técnicas como la observación directa, registro de contenidos cualitativos y cuantitativos, entrevistas semiestructuradas y datos estadísticos, lo cual permite realizar un análisis contextual de las nuevas formas de comunicación y los modelos de difusión de la información. La comunicación digital tanto en Imbabura como en Carchi está poco desarrollada, lo cual se hace visible en los datos obtenidos de 17 medios tradicionales y seis medios nativos digitales, donde se evidencia la transformación de los medios de comunicación desde su origen hasta la actualidad. El surgimiento de los medios digitales configura nuevas tendencias históricas, culturales y sociales; así como, la dinamización de los medios de comunicación y su proyección en la comunidad.

**Palabras claves:** Medios digitales, medios de comunicación tradicionales, nativos digitales

## Abstract

This article investigates the emergence of digital media to recognize the historical processes of the inclusion of ICT in the traditional societies of Imbabura and Carchi, located to the North of Ecuador. This study used a mixed research methodology with the use of techniques such as direct observation, qualitative and quantitative content, semi-structured interviews and statistical data, which allows a contextual analysis of the new forms of communication and information dissemination models. Digital communication both in Imbabura and Carchi is little developed, which becomes visible in the data obtained from 17 traditional media and six media digital natives, where there is evidence of the transformation of the media since its inception until now. The emergence of digital media set new trends, historical, cultural, and social; as well as, the promotion of the media and its projection in the community.

**Key words:** Digital media, traditional media, digital natives.

## 1. Introducción

La investigación sobre el origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador se desarrolla con el objetivo de recoger y marcar los hitos históricos de la digitalización de la comunicación, además de brindar un aporte valorativo de los hechos e interpretación contextualizada sobre la casi obligada transformación de los medios informativos de las provincias de Imbabura y Carchi.

Según Gonzales et al. (2012, p. 3), “existen pocos instrumentos de análisis adecuados para dar cuenta de nuestro pasado”, lo cual refiere la necesidad de realizar trabajos que puedan ser un registro de las transformaciones sociales y culturales; y permitan entender el presente para proyectar el futuro.

## 2. La comunicación digital desde su modelo teórico

Se puede decir que la comunicación es un proceso dinámico, inevitable, irreversible y bidireccional; que hoy se fusiona con el Internet, una nueva

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

herramienta que permite compartir mensajes y atraer la atención de quienes los reciben.

De Moragas (2011), manifiesta que el internet transformó los antiguos paradigmas de la comunicación, referidos a los *mass media*. Todas las teorías tradicionales están siendo reemplazadas de acuerdo a las exigencias de la comunicación digital moderna.

Los primeros paradigmas señalaron incuestionablemente, la dirección emisor receptor (izquierda a derecha) de su línea descriptiva. Por el contrario, los nuevos modelos indican la importancia de la comunicación inversa, la que se dirige del receptor al emisor.

Como consecuencia de la comunicación digital no solo se produce la transformación de las formas de difusión y con ella, la creación de nuevos espacios locales y globales. Sino que también se produce una nueva forma de almacenamiento y de recuperación automática de los contenidos por parte de los receptores (De Moragas, 2011).

Sin embargo, estos nuevos cambios en el mundo de la comunicación han traído algunas consecuencias como:

- Los controles políticos y económicos que se anteponian a la difusión de contenidos, aspectos que se han trasladado ahora a las puertas del acceso a la información.
- El libre acceso tiende a quedar relegado a los productos de la industria cultural masiva, a la información social o a la información promocional de interés para los emisores. Es decir, se tiende a ofrecer gratuitamente aquello que interesa emitir a los emisores y a hacer pagar peaje para recibir aquello que interesa a los receptores.
- Las instituciones políticas, económicas y sociales (gobiernos, operadoras de telecomunicaciones, entidades financieras, empresas, etc.); movimientos sociales (ONG, sociedades culturales, clubes deportivos, iglesias, universidades), se insertaron en la plataforma digital donde controlan y publican la información o servicios que brindan a sus usuarios.

# La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

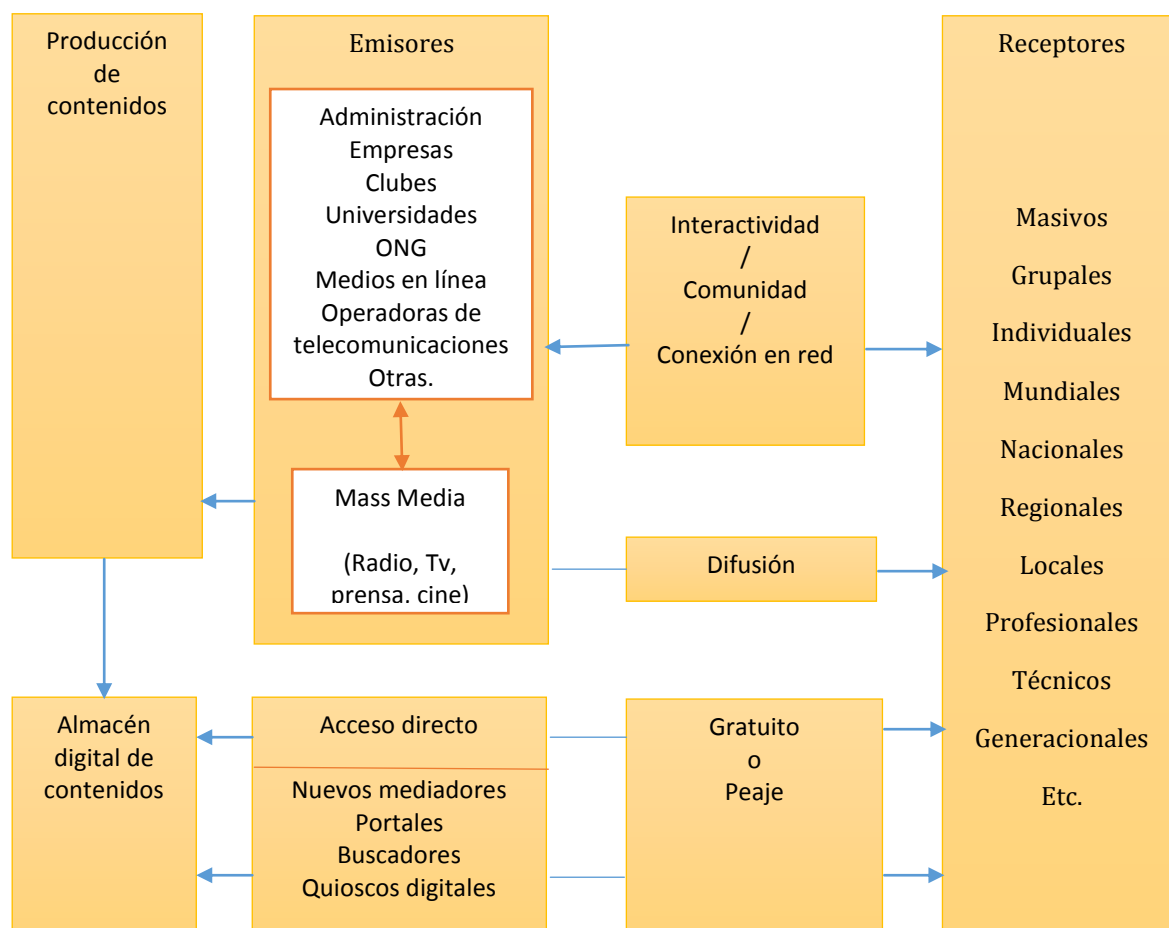
Universidad de La Laguna – abril de 2016

- La comunicación de masas es ahora substituida por lo que se puede denominar <<personalización en masas>>, es decir, la posibilidad de facilitar la información personalizada (en contenido, pero también en tiempo y lugar de consumo) a un número masivo de personas.

El internet determina importantes cambios sociales creando nuevos espacios y formas de comunidad en el ciberespacio.

En los últimos 10 años la comunicación sufrió cambios radicales generados principalmente por la llegada de internet, la telefonía móvil, entre otros aparatos que permitieron la integración de la tecnología con la comunicación.

Gráfico 1. Componentes y direccionalidades del modelo de comunicación digital



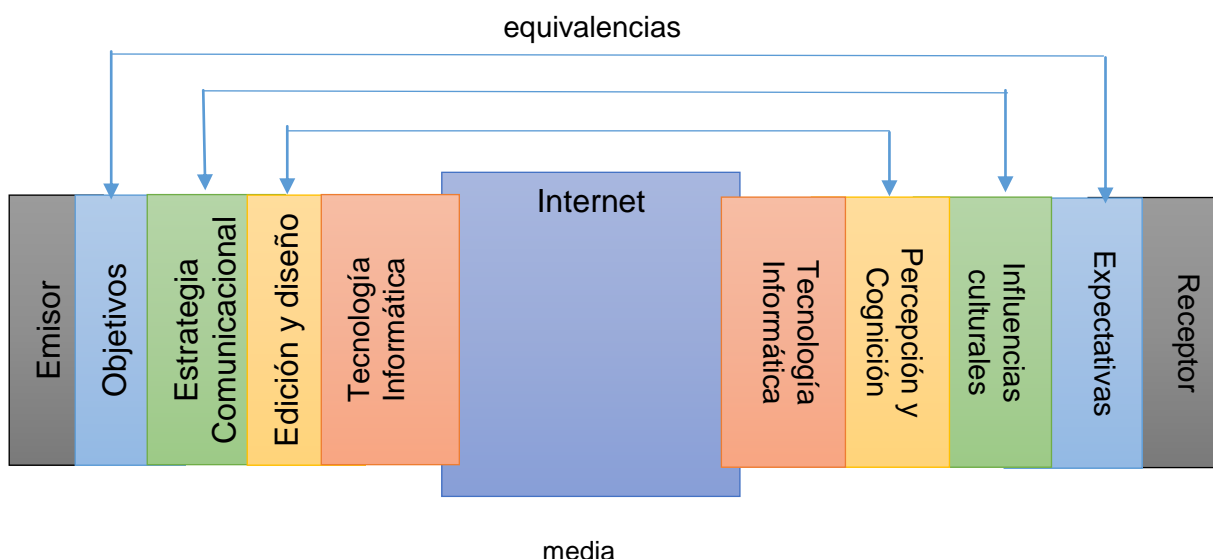
**Fuente:** Extraído del libro: Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Autor: Miquel de Moragas Spá (2011). Elaboración propia.

# La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Cantú (2013) muestra otro modelo de comunicación digital desarrollado por Kahn y Lenk, en el año 2001; el mismo que transporta al individuo de un espacio físico a otro, por medio de Internet. En este caso, el emisor es quien crea objetivos y estrategias comunicacionales, edita y diseña la información que quiere transmitir utilizando un computador u otras herramientas de la informática. La persona que crea el mensaje debe tener conocimiento en el área digital, debe ser creativo e innovador, además de conocer a su público objetivo o consumidores que también se encuentran conectados a la red de redes y buscan información confiable.

**Gráfico 2:** Modelo de comunicación Kahn y Lenk (2001)



**Fuente:** Información compartida por Jorge Cantú (2013). Guión Multimedia. Instituto Arcos. Elaboración propia.

## 2.1. La convergencia digital de la comunicación

El surgimiento de las plataformas de comunicación digital permitió la migración de los *mass media* tradicionales de tecnologías analógicas para las digitales (Cardoso, 2011). Internet, móviles y tecnología SMS, permitieron la constitución de un número cada vez mayor de interconexiones.

Para Cantú (2013), la convergencia de medios no implica el reemplazo o la fusión de los medios antiguos, más bien, con la nueva tecnología se obtiene su transformación y creación de nuevos medios.

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

La llegada de las tecnologías digitales causó un profundo efecto en los sistemas y procesos tradicionales del periodismo. Algunos de esos cambios beneficiaron a las organizaciones periodísticas, agilizaron y simplificaron los procesos de producción.

Actualmente, la tecnología móvil permite la concentración de audio, video, imágenes, gráficos, internet, datos, voz, georeferencia en un solo aparato, entregando al usuario conectividad, interacción e inmediatez.

No obstante, con la invasión de internet y el desarrollo de las telecomunicaciones, la palabra convergencia ganó cada vez mayor protagonismo.

Salaverría (s.f.) menciona cuatro dimensiones principales de la convergencia de medios, que se resumen en:

- a) **Convergencia tecnológica.** Se refiere a la evolución de las herramientas de trabajo periodístico. Se puede mencionar algunos instrumentos como las mini cámaras, grabadoras digitales, entre otros dispositivos móviles y aplicaciones que son utilizadas indistintamente por periodistas de medios impresos, audiovisuales y de internet.

La convergencia periodística en la esfera tecnológica bien podría expresarse con un sinónimo: multiplataforma.

- b) **Convergencia empresarial.** Las empresas periodísticas tampoco han estado ajenas a esta tendencia hacia la diversificación. Han ampliado su presencia en todo tipo de medios y plataformas, extendiendo sus intereses empresariales a todas las fases del proceso productivo, desde la elaboración hasta la distribución y comercialización.

- c) **Convergencia profesional.** Los profesionales de la comunicación también están sometidos a varios procesos de convergencia sobre todo en cambios de sus formas de trabajo, responsabilidades y en la definición de los perfiles laborales. A todo esto, se lo expresa con la palabra: polivalencia.

- d) **Convergencia de contenidos.** Los cibermedios exigen dominar tanto la narrativa escrita como la audiovisual (multimedialidad), al tiempo que es preciso enriquecer ambas con las posibilidades hipertextuales e interactivas propias de la red.

## 2.2. Los medios digitales de comunicación y su concepción teórica

De manera general, los medios digitales de comunicación se definen como los canales o medios que ocupan un espacio en la red de redes; y que permiten compartir: texto, audio, video y fotografías.

Calvo (1995:38) afirma que son publicaciones económicas, versátiles y ecológicas que se publican instantáneamente, permiten hiperlecturas (o hipervínculos), fusionan lo impreso y lo audiovisual, y son, en muchos casos, interactivas.

Por otra parte Tapscott (1997: 95) plantea que todos los medios se pueden transformar y comunicar, creando de esta manera los nuevos medios, basados en la digitalización.

Estos conceptos plantean características específicas de este tipo de medios como la multimedialidad, hipertextualidad, actualización e interactividad, mismas que llegan a ser indispensables para el manejo de lo que ha llegado a conocerse como los “cibermedios”.

### 2.2.1. Tipos de cibermedios

Es importante tener claro la definición de cada uno de los tipos de cibermedios para poder analizar su historia.

Según Mariano Cebrián (2009), catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, pueden diferenciarse tres tipos de cibermedios por su procedencia u origen:

- a) Cibermedios matriciales. Son los presentes en Internet cuyo origen se inicia previamente en papel como la prensa o mediante difusión electrónica como la radio y la televisión. Desarrollan una evolución desde su matriz hasta la plena adecuación a Internet.

b) **Cibermedios nativos.** Son los nacidos dentro de Internet sin referencia matricial alguna. Sin embargo, en la concepción de la primera etapa se aprecia un predominio de la mentalidad de los medios tradicionales y pasan por un proceso de mestizaje hasta que poco a poco van adquiriendo sus características específicas.

c) **Cibermedios sociales.** Es un paso adelante en las comunicaciones en Red; representan la comunicación directa entre miembros de la sociedad civil, grupos de personas afines que establecen un diálogo o intercambio entre ellos independientemente de las empresas que controlan los medios tradicionales y los cibermedios (p.16).

### **2.3. Del periodismo tradicional al periodismo digital**

La transformación de los vínculos comunicativos que trajo consigo el internet y las comunidades virtuales, hicieron evidente una gran falencia del periodismo tradicional, en el cual se marcaba una relación unidireccional con su público; con poca interacción y conocimiento del mismo.

De esta manera, cuando el periodismo se aloja en la red, se observa la necesidad de combinar varios elementos multimedia y características que responden a la inmediatez, omnipresencia y acceso global a la información.

Este nuevo periodismo logró conquistar una audiencia de millones de personas en poco tiempo. Ha despertado un gran interés en el usuario, con tan solo saber que ya no tiene que esperar varias horas para que llegue a sus manos una noticia o fijarse un horario para mirar un programa de televisión.

Según Briseño et al. (2014 ): “el mundo digital le ha permitido al periodismo crear una nueva ventana de comunicación, rompiendo las barreras comunicacionales. Incorpora las características importantes de los medios tradicionales para dar un impulso nuevo a su labor” (párr. 11).

Ramón Salaverría, del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Universidad de Navarra (como se cita en Briseño et al, 2014) comenta que “Internet es un metamedio que aglutina el audio, el texto y las imágenes.



## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva” (párr. 12).

En este marco, surge el análisis sobre el periodismo tradicional y digital como opuestos o complementarios.

Sobre esto, Eliana Álvarez (2011), coordinadora de contenidos Corporación Colombia Digital, expresa:

En las redacciones de los diarios el sonido de la vieja máquina de escribir, el olor a tinta y papel se fue desapareciendo con la revolución tecnológica, y aunque el Internet se ha convertido en una herramienta indispensable, solucionando problemas de distancias y acceso de información, de otro lado, está desplazando ese periodismo de campo que se imprime en crónicas, reportajes, perfiles y entrevistas propias del oficio.

Las consecuencias de la popularidad de la tecnología, de cierta manera, obligan a los periodistas a ser más rápidos que certeros, ya que la actualización de noticias e informaciones de interés general que se publican en los sitios web se realiza casi minuto a minuto, a razón de mantener mayor número de usuarios y seguidores (párr. 5-6).

De esta manera, nace el renovado: Periodismo Digital, en el que se han introducido nuevos conceptos como Cibermedios, lenguaje multimedia, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

En el caso de la interactividad, los nuevos medios promueven la participación de los ciudadanos del común, convirtiéndolos en reporteros improvisados al enviar sus contenidos audiovisuales a medios de comunicación. Y a pesar de que la idea, es generar una mayor participación de los usuarios en estas redes y portales, no se debe olvidar que el verdadero objetivo de contar una noticia va más allá de una simple difusión.

Pero a pesar de las opiniones a favor y en contra del periodismo tradicional y el periodismo digital, es innegable afirmar que la tecnología transformó la sociedad.

# La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Así, se presenta un resumen comparativo de estos dos tipos de periodismo.

**Tabla 1:** Comparación entre periodismo tradicional y periodismo digital

PERIODISMO TRADICIONAL	PERIODISMO DIGITAL
*Los textos de la prensa tienen más volumen de contenido.	*El contenido en los portales web es preciso, interactivo y actualizado.
*Los periodistas trabajan como reporteros en el campo de acción donde se genera la noticia, acuden directamente a las fuentes.	*Debido a la inmediatez del medio, algunos portales trabajan en alianza con agencias de noticias. No hay casi trabajo de campo, la información generalmente se halla en la red.
*La información divulgada, en el caso de la prensa, pierde actualización debido a su distribución después de la noticia.	*Divulgación de la información más rápida, a través de redes sociales y actualización de los sitios web.
*Publicación de crónicas, reportajes, perfiles, entrevistas. La información intenta atraer al lector a través de recursos literarios.	*El contenido es más informativo y directo, a fin de destacar en la noticia lo más importante. Los títulos son cortos y específicos.
*Los textos van acompañados de un número limitado de fotografías e imágenes, debido a la diagramación.	*Multimedialidad de los contenidos mediante galería de videos e imágenes.

**Fuente:** Información compartida por Eliana Álvarez (2011). Coordinadora de contenidos Colombia Digital.

## 2.4. Origen de los cibermedios en el mundo

El nacimiento de los medios digitales de comunicación parte, en primera instancia de los cibermedios matriciales, por lo que es importante estudiar su surgimiento de acuerdo a su tipificación tradicional:

El informe emitido por Rivera (2012) permite recordar la etapa de evolución de cada uno de los medios de comunicación: impresos, radiales y televisivos. Cómo estos medios iniciaron su trabajo en la Web 2.0, y se sumergieron en la era de la información digital, en el ciberespacio.

### a) Periódico online

La historia de la prensa en Internet es muy breve. Los primeros periódicos empezaron a mostrarse en la Red a principios de 1994, como el Daily

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Telegraph, con su edición digital Electronic Telegraph, en Inglaterra o el San José Mercury News de Estados Unidos (Bonvin, 2007).

En ese mismo año, el 7 de noviembre de 1994, el diario español El País, emite un titular: “Dos diarios prueban sus ediciones informáticas”. España dio los primeros pasos en Internet con la llamada Infovía, impulsada por la compañía telefónica nacional.

A partir de 1998, empiezan a editarse los primeros medios exclusivamente digitales.

Uno de los grandes medios en Estados Unidos, The Washington Post, a inicios de 1995, dio sus primeros pasos en internet. Trabajó con la compañía Digital Ink, la cual administró sus servicios de información electrónica. En 1996, este sitio web es consultado desde los más remotos países del mundo, para acceder a las primeras informaciones noticiosas en la red (Rivera, 2012).

En poco tiempo los cybermedios alcanzaron una gran masificación, a tal punto que un 79 % de los diarios del mundo ya poseen ediciones electrónicas.

En la actualidad, se le denomina también “periodismo electrónico” que se le atribuye cuando el Internet no constituyó un nuevo medio, sino que funcionó como soporte de los contenidos previamente editados en papel. Luego, se le da el nombre de “periodismo digital”, cuando al Internet se lo mira como un medio y los periódicos digitales han desarrollado sus propias características y su propio lenguaje. Hoy ya se escucha el término “periodismo digital multimedia”, donde se incorpora en una sola plataforma el texto, audio y video (Bonvin, 2007).

Así, Navarro (2002) menciona que cada vez son más los periódicos que deciden dar el paso al ciberespacio sin abandonar la edición impresa. De igual manera, Alejandro Ávila en el prólogo del libro El Ocaso del Periodismo asegura que los periódicos como hoy los conocemos, en formato tabloide e impresos quedarán relegados para los países del mal llamado Tercer Mundo (en M. Albertos, 1997: 14).

Por su parte, el director de Corriere della Sera, Ferruccio de Bortoli (Zavala, 1999:3) (como se cita en Navarro, 2002) advierte que:

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Los medios de comunicación tradicionales se enfrentan a un proceso de revisión y deberán someterse a la competencia de la información online de que la prensa podrá salir adelante pese al poderío de las nuevas tecnologías en la era digital: Los periódicos mantendrán su protagonismo, porque existen desde hace muchos años y no son cosa de la historia (pp. 323-324).

### b) Radio online

Las empresas de comunicación radial también viven la convergencia tecnológica, periodística, económica y social que ha provocado la nueva tecnología. Es por esto que en poco tiempo todos los medios, entre ellos la radio se ha insertado en la plataforma digital y en la web 2.0 y otros están naciendo de allí.

Para Cebrián (2002. p. 29), la radio como tal ha pasado por tres generaciones:

- La ampliación de cobertura territorial y por la incorporación de contenidos.
- Introducción de los transistores, la FM, la estereofonía y el magnetófono.
- El cambio de lo analógico a lo digital.

La radio ha logrado adaptarse rápidamente a la nueva era digital, en la cual también debe cumplir con las principales características de interactividad, accesibilidad, multimedialidad e hipertextualidad.

De manera general se conoce que La primera "estación de radio" por Internet (online), "Internet Talk Radio", fue desarrollada por Carl Malumud en 1993 en EE.UU. Malumud, comenzó la estación de radio produciendo programas de voz y distribuyéndolos por Internet con lo cual pretendía alcanzar a 14 millones de personas en 106 países.

En 1994, la voz de América se convirtió en la primera gran organización de noticias en difundir su programación continuamente en Internet. KJHK 90.7FM en Lorenzo, Kansas, comenzó a transmitir en vivo el 3 de diciembre de 1994.

Esta fue la primera estación de radio en mantener una señal continua en Internet. Este hecho ha sido constatado por la asociación nacional de Broadcasters, Sports Illustrated y CNN.

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Pero hasta ese momento, no se podían realizar transmisiones en vivo por internet, lo cual cambia con la difusión del software Real Audio, el que permitió que 1995 fuera el año en el que la radio por Internet despegó con fuerza.

En 1997 fue creado el primer canal de radio en Internet de mujeres con el nombre de Amazon City Radio. Y dos años más tarde iniciaron transmisiones por la red una de las primeras estaciones universitarias, CFXU de la universidad St. Francis Xavier ubicada en Antigonish, Nueva Escocia; siendo este el inicio de la radio online especializada.

En marzo de 1996 la Agencia Informativa Púlsar, una iniciativa apoyada por Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y el Centro de Educación Popular (CEDEP) de Ecuador, empezó a ofrecer un resumen diario de noticias por Internet a 48 radios comunitarias e independientes de América Latina. Hoy en día la agencia cuenta con cinco servicios y más de 750 suscriptores en 46 países.

Cebrián afirma que la “ciberradio” supera la difusión y participación tradicional para experimentar un dialogo entre los usuarios. Con la ciberradio ya no se habla de una audiencia pasiva sino de usuarios internautas, que entran en contacto directo con el contenido del radio y ejercen operaciones efectivas y enriquecedoras (González, 2009).

### c) Televisión online

La televisión por internet tuvo que seguir un camino más duro que el de los otros tipos de medios, debido en especial, a obstáculos de carácter técnico como el ancho de banda de la red y el peso del material audiovisual.

Según Jonatan Sark (2015), escritor de la revista digital “Sabemos”, en los años noventa encontrar videos integrados era poco habitual, hasta 1995, año en el que tuvo lugar la primera emisión de una serie creada para internet, The Spot, con la idea de ser el inicio de un canal propio para internet.

En 2003 Microsoft lanza Weird TV 2000 y en 2004 se crea Rocketboom, una de las primeras webs de vídeos creada como medio satírico aprovechando las elecciones de ese año.

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

Si bien en el 2004 nace la página VIMEO, como un sistema profesional de publicación de videos en internet, es en febrero de 2005, cuando tres programadores que trabajaban para PayPal: Hurley, Chen y Karim, concibieron la posibilidad de abrir un espacio en la red que permitiera a cualquier usuario almacenar y difundir vídeos a través de Internet: YouTube (Rodríguez, 2010).

Este sistema, no solo ofrece vídeos sino, además, permite que los usuarios puedan subir material audiovisual para la web. “La simplificación del asunto, que se veía reducido a grabar algo y subirlo a la web, supuso una revolución en varias direcciones a la vez” (SARK, 2015, párr. 9).

Hoy, Internet permite crear o innovar un canal de televisión; esto se lo puede lograr con un coste mínimo a diferencia de la televisión tradicional.

En internet, el usuario puede programarse su parrilla televisiva al gusto personal. Octavio Islas (como se cita en Ruano, 2013) en palabras de Batsy Frank, vicepresidenta ejecutiva de investigación y planificación de MTV Networks, manifiesta que “se trata de un público que desea hacer su propia programación” (p. 6).

El satélite e Internet han decidido los nuevos usos de la televisión: ahora el espectador elige lo que ve, cómo y lo que desea. Internet posibilita la interactividad, y la televisión se convierte en contenido de Internet (Rodríguez, 2010).

La televisión en Internet ofrece otras posibilidades fundamentales, primero la gran variedad de información (muchos canales), y por otro lo más interesante, la naturaleza interactiva que permite participar, intercambiar y modificar la información. El espectador medio de la televisión convencional ha pasado a ser creador y consumidor -prosumer.

### **2.5. Los medios digitales en el Ecuador**

A la par que en el resto del mundo, en 1994 Ecuador inicia su paso hacia el periodismo digital, con la página web establecida por Diario Hoy.

El Subdirector de información de diario Hoy, Diego Araujo (como se cita en Rivera, 2012) menciona que: “este diario es el primer medio de Sudamérica que tuvo el periódico en línea” (p.14).

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

La empresa Servidatos, parte del grupo Hoy, creó un sitio web y ofreció una versión gráfica de la primera página del diario, incluyendo información adicional de un suplemento llamado “La Epopeya del Cenepa”.

Según el blog Cobertura Digital, de Christian Espinoza (como se cita en Rivera, 2012) otro de los pioneros en la red es diario El Comercio. Espinoza contó que: “en 1996 su página principal fue una nota escaneada de la edición impresa, con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones” (p.14).

Para 1999, El Comercio contó con una edición digital más parecida a la de papel. Continuó siendo plana pero mejor organizada. En el 2000, incorporó un menú de navegación y banners, tuvo el servicio de titulares al e-mail; y para 2001, concluyó una sección de instantaneidad llamada “Lo último” y una sección especial de la versión digital para migrantes; apareciendo una opción para ver archivos en forma manual y secciones propias de entretenimiento (Rivera, 2012).

Esta evolución se estancó hasta el 2005, año en que se incorporaron audios y multimedia, como un primer intento de convergencia con radio Quito.

Por otro lado, se menciona que en la versión digital de los medios impresos, la información no es editada para formato web. Se afirma que existen casos excepcionales donde se hace esto, pero, por regla, lo que sale en el impreso se publica textualmente en el medio digital (Rivera, 2012).

Diario El Universo está en internet desde 1997. Históricamente, según la página web Alexa.com, es uno de los medios más visitados. Inició con una página diseñada en tablas HTML, gráficos fijos de baja calidad y en la cabecera integró un menú lateral con enlaces a sus secciones. En la página principal presentó solo una noticia sin foto, un editorial en la derecha y el menú en la izquierda, no tuvo opciones de contactos ni datos del medio.

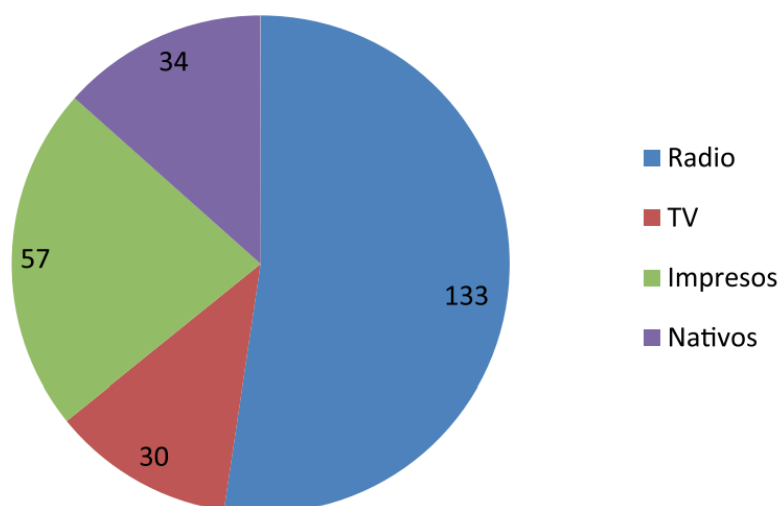
Después de algunas adaptaciones web, principalmente en su estructura, en el 2008 realizaron un rediseño que les permitió organizar la información de mejor manera e integrar algunas herramientas, especialmente redes sociales. El Comercio había superado los problemas de trabajo en red con otros navegadores como Chrome o Firefox (Rivera, 2012).

En 1998, diario La Hora aparece en la web. Presentó un sitio con tablas HTML, buena distribución de secciones en la portada, fotos de baja calidad y un fondo con el logotipo del medio; permitió una navegación simple hacia sus contenidos. Los diarios Expreso y Extra nacieron en el 2007 con sus respectivos dominios de internet (Rivera, 2012).

En cuanto a la radio en Internet registra su origen en 2006 con Radio Play Internacional, estación nativa de la red que, en el primer año de funcionamiento, tuvo 180 mil visitas. En 2012, se contabilizaban ya 94 estaciones, de las cuales 80 pertenecían a emisoras de antena AM o FM, y 14 eran nativas de la red (Yaguana, 2013).

**Gráfico 3.** Distribución de los medios digitales en el Ecuador

### Medios por procedencia



Fuente: Rivera , J. (2012). Mapa de Medios Digitales del Ecuador. Quito: CIESPAL. Obtenido de: [http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/MapaMediosCIESPAL\\_2012.pdf](http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/MapaMediosCIESPAL_2012.pdf)

### 3. METODOLOGÍA

La presente investigación histórica sobre el origen y evolución de los medios digitales de comunicación en Carchi e Imbabura, se define como un estudio de tipo exploratorio-descriptivo en la cual se empleó una metodología mixta. Para ello se han utilizado instrumentos cualitativos y cuantitativos, los mismos que se complementan para analizar la información obtenida.



# La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

## 3.1. Métodos cualitativos.

Para este trabajo de investigación se emplearon las siguientes técnicas cualitativas:

- Investigación bibliográfica física y digital con la cual se obtuvieron los datos históricos sobre la evolución de los medios digitales.
- Observación directa como herramienta indispensable para el diagnóstico realizado, que se ejecutó a través de fichas que determinaron: la constatación de fechas de evolución así como el estado de los medios digitales de Imbabura y Carchi.
- Entrevistas estructuradas a los protagonistas históricos de la evolución de los medios digitales de comunicación.

## 3.2. Métodos cuantitativos.

Los métodos cuantitativos dentro de la investigación fueron utilizados en tres análisis específicos.

- Análisis numérico y porcentual de los medios de comunicación digitales del Ecuador y, en especial, de las provincias de Carchi e Imbabura.

## 3.3. Determinación de la población de estudio.

Se toma como base el territorio geográfico de las provincias de Imbabura y Carchi, para luego centrarse en los medios digitales de comunicación de estas dos provincias.

Para ello se acudió como base principal de la investigación de campo a los medios de comunicación más representativos y con gran influencia en ambas provincias. Se tomó en cuenta a 17 medios matriciales y seis medios nativos digitales.

## La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

**Tabla 2:** Medios de comunicación en Imbabura y Carchi

Nº	Medio de comunicación en Imbabura	Entrevista a	Ubicación
1	Diario <i>La Hora</i>	David Torres	Ibarra
2	Diario <i>El Norte</i>	Ricardo Cifuentes	Ibarra
3	Ex Diario <i>La Verdad</i>	Édison Cabrera	Ibarra
4	Radio Alborada	Fernando Beltrán	Otavaló
5	Radio Los Lagos	Fernando Bravo	Ibarra
6	Radio Vocu	Gladys Potosí	Ibarra
7	FM Ritmo	Silvio Morán	Ibarra
8	Radio Exa	Alfonsina Terán	Ibarra
9	Radio Ecos Culturales de Urcuquí	Efrén Dueñas	Urcuquí
10	Radio Municipal de Ibarra	Irina Chávez	Ibarra
11	TVN canal	Gabriela Garcés / Fabricio Rosero	Ibarra
12	Ibarraestodo.com	Paúl Barahona	Ibarra
13	Onlyforyoung	Rodolfo Alarcón	Ibarra
14	PUCE-SI net	Nancy Ulloa / Fernando Chalá	Ibarra
15	R. M. M. Tv online	Raúl Mora Mediavilla	Otavaló
16	De Adentro	Wilson Proaño	Cotacachi
Nº	Medios de comunicación en Carchi	Entrevista a	Ubicación
1	Diario <i>La Nación</i>	Yaco Martínez	Tulcán
2	Interdiario <i>La Prensa</i>	Lucy Jiménez	Tulcán
3	Radio Tropicana HD	Iván Chingal	Tulcán
4	Radio América Tulcán	Geovanny Muñoz	Tulcán
5	Radio Ondas Carchenses y Radio Tulcán	Vicente Almeida	Tulcán
6	Nortvisión	Iván Mejía	Tulcán
7	Tulcán Online	Edwin Sánchez	Tulcán

**Fuente:** Elaboración propia.

Con la información obtenida, se procedió a analizar e interpretar épocas, lugares y acontecimientos que suscitaron a partir de los años 90 hasta la actualidad, ya con la consolidación del Internet como un nuevo medio de comunicación público.

## 4. Resultados

### 4.1. Historia de los medios digitales en Imbabura y Carchi

A partir del posicionamiento de internet y las redes sociales en las actividades de los imbabureños y carchenses, los medios de comunicación de estas provincias intentan aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para mejorar su trabajo periodístico.

Inicia el siglo XXI, y varios medios de comunicación: prensa, radio y televisión experimentaron sus primeras páginas web con características muy básicas que no se ajustaron a las exigencias de sus usuarios. Sin embargo, tuvieron que hacer una fuerte inversión económica para hoy poseer equipos de última tecnología, profesionales y una adecuada infraestructura al alcance de la comunidad.

El editor web de diario El Norte Ricardo Cifuentes (2014), afirmó que el inicio del periodismo digital en Imbabura fue a mediados del 2011, año en el cual se empezaron a utilizar las redes sociales para compartir información a sus seguidores de Imbabura y Carchi.

Un dato que registró Twitter, es que en el año 2011, un quiteño envió el primer tweet del país desde la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura.

Según el director de Nortvisión Jorge Mejía (2013), “los medios de comunicación en la provincia del Carchi usaron Twitter para difundir información sobre el contrabando de combustible en el norte del país”.

Los ciudadanos se informaron por este medio, sobre las preocupaciones de la gente, denuncias y sugerencias principalmente en temas de conflictos sociales, enfrentamientos militares, policiales y de la opinión de las autoridades de turno. Si bien estas dos provincias se ubican, geográficamente, contiguas, cada una ha tenido procesos propios de desarrollo en cuanto a sus medios de comunicación digitales, por lo que se expone el origen y evolución de los medios digitales en cada provincia.

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

### **4.2. En Imbabura:**

El surgimiento de los medios digitales en Imbabura se registra a partir de 1998, con la inserción de la página web del Diario La Hora que es administrado desde su matriz en Quito. Pero las noticias de Imbabura, Carchi, y otras provincias del Ecuador ya empezaron a publicarse en la Web.

Diario El Norte fue el primer medio de comunicación regional que creó su propia página web, en el año 2003; se insertó en Internet con una página obsoleta, donde solo se podían subir de tres a cinco noticias diarias. El trabajo digital del medio lo inició la empresa Invanet, proveedor de internet y asesoría técnica.

En el 2009, se creó La Verdad online, tomando en cuenta tres objetivos importantes: rediseñar y fortalecer la imagen del medio tradicional, captar nuevos públicos y tener contacto directo con los lectores.

De igual manera, según la investigación aplicada en Imbabura, las radios empezaron a implantarse en la red desde el año 2004.

Alborada 90.3 FM, inicia con la transmisión de radio online (real audio) en una página donde no se puede colocar ningún contenido extra que informe a sus seguidores. Sin conexión a redes sociales.

En el año 2009, Radio Los Lagos creó un Blog, accesible y fácil de manejar. En este nuevo medio se puede encontrar: la radio en línea (24 horas), actualización constante de notas informativas sobre tecnología, enlaces a redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Google plus, Pinterest, Blog y el servicio de correo electrónico.

La primera transmisión de radio online fue en 2010. Vocu tiene un sitio web con una página principal y cinco secciones: Programa Noticias, Top Five, WebCam y Contactos. Está en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

En el 2011, FM Ritmo 103.5 apostó por el sistema online utilizando las herramientas Web 2.0, para que los radioescuchas puedan seguir su información desde cualquier parte del mundo.

En 2012, Radio Exa 93.9 FM inicia las transmisiones de sus programas por la página web, (real audio, cabina naranja en vivo, y chat interactivo); en ese

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

mismo año, son parte de Facebook, Twitter y actualmente de Instagram. Su diseño es netamente juvenil.

En esta época de cambios tecnológicos, radio Ecos Culturales de Urcuquí 1560 AM, logró posicionarse en el pueblo imbabureño y en el norte del país, cubriendo con sus ondas Imbabura, Carchi y el Norte de Pichincha. En el 2012, apareció en la red. Ecos Culturales brinda el servicio de radio online y redes sociales: Facebook y Twitter.

Radio la Voz de Imbabura 1050 AM y Romántica 89.9 FM son dos estaciones radiales administradas por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (GAD-I). Desde el 2012, transmiten su información vía online, a través de la página [ibarraenterate.gob.ec](http://ibarraenterate.gob.ec).

Por otra parte, TVN canal 9, medio tradicional se insertó en la plataforma digital en el año 2011, con el uso de la página web y redes sociales. Su medio online es un espejo del tradicional porque transmite la misma programación, vía streaming. Posee una página web completa, donde se publican noticias, audios, videos, fotografías, etc.

Desde el año 2005 aparecen los medios nativos digitales en Imbabura. [Ibarraestodo.com](http://ibarraestodo.com) fue el primer nuevo medio en red a disposición de la comunidad. Su página web tiene un diseño atractivo y dinámico. También brinda su servicio a través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Google plus y canal de YouTube.

En 2008, se consolida la idea de un grupo de jóvenes ibarreños “Onlyforyoung”. Fue el segundo medio nativo digital que apareció con una página web completa donde se exponen notas informativas, imágenes, videos, audios, que se conjugan con las redes sociales: Facebook, Twitter, Google plus y RSS.

Después se fueron desarrollando iniciativas principalmente en el ámbito educativo y nace PUCE-SI net, en el año 2011, a través de un semillero de investigación denominado Audio Kiosko. Radio online que hace sus transmisiones desde la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. En ese mismo año, a través de la página [Otavaloenvivo.com](http://Otavaloenvivo.com), se transmite R.M.M Televisión online. Y por último, DE ADENTRO incursiona como medio

## **La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)**

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

digital a partir del 5 de enero de 2013. Periódico online que comparte información relevante suscitada en la provincia de Imbabura especialmente en el cantón Cotacachi. Su página web es completa, interactiva y se mantiene actualizada constantemente.

### **4.3. En Carchi**

En la recopilación de datos en la provincia del Carchi se pudo analizar dos medios de comunicación impresos. Se inició con Diario La Nación, el cual publicó sus contenidos en Internet desde el año 2013.

Por otra parte, “Intermediario La Prensa”, otro periódico de esta provincia, en el 2014 dio sus primeros pasos en la comunicación digital al vincularse a la red social Facebook como herramienta para compartir información y generar un medio de interlocución con sus lectores.

La primera radio en Internet fue Radio Tropicana HD, desde el 2004 está en la web y redes sociales: Facebook y Twitter. Se puede escuchar en la página el real audio, donde se trasmite la misma programación del medio tradicional; además e visualizan notas sobre farándula y otras secciones.

Después la Cadena Radial América 89.7FM en Carchi, en el año 2009. Este medio cuenta con una programación y locución las 24 horas del día, con alcance mundial y sonido de alta definición HD para la web y aplicaciones móviles. Su página web está disponible desde 2009, transmitiendo en el sistema online información de Imbabura, Carchi, Quito y Guayaquil; cada frecuencia tiene la transmisión del real audio con la programación del medio tradicional respectivo. Además en la página se ubican enlaces a redes sociales: Facebook y Twitter; el reproductor de audio en vivo, América TV HD, contactos, plantilla de programación y coberturas, el enlace ciudadano, una galería fotográfica, publicidad interna y externa del medio, entre otros

Radio Ondas Carchenses AM 1250 y radio Tulcán FM 107.3, son dos estaciones radiales de gran audiencia en la provincia del Carchi, y parte del sur de Colombia. En 2010, aprovechando la tecnología Web 2.0 envían su señal a través de internet. No consideran necesario el manejo de redes sociales. No

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

obstante, poseen una cuenta en Twitter que solo es utilizada para los noticieros que se transmiten en el medio tradicional.

Nortvisión, el primer medio televisivo por cable en Carchi se introdujo a la plataforma digital en el año 2011. Nortvisión cuenta con un sitio web y redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, entre otros servicios que mantienen informados sus usuarios.

En la provincia del Carchi se encontró un medio de comunicación digital denominado Tulcán Online. Este portal web emite información completa y detallada de cada una de las parroquias y cantones de la provincia del Carchi: tradiciones, costumbres, cultura y progreso. En 2012, nace Tulcán Online con su página web y redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube y al servicio de correo electrónico.

Para visualizar mejor este recorrido histórico, se presenta una tabla que resume la información expuesta:

**Tabla 3:** Surgimiento de los medios digitales en las provincias de Imbabura y Carchi. Cronología desde los años 90 hasta la actualidad

Periódicos matriciales	
Años 90	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
Diario <i>La Hora</i> (1998)	X
Año 2000	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
Diario <i>El Norte</i> (2003)	X
Diario <i>La Verdad</i> (2009)	X
Actualidad	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi

# La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna - abril de 2016

X	Diario <i>La Nación</i> (2013)
X	Interdiario <i>La Prensa</i> (2014)
<b>Radios matriciales</b>	
<b>Años 90</b>	
<b>Provincia de Imbabura</b>	<b>Provincia del Carchi</b>
X	X
<b>Año 2000</b>	
<b>Provincia de Imbabura</b>	<b>Provincia del Carchi</b>
Radio Alborada 90.3 FM (2004)	Tropicana HD (2004)
Radio Los Lagos 102 FM Imbabura y 99.3 FM Carchi (2009)	Cadena Radial América - Carchi 89.7 FM (2009)
<b>Actualidad</b>	
<b>Provincia de Imbabura</b>	<b>Provincia del Carchi</b>
Radio Vocu 102.3 FM (2010)	Radio Ondas Carchenses AM 1250 y radio Tulcán FM 107.3 (2010)
FM Ritmo 103.5 (2011)	
Exa 93.9 FM (2012)	
Ecos Culturales de Urcuquí 1560 AM (2012)	
Radio La Voz de Imbabura 1050 AM y Radio Romántica 89.9 FM (2012)	
<b>Televisiones matriciales</b>	
<b>Años 90</b>	
<b>Provincia de Imbabura</b>	<b>Provincia del Carchi</b>
X	X
<b>Año 2000</b>	



## La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna - abril de 2016

Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
X	X
<b>Actualidad</b>	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
TVN Canal 9 (2011)	Nortvisión canal (2011)
<b>Medios nativos digitales</b>	
<b>Años 90</b>	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
X	X
<b>Año 2000</b>	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
Ibarraestodo.com (2005)	X
Onlyforyoung (2008)	X
<b>Actualidad</b>	
Provincia de Imbabura	Provincia del Carchi
PUCE-SI net (2011)	Tulcán Online (2012)
R. M. M. TV online (2011)	De Adentro (2013)

**Fuente:** Elaboración propia.

Actualmente, en Imbabura y Carchi, la mayoría de medios matriciales y nativos digitales se insertan a la red y hacen uso de las herramientas Web 2.0.

Se levantó una base de datos en las dos provincias sujetas de estudio, donde se identificaron: 39 medios matriciales y ocho medios nativos digitales.

## 5. Conclusiones

Los resultados obtenidos, a través de esta investigación de carácter histórico, muestran algunos temas importantes que se deben destacar:

- Como se pudo constatar, la provincia de Imbabura cuenta con el mayor número de medios de comunicación tanto matriciales como nativos digitales, lo cual puede deberse al bajo nivel de alfabetización digital y acceso tecnológico de esta provincia, lo cual se evidencia en la siguiente tabla:

**Tabla 4:** Cuadro de comparación sobre la introducción de nueva tecnología en las provincias de Imbabura y Carchi

<b>Equipamiento en el hogar</b>		
<b>Aspecto importante</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>
Computador	26,6%	18,0%
<b>Uso de internet</b>		
<b>Aspecto importante</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>
Uso de internet	29,1%	22,9%
<b>Tipo de acceso a internet en el hogar</b>		
<b>Aspecto importante</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>
Módem / teléfono	42,1%	40,9%
Cable / banda ancha	40,7%	34,4%
<b>Frecuencia de uso de internet</b>		
<b>Aspecto importante</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Carchi</b>
Al menos una vez al día	50,4%	37,1%
Al menos una vez a la semana	43,3%	55,1%
Al menos una vez al mes	6,0%	7,4%

Fuente: Información publicada por Carrión (2011). Elaboración propia.

- Las primeras páginas web implementadas por los medios de comunicación tuvieron una estructura obsoleta que les permitió subir poca información a la red y prácticamente el medio no podía interactuar con sus seguidores o viceversa.
- A partir del 2000, ya con el desarrollo de HTML, Hyper Text Markup Language (Lenguaje de marcación de Hipertexto), aparece la Web 2.0 y

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

la mayoría de medios de comunicación en Imbabura y Carchi crean sus páginas web. Sin embargo, algunas páginas seguían teniendo poca capacidad de almacenamiento y problemas de seguridad.

- La inversión económica para adquirir e implementar nueva tecnología en los medios de comunicación fue el punto decisivo, hubieron medios de comunicación que cerraron (Diario La Verdad) y otros que renacieron insertándose en Internet (Radio Ecos Culturales de Urcuquí).
- Desde el 2005 en adelante, siendo ya 11 años, en Imbabura se lograron registrar 7 medios nativos digitales. Mientras que en Carchi, solo un medio digital. Es decir que la tecnología se implanta lentamente en estas provincias.
- En la investigación realizada se pudo conocer que la carencia de medios digitales se debe a los siguientes factores:
  - Inversión. Algunos medios de comunicación tienen problemas económico-administrativos, lo que impide innovar sus ideas, imagen y posicionamiento en el mercado comunicacional. En este factor es donde nace la iniciativa de estar a la vanguardia de la nueva tecnología e implementarla para que sus intereses individuales y colectivos crezcan en mayor número y calidad.
  - Profesionalismo. En Imbabura y Carchi existen solo periodistas y comunicadores sociales multifuncionales. No se encontraron profesionales especializados en el manejo de medios digitales.
  - Infraestructura y equipamiento. Los medios tradicionales aún no cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para ejercer el periodismo digital. Se encuentra que se han incorporado de a poco páginas web propias de los medios. Por otro lado, los medios nativos digitales registrados, poseen un sitio web completo; por lo general su trabajo lo realizan utilizando desde cualquier lugar Internet desde un dispositivo móvil o sus portátiles,

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

además de asistir a Infocentros ubicados en varios sectores de estas provincias.

- Conforme pasan los días, se va notando la aparición de nuevos medios digitales que siguen escribiendo la historia de la comunicación en Imbabura y Carchi. Para crear y mantener un medio digital se debe invertir constantemente en tecnología y profesionales especializados en este ámbito. Las tendencias actuales exigen cada vez más estar a la vanguardia de la nueva tecnología, quien no lo esté, no solo pierde lo que ha ganado durante años, posicionamiento, imagen, fidelidad, confianza, sino que por completo desaparece su trabajo y servicio a la colectividad.
- La vertiginosa evolución de las nuevas tecnologías (Internet) ha hecho posible la democratización de la información y la comunicación. Es decir, la información que antes estaba disponible para unos pocos, ahora está disponible para todos. Lo mismo ocurre con los medios de comunicación. Hoy en día, aún existen limitaciones sobre todo en los sectores rurales y desde el aspecto de accesibilidad a estos nuevos servicios.

### Referencias bibliográficas

- Alboroz et al. (2007). Los usos de Internet: comunicación y sociedad. Quito: FLACSO. Obtenido de <http://www.flacso.org.ec/docs/usosinternet.pdf>
- Álvarez, E. (8 de septiembre de 2011). Periodismo digital y Periodismo tradicional ¿Opuestos o complementos? Obtenido de colombiadigital.net: <http://colombiadigital.net/opinion/blogs/blog-colombia-digital/item/854-periodismo-digital-y-periodismo-tradicional-opuestos-o-complementos.html>
- Ayala, C. (2001). Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación social. Obtenido de [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4022566.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4022566.pdf)

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

- Bonvin, M. (2007). La prensa digital: lenguaje y características. Universidad de Granada. doi:ISBN: 978-84-338-4663-1
- Briseño et al. (2 de abril de 2014 ). Periodismo Tradicional vs Periodismo Digital. Obtenido de [revistahorizontal.com](http://revistahorizontal.com):  
<http://revistahorizontal.com/periodismo-digital-vs-periodismo-tradicional/>
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. Revista Latinoamericana de Comunicación Social. Obtenido de [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html)
- Cantú, J. (2013). Comunicación digital. Obtenido de [slideshare.net](http://es.slideshare.net/jorgecantul/modelos-comunicacin-digital):  
<http://es.slideshare.net/jorgecantul/modelos-comunicacin-digital>
- Cardoso, G. (2011). De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información. Obtenido de [portalcomunicacion.com](http://www.portalcomunicacion.com):  
[http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51_esp.pdf)
- Carrión, H. (1 de abril de 2011). INEC Encuesta TIC Ecuador 2010. Obtenido de [slideshare.net](http://es.slideshare.net/hcarrion/inec-encuesta-tic-ecuador-2010): <http://es.slideshare.net/hcarrion/inec-encuesta-tic-ecuador-2010>
- Cebrián, M. (2009). Comunicación Interactiva en los Cibermedios. doi:10.3916/c33-2009-02-001
- Cifuentes, R. (27 de febrero de 2014). Periodismo digital en Imbabura. (M. Guzmán, Entrevistador)
- De Moragas, S. M. (2011). Interpretar la Comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa: Modelos de Comunicación. Barcelona, España: Gedisa, S.A.
- Diario El Telégrafo. (17 de noviembre de 2014). Mauricio Jaramillo: "Todos debemos hacer periodismo digital" . Obtenido de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/mauricio-jaramillo-todos-debemos-hacer-periodismo-digital.html>
- Diario La Prensa. (16 de marzo de 2014). No ofrecer toda la información en las redes. Obtenido de La Prensa:

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

- <http://www.laprensa.com.ec/temsemana.asp?id=344#.VOa0Xyw3IWE>
- Falla, S. (2011). Adictos a la Comunicación. Guía para periodistas y blogger independientes. Obtenido de Maestros del Web:  
<http://web.uchile.cl/DctosIntranet/04GeneracionContenidosDigitales/RedaccionWeb/AdictosComunicacion.pdf>
  - Fernández, F. (3 de octubre de 2012). 5 claves para producir contenidos audiovisuales en Internet. Obtenido de <http://www.socialancer.com/5-claves-para-producir-contenidos-audiovisuales-en-internet/>
  - González, J. (2009). Reseña de "La radio en Internet. De la ciberradio a la radio a las redes sociales y la radio móvil" de Mariano Cebrián Herreros. [redalyc.org](http://www.redalyc.org), Págs. 277-280. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/297/29713017017.pdf>
  - Mattelart et al. (1997). Historia de las Teorías de la Comunicación. España: PAIDÓS.
  - Mejía, J. (2013). Periodismo digital en Carchi. (N. Chicanoy, Entrevistador)
  - Montiel, M. (2000). Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social. doi: ISSN: 1012-1587
  - Navarro, L. (. de 2002). El futuro de los periódicos on line. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. México: Escuela de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de San Luis Potosí . Obtenido de [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer\\_08/Art/4-13-1.pdf](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_08/Art/4-13-1.pdf)
  - Osorio, A. (2012). ¿Qué es Vimeo y cómo puedo usarlo? Obtenido de [slideshare.net: http://es.slideshare.net/AmbaOsorio/vimeo-14531552](http://es.slideshare.net/AmbaOsorio/vimeo-14531552)
  - Peñafiel, L. (2013). Historia de las Telecomunicaciones. Ibarra: Corporación Nacional de Telecomunicaciones.
  - Rivera, J. (2012). Mapa de Medios Digitales del Ecuador. Quito: Centro de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Obtenido de [ciespal.net](http://www.ciespal.net):  
[http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/MapaMediosCIESPAL\\_2012.pdf](http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/2013/MapaMediosCIESPAL_2012.pdf)
  - Rivera, D. (2011). Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y

## La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

---

ciberparticipación. Santiago de Compostela, España: Universidad Santiago de Compostela. Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Obtenido de

<https://dspace.usc.es/bitstream/10347/3712/1/RiveraRogel.pdf>

- Rivera, J. (17 de mayo de 2013). Entrevista José Rivera Ecuador Turístico . Obtenido de YouTube:  
<https://www.youtube.com/watch?v=gSDsdTFnpV4>
- Rivera, J. (s.f.). Blogger tutorial para crear y administrar contenidos. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de [tikinauta.com](http://tikinauta.com):  
<http://tikinauta.com/blog/?cat=103>
- Rizo, M. (2011). PENSAMIENTO SISTÉMICO Y COMUNICACIÓN. La Teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick como obra organizadora del pensamiento sobre la dimensión interpersonal de la comunicación. . RAZÓN Y PALABRA. Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación(75).
- Salaverría, R. (s.f.). Los medios de comunicación ante la convergencia digital. Universidad de Navarra. Recuperado el 12 de octubre de 2014, de • Salaverría, R. (s.f.). Universidad de Navarra.:  
[http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon\\_Salaverria.pdf](http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf)
- Yaguana, H. (2011). El sistema radiofónico online en el Ecuador. España: Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Santiago de Compostela.
- Yaguana, H. (2013). Acercándonos a la radio digital terrestre desde la radio en la Red. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación.