

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**EVOLUCIÓN DE LA PRENSA ESCRITA AL MEDIO DIGITAL EN LOS DIARIOS EL
SOL Y DIARIO DEL CUSCO 2012- 2017**

Presentada por:

Br. Yuly Milagros Huamani Mendoza

Br. Rocio Montesinos Fernández

Para optar al título profesional de licenciado en
Ciencias de la Comunicación.

Asesor:

Dr. Alberto García Campana.

CUSCO – PERÚ

2023

Dedicatoria

Han pasado años y siempre has estado conmigo dando todo por mí y agradezco a Dios por darme una hermosa mujer como madre, a ti Feliciano Fernández Mamani, dedico con todo mi amor y cariño mi tesis, por el tiempo, los años de sacrificio que tuviste q hacer para que yo pudiera llegar donde estoy ahora, muchos de mis logros se los debo a ella en los que se incluye este.

A mis hermanos quienes siempre estuvieron allí para motivarme día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria, quienes son la razón de sentirme tan orgullosa de culminar mi meta gracias a ellos por confiar siempre en mí.

Rocío Montesinos Fernández

Dedicatoria

Únicamente dedico la concreción de este trabajo a la mujer que consagró gran parte de su vida en mi persona, a sus consejos que fueron los que me llevaron hasta donde estoy, a su preocupación constante, sus regaños, su insistencia con algo que aún me faltaba por concluir, hoy este logro se lo dedico exclusivamente a ella. Mi señora madre Cirila Mendoza Carrillo.

Y por acompañarme en el proceso, ser motivo para continuar y seguir adelante en todo, a mi hermosa hija Itzel Angie Lovón Huamani.

Yuly Milagros Huamani Mendoza.

Agradecimiento

A mi madre: por su amor, cariño y estímulo para realizar esta Tesis y por su constante preocupación.

A mi pareja por acompañarme en esta etapa.

A todos aquellos docentes, en especial a mi asesor y amigos: por su apoyo y motivación para concluir un proyecto de largo aliento.

A los lectores: interesados encontrar la hoja de ruta de un panorama tan cambiante como el actual.

Milagros Huamani Mendoza

Gracias a mi asesor de tesis Alberto García Campana por la paciencia y apoyo brindado. Gracias a mi madre por su apoyo incondicional, por estar presente en cada etapa de mi formación educativa. Gracias a mis amigos por estar allí, dándome ese aliento de seguir y no rendirme y seguir adelante

Rocío Montesinos Fernández

Índice

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	x
Presentación	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I	19
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.1. Situación Problemática.....	19
1.2. Formulación del problema.....	20
1.2.1. Problema general	20
1.2.2. Problemas específicos.....	20
1.3. Justificación de la investigación.....	20
1.4. Objetivos de la investigación.....	21
1.4.1. Objetivo general	21

1.4.2. Objetivos específicos	21
CAPÍTULO II	22
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	22
2.1. Bases teóricas	22
2.1.1. Prensa impresa	22
2.1.1.1. Origen del periódico	23
2.1.1.2. Invención del periódico	26
2.1.1.3. Definición de periódico	26
2.1.1.4. Historia del periódico	28
2.1.1.5. Diario El Sol del Cusco	29
2.1.1.6. Diario del Cusco	36
2.1.1.7. Inicios de los medios impresos	38
2.1.2. Internet	39
2.1.2.1. Acerca de la web	41
2.1.2.2. Características de la web	42
2.1.2.3. El sitio web y la página web	47
2.1.2.4. Funcionamiento de la página web	48
2.1.2.5. Los diarios digitales	48
2.1.2.6. Diarios digitales en Perú	51

2.1.2.7. Diarios digitales en Cusco.....	52
2.1.2.8. La labor periodística en una nueva plataforma	54
2.1.2.9. Los medios digitales.....	56
2.1.2.10. Internet y los medios digitales.....	56
2.1.2.11. Descripción de página digital:.....	60
2.1.2.11. Descripción de página digital Diario del Cusco.....	62
2.1.2.12. El periodista frente al cibermedio	64
2.1.3. Evolución del periodismo.....	67
2.1.3.1. Evolución histórica del periodismo.....	68
2.1.3.2. Difusión del medio	72
2.2. Marco conceptual	73
2.3. Antecedentes de la investigación.....	75
2.3.1. Antecedentes internacionales	75
2.3.2. Antecedentes nacionales.....	78
2.3.3. Antecedentes locales.....	79
CAPÍTULO III.....	81
HIPÓTESIS Y VARIABLES	81
3.1. Hipótesis.....	81
3.1.1. Hipótesis general	81

3.1.2. Hipótesis específicas.....	81
3.2. Identificación de variables.....	81
CAPÍTULO IV.....	83
METODOLOGÍA.....	83
4.1. Ámbito de estudio.....	83
4.2. Tipo y nivel de investigación	84
4.3. Unidad de análisis.....	85
4.4. Población de estudio.....	86
4.5. Técnicas de selección de muestra.....	86
4.7. Técnicas y herramientas de recolección de información.....	86
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	87
CAPITULO V.....	88
RESULTADOS.....	88
5.1. Interpretación del trabajo de observación.....	88
5.1.1. Análisis comparativo de la versión impresa y versión digital Diario El Sol88	
5.1.2. Análisis comparativo características de los medios digitales El Sol del Cusco y Diario del Cusco de los diarios.....	98
5.1.3. Análisis comparativo de los medios digitales mediante una valoración global	

5.1.4. Análisis FODA	102
5.1.5. Interpretación de las encuestas	108
5.1.6. Desarrollo de las entrevistas	120
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	137

Índice de tablas

Tabla 1 Distribución de personal por áreas del diario El Sol del Cusco.....	35
Tabla 2 Distribución del área de personal del Diario del Cusco.....	37
Tabla 3 Cuadro de operacionalización.....	82
Tabla 4 Clasificación de muestra a evaluar.....	85
Tabla 5 Cuadro de análisis de secciones diario El Sol mes de Julio.....	95
Tabla 6 Cuadro de observación de secciones del diario El Sol mes de abril y mayo	96
Tabla 7 Cuadro de observación del Diario del Cusco mes de julio	97
Tabla 8 Cuadro de observación del Diario del Cusco mes de abril y mayo	97
Tabla 9 Cuadro comparativo de las versiones digitales periodo 2016-2017	98
Tabla 10 Análisis comparativo de las características de los medios digitales de los diarios, periodo 2017	99
Tabla 11 Comparación de los medios digitales mediante una valoración global	101
Tabla 12 Cuadro estadístico lugar de trabajo.....	104
Tabla 13 Sexo del encuestado.....	105
Tabla 14 Edades de los trabajadores	105
Tabla 15 Proceso de datos del encuestado	107
Tabla 16 Manejo de plataformas digitales	108
Tabla 17 Conocimiento sobre manejo de herramientas digitales.....	109
Tabla 18 Importancia del manejo de plataformas digitales	110
Tabla 19 Frecuencia con que reciben capacitación técnica conceptual sobre plataformas digitales.....	111

Tabla 20 Grado de incidencia en el esquema de la noticia sobre la plataforma digital ..	113
Tabla 21 Clasificación de desempeño en la plataforma digital.....	114
Tabla 22 Adaptación del diario a la plataforma digital.....	115
Tabla 23 La interacción en la plataforma digital	116
Tabla 24 Manejo de contenidos digitales.....	117
Tabla 25 Nivel de desarrollo de la plataforma digital.....	118

Índice de figuras

Figura 1 Manuscrito de papel.....	24
Figura 2 Primera publicación periodística impresa.....	25
Figura 3 Primer periódico inglés English Mercurie.....	26
Figura 4 El Sol del Cuzco del diecisiete de enero de 18299.TomoV N.213.....	30
Figura 5 El Sol del Cuzco del cinco de febrero de 1825.TomoI N.6.....	30
Figura 6 El Sol del Cusco-edición 21 de febrero 2017	35
Figura 7 El Sol del Cusco-Edición veinte de marzo 2012	36
Figura 8 El Diario del Cusco-edición del del cinco de febrero del 2011	38
Figura 9 El Diario del Cusco edicion impresa del 22 de noviembre de 2012.....	38
Figura 10 Hipertextualidad	43
Figura 11 Multimedialidad.....	44
Figura 12 Interactividad	45
Figura 13 Interactividad.....	45
Figura 14 Temporalidad.....	46
Figura 15 Características de los medios.....	47
Figura 16 Características de la página web.....	47
Figura 17 Línea temporal de la aparición de los primeros diarios digitales en Perú	52
Figura 18 Características de la página web.....	59
Figura 19 Secciones de la página web del diario El Sol del Cusco	60
Figura 20 Hipertextualidad de la pagina web del diario El Sol	60
Figura 21 Publicidad en la página web del diario El Sol.....	61

Figura 22 Sección de la página web del diario El Sol en la que aparece su versión impresa	61
Figura 23 Secciones de la pagina web del Diario del Cusco	62
Figura 24 Vínculos y enlaces con redes sociales en la página web del Diario del Cusco	63
Figura 25 Opciones de interacción con el usuario en la página web del Diario del Cusco	63
Figura 26 Categorías en la página web del Diario del Cusco	64
Figura 27 Mapa de la provincia del Cusco	83
Figura 28 Diseño de triangulación concurrente	84
Figura 29 Portada del diario El Sol versión digital y versión impresa	88
Figura 30 Contenido del diario El Sol	90
Figura 31 Publicidad del diario El Sol	91
Figura 32 Portada del Diario del Cusco	92
Figura 33 Contenido del Diario del Cusco	93
Figura 34 Publicidad del Diario del Cusco	94
Figura 35 Análisis FODA del diario El Sol y Diario del Cusco	102
Figura 36 Lugar de trabajo del encuestado	104
Figura 37 Edades en las que fluctúan los encuestados	106
Figura 38 Manejo de plataformas digitales	108
Figura 39 Conocimiento sobre el manejo de herramientas digitales	109
Figura 40 Importancia del manejo de plataformas y herramientas digitales	111

Figura 41 Frecuencia con que reciben capacitación técnica y conceptual sobre plataformas digitales	112
Figura 42 Grado de incidencia en el esquema de la plataforma digital	113
Figura 43 Auto calificación de desempeño en la plataforma digital.....	114
Figura 44 Incidencia en los lectores respecto a la adaptación a la plataforma digital ...	115
Figura 45 Interacción en la plataforma digital	116
Figura 46 Manejo de contenidos digitales	118
Figura 47 Nivel de desempeño en la plataforma digital	119

Presentación

Señor:

Decano de la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores miembros del Jurado:

De conformidad con el reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación que lleva como título: Evolución de la prensa escrita al medio digital en los diarios el sol y diario del cusco 2012- 2017 para optar al título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

La finalidad de este trabajo de investigación es identificar el proceso de evolución de las formas tradicionales de realización de un medio impreso en este caso el diario El Sol y Diario del Cusco, a las formas digitales, reconociendo la adaptación del medio escrito al medio virtual.

Bach. Yuly Milagros Huamani Mendoza

Bach. Rocio Montesinos Fernández

RESUMEN

Como todo evoluciona también el periodismo del siglo XXI se adapta a la Sociedad de la Información y, especialmente, a través del Internet, y las redes sociales; un medio de comunicación digital, interactivo y multimedia supone una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir las noticias. Esta era digital no solo afecta a la prensa impresa sino a todo el ámbito de los medios de comunicación, los cuales utilizan las redes, se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las tecnologías de la información y de la comunicación. En este trabajo de investigación examinamos el proceso de adaptación de los periodistas tradicionales al nuevo rol del periodista digital y la nueva apuesta de las empresas periodísticas para afrontar estos retos que conllevan la era digital.

ABSTRACT

As everything evolves, journalism in the 21st century also adapts to the Information Society and, especially, through the Internet and social networks; a digital, interactive and multimedia means of communication represents a new way of preparing, structuring and disseminating news. This digital era affects not only the printed press but the entire field of media, which use networks, continually reinvent themselves and grow with new tools and services to make the most of the advantages, attractions and added values provided by information and communication technologies. In this research work we examine the process of adaptation of traditional journalists to the new role of the digital journalist and the new commitment of journalistic companies to face these challenges that the digital age entails.

INTRODUCCIÓN

Le decimos adiós a Gutenberg y 500 años de imprenta que aparentan un paréntesis, un receso de la cultura de la oralidad que, ahora, de la mano de Internet, ha vuelto renovada. El cambio implica el uso de aparatos digitales, y también un cambio cognitivo y que incluso revolucionara nuestra manera de pensar y nuestro cerebro.

El periodismo ha sido objeto de muchos cambios desde sus inicios, el contexto, los lectores y el medio son causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información; la historia nos demuestra que cuando el entorno evoluciona también, las rutinas laborales, el manejo de la información, así como las actividades del periodismo que deben adaptarse a las actualizaciones como producto de las invenciones.

Así sucedió con la imprenta, el telégrafo, los medios tradicionales y la plataforma digital. Cuando se produce una revolución, un descubrimiento o variaciones en los sistemas de comunicación, el periodista siempre se ha esforzado en aprender de las nacientes herramientas, de las actitudes del público y del consumo de los datos con el objeto de adaptar su modelo de negocio a un patrón sustentable además rentable y que debe cumplir con los hábitos de una sociedad susceptible a la novedad.

En el capítulo I se aborda la situación problemática, formulación del problema, objetivos y la justificación de la investigación.

Capítulo II: Comprende el marco teórico conceptual considera la evolución del periodismo impreso reinventado a lo largo del tiempo, especialmente en esta última década de avances tecnológicos, digitales donde el internet y las nuevas herramientas han logrado una evolución en el consumo de información. El periodismo tradicional ha tenido que lidiar con la aparición y el desarrollo de la era digital y sus herramientas en la modificación y construcción del discurso

periodístico. Asimismo, la era digital también ha modificado el consumo de información de los lectores, consumidores de los medios impresos, y también a la profesión del periodista desde su manera de comunicar investigar, recabar, producir y difundir información.

Capítulo III: Por otra parte, se considerará la hipótesis, variables y la operacionalización de variables.

Capítulo IV: Incluimos la metodología y el ámbito de estudio, localización política y geográfica, también se en este capítulo vamos a tomar en cuenta el tipo y nivel de investigación, técnicas de selección y recolección de información para luego analizar e interpretar la información recabada de los medios escritos El Sol y Diario del Cusco mediante cuestionario, y entrevista.

Capítulo V: Resultado validación de hipótesis e instrumentos, propuesta y para finalizar, tenemos las conclusiones y sugerencias.

Líneas de investigación: Prensa escrita, medio digital y diarios locales

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

Nuestra sociedad va diciéndole adiós a Gutenberg y más de medio siglo de imprenta, modernizándose hace 34 años atrás con la aparición de los ordenadores e internet. El surgimiento de los diarios impresos en sí, fueron grandes avances para su época y para la profesión periodística, podríamos hablar un tanto de su desplace por el internet y sus denominados periódicos digitales pese a eso se sigue manteniendo aun a flote en el mercado. La prensa escrita, desde sus inicios hasta la actualidad ha sufrido grandes cambios, procesos y evolución, del mismo modo los procesos tradicionales de comunicación también sufrieron un proceso de transformación, barreras de tiempo y espacio fueron superadas, hoy a diferencia de años atrás basta sólo un clic para tener al alcance de la mano información temática diversa en cifras incalculables.

Ante esta situación la prensa impresa tuvo que adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos del nuevo siglo, abriéndose campo en un nuevo nicho de mercado, hemos sido testigos del esfuerzo de los diarios para cubrir las demandas de los nuevos lectores más conocido como cibernautas.

Periódicos nacionales más reconocidos como El Comercio, La República, Correo, Libero entre otros fueron los primeros en adaptarse a la plataforma digital y crear sus versiones digitales sin dejar de lado su producción impresa.

Debido a lo antes mencionado, este trabajo de investigación realizó un estudio respecto a ese proceso de evolución del medio impreso al medio digital en nuestros diarios más destacados a nivel regional (Cusco) puesto que no se tiene ninguna información al respecto, por lo que consideramos trascendente conocer este aspecto para ampliar el conocimiento académico respecto a la realidad digital de nuestros diarios en nuestro departamento cusqueño.

Las principales ideas vertidas en esta investigación surgen a partir de las dudas generadas ante el escaso material de investigación existente sobre el periodismo digital cusqueño, al tratarse de un tema relativamente nuevo es necesario la contribución con más estudios referentes al tema.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo evolucionaron los diarios El Sol y El Diario del Cusco al medio digital en el periodo 2012- 2017?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuáles son las diferencias entre la edición impresa y la versión digital que presentan los diarios El Sol y el Diario del Cusco 2012 - 2017?
- b) ¿De qué forma el medio digital modifica el esquema de los diarios El Sol y El Diario del Cusco entre los años 2012 – 2017?

1.3. Justificación de la investigación

Bernal (2010) señala que “Toda investigación está orientada a la resolución de algún problema; por consiguiente, es necesario justificar, o exponer, los motivos que merecen la investigación. Asimismo, determinar su dimensión para conocer su viabilidad”.

Por lo tanto, la presente investigación busca contribuir con un diagnóstico y mirada situacional sobre la evolución, proceso de adaptación e innovación del periodismo digital en la prensa cusqueña mediante el análisis de los casos: El Diario El Sol del Cusco y El Diario El Cusco.

Justificación teórica. La investigación aporta las variables de estudio consiguiendo basta información sobre cómo ha evolucionado el periodismo impreso al periodismo digital; sin embargo, los estudios realizados sobre este tema son muy escasos.

Justificación metodológica. La investigación ha permitido elaborar instrumentos bien desarrollados y validados para ser utilizados por investigadores interesados en el tema.

Justificación práctica. La investigación surge de la necesidad de conocer la situación de los medios periodísticos impresos frente a la evolución digital de los dos medios escritos, tanto los diarios El Sol y El Diario del Cusco, para estar restablecidos dentro de la tecnología, y el uso adecuado de las redes sociales.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Analizar la evolución de los diarios: El Sol y el Diario del Cusco al medio digital en el periodo 2012 -2017.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Analizar las diferencias entre la edición impresa y la edición digital de los diarios El Sol y el Diario del Cusco en el periodo 2012 – 2017
- b) Identificar cuáles son las modificaciones que presentan los esquemas de los diarios El Sol y El Diario del Cusco en el medio digital 2012 – 2017

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Es este ítem abordaremos aspectos relacionados con las bases teóricas de las variables de investigación; las que se presentan a continuación:

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Prensa impresa

Son publicaciones que se realizan de forma diaria, semanal, mensual, bimestral o anual a través de la impresión en papel con el objetivo de comunicar y entretener a la población sobre diferentes actividades o hechos impactantes que suscitan alrededor de la ciudad o país. Asimismo, McCombs y Shaw, (1972), manifiestan que la prensa impresa es un medio que genera segmentación gracias a la distribución territorial existente, de modo que existe también la preferencia de columnas que ofrece el medio. En la sociedad existen una gran variedad de publicaciones como son revistas dirigidas para un grupo específico de la población, sin embargo, el medio impreso como es el periódico es una de las herramientas de mayor difusión y aceptación debido a que ofrece secciones de interés para cada Público receptor, como son: política, economía, policial, deporte y opinión.

Uriarte (2020) señala la presentación del periódico en los formatos más conocidos como:

- a) Tamaño sabana: llamado también broadsheet y actualmente cambiado al formato tabloide, este formato cuenta con dimensiones de 60 x 75 cm en ocasiones suele cambiar el tamaño y cada vez deja de ser popular.
- b) Tamaño tabloide: es un formato usado de manera general por la editorial posee una medida 28x 43cm, con hojas verticales.
- c) Tamaño berlines: posee medidas de 31,5x47 cm.

La forma de comunicación en la historia dio un estallido atravesando un proceso de transformación y adaptación convirtiéndose en una herramienta clave y el resultado de muchos esfuerzos en la búsqueda de la necesidad del entendimiento, de la forma más sencilla para que las personas tengan una manera simple y fácil la información que requieran esto porque la población creció y la habilidad creativa del hombre se expandió, por consiguiente crearon medios para llegar a mayor cantidad de receptores como es el periódico.

2.1.1.1. Origen del periódico

Antiguamente las noticias se manejaban o transmitían como una tradición oral, a ésta le siguieron los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos o papel, en los cuales egipcios, persas y griegos resaltaban lo que sucedía a su alrededor, dejando de esta manera, una constancia material de los acontecimientos de diversas épocas.

Cerca del año 59 A. C., en los tiempos en que Julio César era cónsul romano, se colocaban periódicamente en el foro la denominada Acta Diurna. En ella se informaba a los ciudadanos sobre todas las cosas de interés que habían ocurrido o de las que iban a suceder en poco tiempo.

Troyano (1999), indica que el periodismo como tal nace en Roma desde el momento en que se comenzaron a realizar comentarios, memorias históricas y actas, en las que no solo aparecen edictos sino también noticias de sociedad, sucesos y comentarios.

Más tarde en el siglo XV, aparece el Journal d'un burgeois, en París con noticias anecdóticas, sin embargo, fueron efímeros, en el Renacimiento italiano, cuando comienzan a aparecer un gran número de avisos y hojas narrando lo que pasaba es así como nace en Venecia las gazzetas, en Viena 1529. El primero de los conocidos como Mercurios, era una

hoja de noticias a través de la cual se solicitaba a los ciudadanos ayuda para derrotar a los turcos, que amenazaban con tomar la ciudad.

Medio siglo más tarde en 1580, se publicó el primer periódico de la historia tal como conocemos hoy en día, el primer impreso apareció en Estrasburgo en el año 1605, en el siglo XVII proliferan en América especialmente en México y Lima, hojas volantes que se publicaban, casi siempre, con el pretexto de la llegada de alguna flota proveniente de Europa, así como con las noticias más notables del Virreinato-

En el siglo XVIII comienza a imponerse el periodismo diario, centrado en destacar los acontecimientos más importantes del día a día.

Con el siglo XX llega la competencia del periódico tanto la radio y la televisión, con la llegada del presente siglo ya sabemos, lo digital este ganado terreno a lo impreso.

Figura 1

Manuscrito de papel



Nota. Adaptado de CurioSfera (2018).

Figura 2

Primera publicación periodística impresa



Nota. Adaptado de CurioSfera (2018).

Este periódico sirvió de modelo e inspiración a todos sus predecesores, incluido el que se considera primer periódico inglés: el *English Mercurie*, creado en el año 1588.

La primera publicación moderna de periodicidad regular apareció en la ciudad belga de Amberes en 1605: el *Nieuwe Tijdinghen*, iniciativa del impresor Abraham Verhoeven (1575 – 1652). La idea gustó tanto que fue imitada rápidamente

Así, en 1609 aparecían en Alemania un par de semanarios: uno publicado en Estrasburgo, el *Die Relation aller fürnemmen-und gedenk würdigen Historien*, en cuyo número 37 se hablaba de un invento de la época: el telescopio de Galileo.

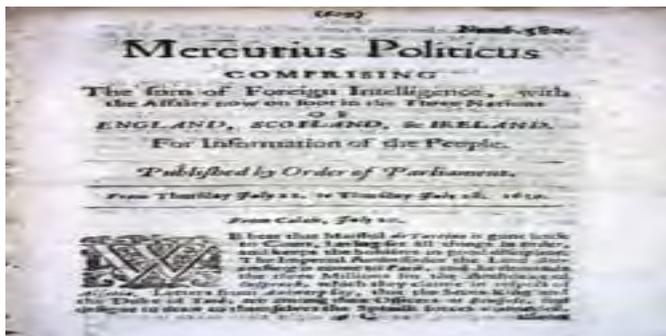
En 1611, ya existía en Londres una oficina de mensajes periódicos. Más tarde *La Gazette*, del francés Teofrasto Renaud, institucionalizó este tipo de servicio.

El primer periódico en inglés publicado fuera de Inglaterra se publicó en Amsterdam en el 1620: el *Currant of Italy, Germany*, impreso por George Veseler. Se trataba de una serie de revistas de publicación periódica. El periódico inglés *Mercurius*

Britannicus de 1632, fue el primer periódico en ser censurado por la autoridad, que prohibía publicar noticias extranjeras en sus páginas.

Figura 3

Primer periódico ingles English Mercurie



Nota. Adaptado de CurioSfera (2018).

2.1.1.2. Invención del periódico

A diferencia de otros inventos, descubrimientos o avances de la humanidad, en el caso del periódico es muy complejo adjudicar la invención de este medio de comunicación a una sola persona o a un colectivo. A la actualidad no se sabe quién inventó el periódico, lo que se conoce es que apareció de “forma natural” como una evolución lógica de los sistemas de comunicación que se venían empleando hasta la aparición de los primeros periódicos.

2.1.1.3. Definición de periódico

Ortega y Humanes (2000) indica que el periódico es un medio masivo de comunicación que circula en las ciudades o pueblos de forma impresa en una o varias páginas, combinando textos e imágenes. Se entrega de manera periódica o regular,

generalmente a diario o también semanalmente, quincenalmente o una vez por mes. Tiene como función informar, transmitir opiniones y entretener.

Martínez de Sousa (1992) nos dice que es una publicación regular en el tiempo, y que normalmente informa sobre noticias o asuntos de actualidad. Su periodicidad puede ser diaria, semanal, mensual, bimensual e incluso semestral.

Michel (1995) define como un instrumento de información, educación y de propaganda política, de información y de especulación, de cultura etc.

También indica como un medio de orientar o de informar, de confundir o desinformar, pero sobre todo vender.

El periodismo resulta ser, en definitiva el método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, que, mediante una expresión asequible al común denominador del público, combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible, para servir desinteresadamente a los ciudadanos en su necesidad de un seguimiento preciso de los asuntos de interés público o potencialmente capaces de afectar sus vidas (Dader, 2012, p. 40).

Los distintos autores coinciden en que se trata de “llevar información de aquí y de allá”, que en esa operación se deben respetar la verdad y lo justo, de modo que el periodista no se limita a difundir informaciones; las procesa, ordena y ensambla. Además, su reto es “pasar del dato a la información y de esta al conocimiento”. Esto convierte al periodismo en “actividad de trascendencia socio-política y cultural”.

Así, además de reflejar lo que ocurre y comunicarlo, el periodismo “puede provocar cambios, inducir reacciones, romper inercias, despertar mentes, abrir caminos”.

2.1.1.4. Historia del periódico

Uriarte (2020), muestra un resumen de la historia del periódico en forma de línea del tiempo (timeline). De este modo se puede localizar rápidamente los hitos históricos de este medio de comunicación:

- ❖ Año 59 A. C.: Julio César ordena la publicación en Roma de las Acta Diurna, para informar de los acontecimientos oficiales del imperio a los ciudadanos destacables.
- ❖ Año 1605: El alemán Johann Carolus publica un boletín de noticias que se llama Relation aller Fümehmen und gedenckwürdigen Historien.
- ❖ Año 1615: Se publica en la ciudad alemana de Frankfut el Frankfurter Postzeitung.
- ❖ Año 1616: Se publica el periódico belga Nieuwe Tijdingen, que se publicaba en forma de panfletos desde 1605.
- ❖ Año 1618: Primer periódico de gran formato, el Courante uyt itallen, Duytsland &c. en Ámsterdam.
- ❖ Año 1622: Nicholas Brown publica en Inglaterra el Weekly News.
- ❖ Año 1631: Primer diario francés, la Gazette.
- ❖ Año 1661: Se publica en España la Gaceta de Madrid, más tarde Boletín Oficial del Estado.
- ❖ Año 1666: Se publica en Inglaterra el primer diario verdadero, el London Gazette.
- ❖ Año 1690: Primer periódico americano, el Publick Ocurrances, editado en Boston.

- ❖ Año 1784: Primer periódico español no oficial, El Mercurio de Madrid.
- ❖ Año 1758: Primer periódico de publicación diaria en España, el Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político.
- ❖ Año 1995: La prensa digital aparece en España con la publicación en Internet de los periódicos Avui, El Periódico, La Vanguardia, Sport y El Mundo.

2.1.1.5. Diario El Sol del Cusco

2.1.1.5.1. Reseña histórica

Su publicación fue dispuesta por el general Gamarra, prefecto del departamento del Cusco. Sus directores fueron Carlos Gallegos y Francisco Pacheco; y los redactores: Benito Laso y Manuel Lorenzo de Vidaurre.

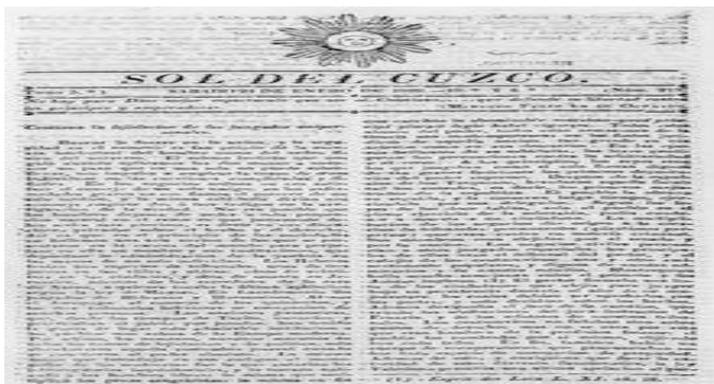
Se publicó material oficial, noticias de carácter local y sobre temas religiosos. Se trató de uno de los más importantes periódicos de provincias de aquellos años. sale a la luz el 10 de agosto de 1901, este diario tenía una posición vanguardista impresa por su fundador Ángel Vega Enríquez personaje que dirige el diario hasta 1907; año en que traspasa el diario a Mariano E. Velazco mediante una compra y venta, este nuevo dueño era ex trabajador de esta empresa que laboraba como prensista y tipógrafo.

Cusco, 1825-182, Periódico oficial publicado semanalmente en la ciudad del Cusco. Se dio a la luz el 1º de enero de 1825, y finalizó el 29 de agosto de 1829, con el número 245.

La Hemeroteca del IRA tiene los años: 1825-1829 (Nos. 1-245).

Figura 4

El Sol del Cuzco del diecisiete de enero de 1829. Tomo V N.213



Nota. Tomado de Gallegos (1829).

Figura 5

El Sol del Cuzco del cinco de febrero de 1825. Tomo I N.6



Nota. Tomado de Gallegos (1829).

A finales de 1907 Mariano E. Velazco se hace cargo del diario, posterior a él se delegó la dirección periodística a Manuel Caveró Rivera, pero también a Adolfo Delgado y Gregorio Moreno. Ya por los años de 1934 Luis Ángel Aragón trabaja en “El Sol” en

posición de jefe general de informaciones cuatro años después en setiembre de 1938 fallece Mariano E. Velazco.

En este mismo año, asumió la dirección Gregorio Moreno y en 1939 se asume el cargo Roberto F. Garmendia, siete años después en 1946 ingresó a la dirección José Gabriel Cosio. “En aquellos años no se pensaba aun en los diarios de circulación nacional, es decir, no llegaba periódicos capitalinos.

“A la llorada muerte de Mariano E. Velazco acaecido en setiembre, 1938, asumieron la dirección de “El Sol”, sucesivamente: El Dr. Ricardo Monteagudo, que fue político, médico y senador; el Dr. Roberto F. Garmendia y el Dr. Jose Gabriel Cossío, Patriarca de las letras cusqueñas. “El Sol” paso, posteriormente a formar parte de la cadena de asociados, cambiando el formato a tabloide y a ser diario matutino.” Luis Ángel Aragón: Historia del periodismo cusqueño, 1983

En 1950 este diario es adquirido por Juan Pardo que constituye la agencia DASA (Diarios Asociados Sociedad Anónima) agrupándose a un conjunto de diarios de Cusco, Arequipa, Huancayo y otros pasando de tal manera a inversiones foráneas arequipeñas llegando a ser propietario el diario “El Pueblo” de esa ciudad.

Recién el 9 de mayo de 1997, este diario muestra una tendencia relativamente modernizada presentando un slogan “El Sol Nueva Era”, mientras tanto el público consumidor fue aceptando satisfactoriamente los cambios tecnológicos relativos que se dieron en este diario.

El Sol (20/05/97). En su editorial utilizado aun con Sistema Offset menciona al respecto sobre los cambios tecnológicos producidos:

“Estamos comenzando un nuevo camino hay mucho por recorrer el reto ya ha sido aceptado. Estamos ahora en la nueva era y tenemos el firme compromiso de seguir trabajando en defensa de los sagrados intereses del Cusco, y la Región Inca. Ahora con mucho más entusiasmo por que hemos entrado a la modernidad y continuamos superándonos en el futuro”.

Continuando con el cargo estuvieron en la dirección el periodista Claudio Zúñiga Carrasco y hasta hace poco William Cornejo Tejada. En la actualidad la dirección del diario El Sol, está a cargo del Contador Paulino Carlos Farfán.

2.1.1.5.2. Trascendencia del diario El Sol del Cusco

Wilberth Vilca. (2019) escribe sobre el diario El Sol del Cusco quien cumplió 118 años al servicio de la región Cusco, el macro sur y el Perú, fue fundado el 10 de agosto del año 1901, con la dirección del periodista e intelectual cusqueño Don Ángel Vega Enríquez, sus páginas testifican y son la memoria colectiva de la historia del Cusco en el siglo XX y XXI, por lo cual el debido resguardo del archivo de sus ediciones, constituye una fuente trascendental que el propio diario, la academia y las bibliotecas locales deben cuidar con esmero.

En este importante medio de comunicación escrito, han laborado y colaborado importantes periodistas e intelectuales, como Luis E. Valcárcel, Clorinda Matto, Uriel García, Federico More, Luis Nieto, José Gabriel Cossio y otros más contemporáneos como Efraín Paliza, Claudio Zúñiga, Gilberto Guillén, Germán Alatrística, Leord Flores y muchos más, quienes han contribuido a testificar las luchas descentralistas y por la vigencia de la democracia y los derechos humanos en las décadas precedentes, hechos como las luchas sociales por la reforma agraria y la insurgencia popular en nuestras provincias.

También sucesos trágicos como el terremoto del año 1950 marcaron la historia regional, han sido reportados y sus actores e incidencias están registrados en las páginas del Diario El Sol. Por su trayectoria, ha sido galardonada y reconocida en múltiples oportunidades, el Congreso de la República la ha condecorado, o en su oportunidad el año 1989, le fue otorgada la Medalla de la Ciudad en nuestras fiestas jubilares por parte de la Municipalidad Provincial del Cusco.

Sin duda la lectoría del Diario El Sol del Cusco es significativa y lo avalan los diversos estudios elaborados por empresas como CPI en los últimos años, ubicándola en la preferencia de la ciudadanía cusqueña por encima de otros medios locales e incluso nacionales, lo cual expresa el reconocimiento de su credibilidad, en virtud de la información plural y objetiva del panorama diario de las noticias.

Así mismo la opinión libre de sus articulistas con puntos de vista que reflejan el compromiso por el desarrollo del Cusco y del macrosur, y sus grandes proyectos emblemáticos, que hoy se encuentran estancados como el Gasoducto del Sur, el incipiente Aeropuerto de Chinchero, el inconcluso Hospital Antonio Lorena, y ante los cuales sin duda la línea editorial del Diario El Sol es por su pronta realidad, ante los diversos gobiernos.

. En el mundo contemporáneo el periodismo y el diario El Sol deben afrontar nuevos desafíos con la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones, integrarse a las plataformas digitales y las redes sociales, a la cobertura inmediata de hechos y sucesos del acontecer local, regional y global es una tarea titánica.

Los consumidores digitales requieren incluso información personalizada en sus dispositivos personales como los Smartphone y las redes 4G, 4.5 G y 5 G; y al mismo tiempo se constituyen en reporteros ciudadanos y periodistas cívicos; lo cual exige también retos de nuevas inversiones para mantenerse competitivos en un mundo definitivamente global.

El periodismo colaborativo supera las fronteras nacionales y sugiere la creación de redes periodísticas regionales e internacionales para investigar por ejemplo nuevas modalidades en la corrupción, la trata de personas y el crimen organizado, por ello quizás el diario El Sol debe impulsar su integración con medios de comunicación nacionales e internacionales, e iniciar convenios para ejercer un periodismo global y digital.

Diario El Sol del Cusco impreso, desde el año 2012 hasta el 2017 evoluciona acorde con la tecnología.

2.1.1.5.3. Etapas de Desarrollo del diario El Sol del Cusco

No se tiene información exacta sobre sus inicios en la versión online del diario, se da una aproximación de seis a siete años desde su aparición. Su diseño sencillo permitía visualizar las noticias de la edición impresa y publicidad cabe mencionar que su primera página web fue: [http://www.soluservis.com.pe/El Sol](http://www.soluservis.com.pe/El_Sol) y su correo electrónico: ElSol@soluservis.com.pe

2.1.1.5.4. Situación Actual del diario El Sol del Cusco

Este diario cuenta con la única versión digital: <https://diarioelsolcusco.pe/>.

2.1.1.5.5. Recursos humanos

Tabla 1

Distribución de personal por áreas del diario El Sol del Cusco.

Gerente general:	Jean Paul Carlos
Director:	Paulino Carlos Farfán
Jefe de prensa:	Jonatan Carlos Clemente
Editor:	José Valenzuela
Diagramadores:	Ángel Fernando Carlos Clemente Armando Hanco Mendoza

Figura 6

El Sol del Cusco-edición 21 de febrero 2017



Nota. Tomado de Vargas Miranda (2017)

Figura 7

El Sol del Cusco-Edición veinte de marzo 2012



Nota. Tomado de Vargas Miranda (2017)

2.1.1.6. Diario del Cusco

2.1.1.6.1. Reseña Histórica

Fue el primer diario en revolucionar con la imprenta con el sistema offset a full color.

Su primer ejemplar se publicó el 6 de agosto de 1998 de formato tabloide (formato que se usa hasta hoy en día). Por lo que inicia este diario del Cusco con un tiraje de 4000 modelos compuestas con 12 páginas e impresas en la maquina offset. Del mismo modo este primer ejemplar tuvo un costo de cincuenta centavos, lo cual contenía en sus páginas un calendario de ese entonces del año 1999, así como fotos representativas de nuestra ciudad.

Actualmente tiene la función de informar noticias locales, nacionales, policiales e internacionales. Al transcurrir los años los periódicos y/o revistas se convierten en fuentes documentales y medios de información ya que fueron participes de muchas revoluciones de nuestra ciudad, así como de otros lugares.

El Diario del Cusco es un diario matutino cusqueño editado en el departamento del cusco de circulación local. Fue compuesta a las 14:00 hrs como empresa de responsabilidad

limitada por los socios creadores Washington Alosilla Portilla y María Castro Quintanilla en la Villa el Periodista D-1 del distrito de Wánchaq-Cusco, lo cual fue regida con las disposiciones de la ley general de sociedades mercantiles con un capital de S/ 5,000.00.

En lo que va del año El Diario del Cusco es el segundo diario de la ciudad del Cusco en cantidad de circulación, lo cual se ubica tras el diario El Sol del Cusco. Tuvo una acogida entre la población cusqueña ya que presentaba en sus páginas diseños modernos a la altura de diseños nacionales.

Las nuevas herramientas tecnológicas permiten estar más conectados a la información ya que la noticia acecha a cualquier parte del día.

2.1.1.6.2. Etapas de desarrollo del Diario del Cusco

Del mismo modo que el diario El Sol del Cusco, este no guarda registros de su aparición en la web, se aproxima que fue hace unos cinco años atrás.

2.1.1.6.3. Situación actual del Diario del Cusco

Este diario cuenta con la versión impresa que circula en simultaneo con la versión digital: www.diariodelcusco.com

2.1.1.6.4. Recursos humanos

Tabla 2

Distribución del área de personal del Diario del Cusco.

Presidente Ejecutivo:	Washington Alosilla Portillo
Director Periodístico:	Marco Antonio Casas Santillana
Subdirector Periodístico:	José Darwin Espinoza Soto

Figura 8

El Diario del Cusco-edición del del cinco de febrero del 2011



Nota. Tomado de Kiosko.net (2011)

Figura 9

El Diario del Cusco edicion impresa del 22 de noviembre de 2012



Nota. Tomado de El Diario del Cusco (2012)

2.1.1.7. Inicio de los medios digitales

Sy Corvo (2018). El siglo XXI fue inicio para el surgimiento de cambios y evolución tecnológica de tal forma que muchos medios se han visto afectados en la

necesidad de reinventarse. A esto no es muy ajena la prensa impresa, más allá de este proceso muchos periodistas se quedan con las estrategias del medio impreso dedicándose únicamente a redactar y redactar, dejando de lado las necesidades del lector, si bien es cierto el periódico se caracteriza por brindar lecturas; pero con el surgimiento de las computadoras esta visión cambio.

Los medios tecnológicos se han convertido en un medio aliado que favorecen a la transmisión de la información sobre las plataformas digitales dejando una gran desventaja en la empleabilidad del profesional, puesto que en esta nueva etapa se requiere de un profesional multifuncional capaz de producir al mismo tiempo una noticia.

Cabe mencionar que los periódicos desde el uso de la comunicación informativa han jugado un rol importantísimo en el transcurrir de nuestra historia, ya que en su momento fueron medios de comunicación más consumidos y con mayor presencia en la vida de las personas. Sin embargo, frente a la disrupción tecnológica en los últimos años estos medios de comunicación periódico se han visto absorbidos por una crisis que afecta continuar con la producción del material.

2.1.2. Internet

La historia de Internet se remonta a los años 1947 cuando empieza la Guerra fría, entre Estados Unidos y la Unión Soviética en la necesidad de derrotar al enemigo.

La URSS sería considerada la organización que asentó los fundamentos de lo que sería conocido como Internet, décadas más tarde como respuesta a los desafíos tecnológicos y militares de la guerra.

En 1962, Paul Baran, investigador del Gobierno de los Estados Unidos, mostró un sistema de comunicaciones mediante computadoras unidas a una red descentralizada, lo que resultaba

protegido a ataques externos. En caso que uno o varios nodos resultaran destruidos los demás se podían seguir comunicando sin problema alguno.

Dicho proyecto se asentó en el trabajo de Leonard Kleinrock quien un año antes anuncio la teoría de conmutación de paquetes que sustentaba la posibilidad de utilizar esta técnica fundamental. La teoría se basa en que toda la información que sale de un dispositivo se secciona en bloques denominados paquetes para ser emitida por la red.

Se prolongó dicha investigación tratando de establecer una red a la que se pudiera conectar desde cualquier lugar del planeta, a la que se designaría «red galáctica». Años más tarde en 1965 se enlazó un ordenador TX2 en Massachusetts con un Q-32 en California a través de una línea telefónica transformada de baja velocidad y limitada, esta funcionaba y permitía trabajar de forma conectada, pero el sistema era inadecuado.

En 1969 Michel Elie consigue conectar la computadora de la UCLA con otra del SRI (Instituto de Investigación de Stanford). Esta red se denominó ARPANET y el objetivo de este progreso era mantener las comunicaciones en caso de guerra ante la situación de inseguridad y temor del momento. Fue toda una transformación debido a que solo se contaba con una red centralizada que era muy deficiente en caso de guerra porque el sistema se podría bloquear fácilmente.

Un año después Ray Tomlinson crea lo que actualmente se conoce como correo electrónico consolidando ARPANET. Tiempo después las agencias militares cedieron la red a las universidades y proyectos de defensa del país. Los científicos realizaron mejoras para permitir, opiniones y poder establecer cooperaciones en trabajos.

En 1972 esta red ya incluía 50 universidades y centros de investigación que estaban esparcidos por Estados Unidos. En el año siguiente, ARPANET se vinculó con otros países como Inglaterra y Noruega.

Con el apogeo del negocio de ordenadores, la cantidad de computadoras conectadas fue incrementando un caos, tras el surgimiento de otras redes en los años 1980 debido a su gran diversidad de formatos de PC, los cuales debieron consolidarse y unificarse para dar surgimiento a internet.

2.1.2.1. Acerca de la web

Web es un vocablo inglés que significa “red”, “telaraña” o “malla”. El concepto se utiliza en el ámbito tecnológico para nombrar a una red informática y, en general, a Internet (en este caso, suele escribirse como Web, con la W mayúscula).

Según Castañeda, L. (2007) los medios de comunicación a partir de mitad de la década de 1990, fundamentalmente los diarios que dieron el salto a la Web han innovado considerablemente el lenguaje de actualidad y el de la ficción, sin embargo, en muchas oportunidades han mostrado tendencias y estrategias dependientes de variables económicas y empresariales, pues no hemos de olvidar que una parte importante es el entretenimiento, el negocio de los medios.

En la actualidad la mayoría de nosotros hemos escuchado hablar sobre la web y sus variados tipos, antes de tocar en específico la WEB2.0 explicaremos brevemente la diferencia de cada uno de ellos.

- a) Web 1.0: Se refiere a las webs del siglo XX, que se hacían de una manera estática sobre contenidos estáticos y unidireccional, webs incapaces de generar una participación del usuario, meramente informativas. Los

contenidos apenas se actualizaban a no ser que la web principal o Web master los modificara y volviese a subir los nuevos contenidos a internet.

- b) Web 2.0: Las primeras webs 2.0 empezaron a aparecer a mediados de la primera década de este siglo XXI. Las nuevas plataformas y herramientas colaborativas han producido un cambio de unas webs estáticas en otras webs más dinámicas donde se produce una interacción que genera una suma de experiencias y conocimientos ilimitados.

Es decir, la Web 2.0 o Web Social son personas compartiendo, colaborando y participando en un canal multi direccional abierto que permite lograr la máxima interacción entre los usuarios y les ofrece nuevas posibilidades de colaboración, expresión y participación.

- c) Web 3.0: La web 3.0 es la web semántica, la web de la nube, de las aplicaciones y la web multidispositivo porque hoy en día no sólo tenemos ordenadores con los que conectarnos a la web, tenemos móviles, Tablets, etc. La evolución de la red no se detiene, la aparición de nuevas tecnologías Web 3.0, Web 4.0 y Web 5.0 permitirán la integración de la Red de los objetos, el desarrollo de redes sensoriales y emotivas o la integración de la Web semántica, dando acceso a información más relevante y personalizada que cambiará su estructura tal y como se conoce.

2.1.2.2. Características de la web

Díaz-Noci (2010) afirma que hay un acuerdo en la comunidad científica en que las tres características principales del nuevo medio, del ciberespacio, son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. A ellas, propone unir una cuarta: la temporalidad,

que incluye fenómenos como la sincronía y la asincronía (antes los medios debían optar generalmente por una de las dos, en Internet ambas son posibles).

La renovación continua de la información, mediante sustitución o mediante acumulación, o período de tiempo en que resulta oportuno que las informaciones permanezcan en la Red o se vinculen con otras informaciones posteriores.

- ❖ **Hipertextualidad:** Según Salaverría(2005) el término “hipertexto” es el documento, esa estructura discursiva, que surge de la actividad hipertextual. Es un documento polimorfo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital. Es decir, podemos resumir la hipertextualidad como la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí.

Figura 10

Hipertextualidad



Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

- ❖ **Multimedialidad:** Supone la integración en el hipertexto de distintos medios. Un ejemplo de multimedialidad sería el de introducir un vídeo en la propia página.

García, Elvira y Pou, María José (2003) indican que “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.”

Figura 11

Multimedialidad



Nota. Tomado de Díaz-Noci (2010).

- ❖ **Interactividad:** La interactividad hace referencia a la capacidad del receptor, es decir, del lector, de convertirse en emisor y comunicarse con el soporte en cuestión.

Figura 12

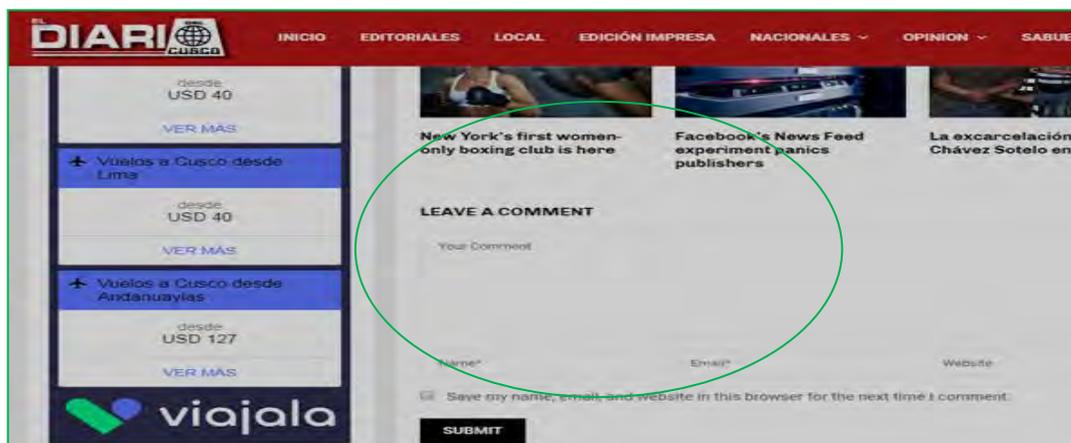
Interactividad



Nota. Tomado de Díaz-Noci (2010). *Teoría de los géneros ciber periodísticos*

Figura 13

Interactividad



Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

- ❖ **Temporalidad:** la temporalidad está referida al periodo de permanencia de un producto informativo, su vigencia, el tiempo que podemos dejarlo disponible sin que pierda actualidad, bien considerado en sí mismo como una unidad discreta (una noticia del día, por ejemplo), bien porque se incluye luego como información contextual de otra noticia más reciente. Las actualizaciones son periódicas a lo largo de todo el día.

Figura 14

Temporalidad



Nota. Tomado de Diario La República (2019)

“El carácter intrínsecamente interactivo de la red obliga, en fin, a que los periodistas revisen sus hábitos a menudo autistas en relación con los lectores. Y no sólo dentro de la red, también fuera de ella” (Salaverría, 2005b, p. 37).

Figura 15*Características de los medios*

	DIARIO		RADIO		TV*		CIBERMEDIO	
	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo	Nivel	Tipo
HIPERTEXTUALIDAD	Media	Textos interrelacionados en las páginas	Nula	-	Nula	-	Alta	Navegación por nodos
MULTIMEDIALIDAD	Baja	Textos + imágenes	Nula	Sólo sonido	Alta	Imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido + (textos)	Alta	Textos + imágenes (estáticas / dinámicas) + sonido
INTERACTIVIDAD	Baja	Cartas de los lectores	Media	Llamadas telefónicas	Media	Llamadas telefónicas + encuestas	Alta	Navegación dirigida por el lector / Diálogo entre periodista y lector
SIMULTANEIDAD	Nula	Edición diaria	Alta	Programas en directo	Alta	Programas en directo	Alta	Suministro constante de información

* No se incluye la TV interactiva.

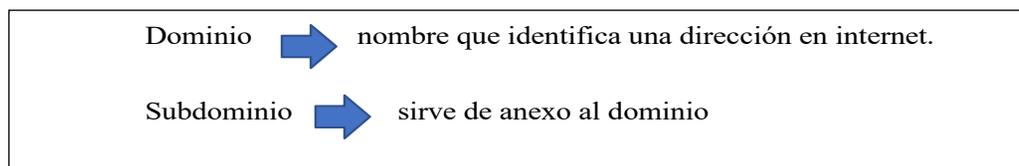
Nota. Tomado de Salaverría (2005)

2.1.2.3. El sitio web y la página web

La web está constituida por sitios web y estos del mismo modo por páginas web, desde este concepto podemos definir que un sitio web es un conjunto de páginas web.

Una página web es la unidad básica del world wide web, puede decirse también que es un documento electrónico adaptado para la web tanto en estructura como en contenido.

Un sitio web, portal o cbersitio es una colección de páginas web relacionadas y comunes a un dominio de internet o subdominio en la world wide web dentro de internet

Figura 16*Características de la página web*

2.1.2.4. Funcionamiento de la página web

Ante la creación de los sitios web, los profesionales de distintas áreas incluyendo los comunicadores sociales se ven obligados a incorporar nuevos términos en su lexicología como es el término DNS usado frecuentemente en este campo. Término que mantiene estrecha relación entre el Dominio de un sitio web y la dirección IP.

El DNS es un sistema que alberga información sobre diferentes nombres de dominios teniendo como función primordial traducir estos, codificándolos en números binarios. Por otro lado, al hablar de término dominio también hacemos referencia a la existencia de hosting es cual es un lugar de almacenamiento de información.

2.1.2.5. Los diarios digitales

La revolución digital tuvo sus inicios a nivel mundial desde 1994, fecha referencial en la cual sobresalieron diarios como El Daily Telegraph siendo emitido en Reino Unido como Electronic Telegraph al mismo tiempo surgen Wall Street Journal siendo difundido a la población como Down Jones News.

Los valores que sustentan el buen periodismo, la necesidad que tienen los ciudadanos de un sistema fiable y abundante de información, así como la importancia de esa información para una sociedad sana y una democracia robusta, son perennes y sirven de guía para cualquiera que trate de dar sentido a los cambios actuales en torno al panorama de los medios de comunicación.

Los diarios digitales o denominados periódicos digitales son aquellos diarios que utilizan el internet como matriz de difusión, en la actualidad en su mayoría dan acceso sin costo alguno, a diferencia de otros que cobran por acceder a su información y contenido, poniendo en riesgo el futuro de la prensa impresa.

Los periódicos a nivel mundial se vieron afectados desde a fines del siglo anterior, siendo obligados a incorporarse, adaptarse e incurrir a nuevas plataformas virtuales primando el objetivo de mantenerse presentes en el mercado y abrirse a oportunidades en este nuevo medio.

Ante la presencia de nuevos parámetros digitales la prensa impresa tradicional tuvo que reconstituir su funcionamiento, modificar su forma de labor y su conexión con las audiencias. Cambiando de manera significativa diferentes aspectos en su redacción y contenido: lenguaje hipermedia, cualidades multimedia, multiplataforma y las características interactivas sociales.

En un mundo altamente globalizado y sujeto a los cambios que las nuevas tecnologías propician es una realidad que desde hace un tiempo el periodismo está sufriendo una fuerte reconversión, adaptándose a las nuevas tecnologías de la información y comunicación y volviendo a su más pura esencia, al fin y al cabo, reinventándose.

El periodismo digital lleva poco más de una década en el panorama de los medios de comunicación, pero en escaso tiempo ha conseguido hacer sombra a su mayor competidor, el gigante de la prensa escrita en papel, el cual gozaba de una audiencia y difusión considerable. Ha conseguido consolidarse satisfactoriamente en el panorama comunicativo como un medio más, de referencia y de enorme difusión.

Desde que los diarios crearon su edición digital y surgió un sinfín de publicaciones digitales muchos son los lectores que han migrado de un medio a otro y es que el medio digital tiene muchas ventajas potenciales que le caracterizan y constituyen su esencia.

Autores como Jaraba, Gabriel (2015) asevera que internet es medio y plataforma al mismo tiempo el cual permite hoy en día interactuar, informar y generar participación entre el medio y usuario.

Parra et al. (2008) en su investigación sobre el ciber diseño en el entorno de la sociedad de la información manifiesta que el periódico digital no solo involucra el uso de las nuevas herramientas digitales también interviene en el desempeño de la labor profesional dentro de un nuevo ámbito complejo donde el usuario cumple un rol más activo ante lo cual el lenguaje multimedia exige una buena redacción y composición entre texto sonido e imagen.

Cabe recalcar que internet como medio de desarrollo tecnológico facilitó el tratamiento de la información tanto en su contenido, forma y extensión. También permitió a diferentes empresas adaptarse a una versión digital manteniendo su versión impresa, y posicionándose en este nuevo nicho de mercado como es el caso de la empresa periodística que lleva como nombre New York Times (versión impresa) y su página web denominada Time Fax (versión digital) que resume el contenido de su versión impresa.

La difusión de periódicos digitales ha sido poderosa en varios países extranjeros por lo que la mayoría de los países desarrollados tienen plataformas digitales de los periódicos más importantes, mientras que en Perú en el ámbito local podríamos decir que estamos atrasados con las nuevas tendencias de las tecnologías de la información y la comunicación.

En algunos casos, muchos de los periodistas que escriben en dichos diarios han pasado a engrosar el número de publicaciones con páginas web propias y blogs, que vienen a ser nuevas maneras de hacer periodismo. Del mismo modo la figura del periodista digital ha cobrado vida, como un nuevo modo de hacer periodismo desde una vertiente digital y

con unas características propias que le consolidan como una nueva manera de quehacer informativo.

El grado de sofisticación varía de unos países a otros. Los países más innovadores en lo que respecta tanto a contenidos como al uso de herramientas informáticas, suelen ser Estados Unidos, Inglaterra y Francia. En los países de habla hispana, España, Chile y Argentina suelen ser los punteros.

En Argentina la primera publicación digital como diario fue en la ciudad de Rosario, en el año 1994 nació el diario de matriz digital Rosario Net.

En Asia los títulos japoneses priman sobre el resto, siendo superiores tanto en el diseño como en los contenidos que aborda. La situación en Australia suele ser pareja a la del resto de países anglosajones, con unas características definitorias propias.

El periodismo digital no se restringe a un público determinado. Existen periódicos digitales como soporte de periódicos impresos, y están los que solo son medios de internet.

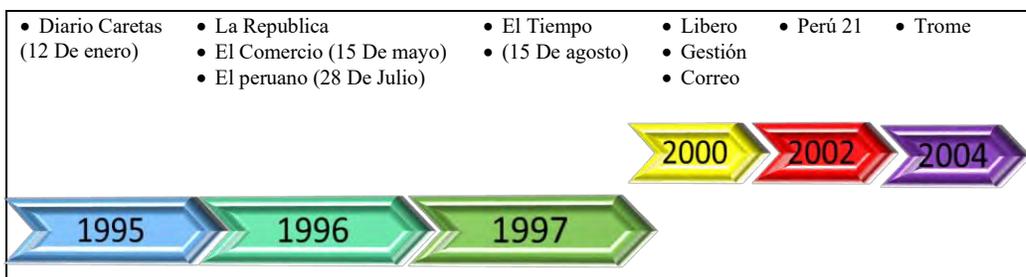
2.1.2.6. Diarios digitales en Perú

Las primeras publicaciones a través de internet datan de 1995 creados como medios de comunicación en formatos digitales, los cuales poseen una serie de características principales: multimedialidad, hipertextualidad e interactividades características propias de esta nueva red. La gran mayoría de los diarios impresos tienen su correspondiente en su edición digital.

El periodismo digital peruano es una realidad con grado de desarrollo de calidad y en proceso, en algunos casos escaso, según sea el caso de algunas empresas periodísticas.

Figura 17

Línea temporal de la aparición de los primeros diarios digitales en Perú



2.1.2.7. Diarios digitales en Cusco

Transcurrieron 24 años desde las primeras publicaciones de la prensa tradicional peruana en 1995 a través de internet, concebidos como medios de comunicación en formatos digitales. Con más de dos décadas de existencia, todos ellos poseen una serie de características principales: multimedialidad, hipertextualidad e interactividad que derivan de esta nueva plataforma.

En caso de nuestra región los periódicos el Sol del Cusco y Diario el Cusco, llegan a cumplir casi una década desde su aparición en el portal web, de tal forma que estos diarios se vieron obligados a encontrar la forma de incurrir en esta nueva red.

En el presente estas empresas periodísticas son la únicas que se encuentran inscritas y reconocidas a nivel mundial en la plataforma prensa escrita (Periódicos Diarios de Perú), gracias a la evolución tecnológica y aparición de nuevas herramientas, las empresas buscan crecer y no quedarse en lo pretérito.

La necesidad de prosperar en el campo de la información la empresa periodística del Diario del Cusco se vio influenciado por estas; para poder liderar en el mercado, mejorando la forma de transmitir una noticia a la población cusqueña.

Los avances tecnológicos afectan a la prensa, ya que modifican los hábitos de consumo de contenido de los usuarios y como consecuencia los medios llegarán a tener una constante expansión. El ecosistema digital es agitado y quienes no acepten el cambio quedarán aislados del mercado periodístico como suceden con muchos diarios locales que aún se niegan y siguen en el modelo impreso.

A 2014 aún se usó el sistema offset de la prensa impresa tomando en cuenta sus inicios en los años 1992 siendo esto el reemplazo del uso de los linotipos, el cual era uno de los primeros mecanismos para la producción material de la prensa impresa.

En la actualidad, se hace uso de nuevos términos como: Dominio, hosting, SEO, SEM, Word press.

Pérez Blanco (2016) señala, que el Periodismo debe reinventarse y gracias al creciente periodismo digital lo está consiguiendo, desde mi humilde visión pienso que los nuevos medios van a traer la forma y el fondo que necesita y está pidiendo a gritos el periodismo, necesita frescor y un gran proceso de despolitización.

Además, considero debe retomarse el buen periodismo entendido como búsqueda de la verdad, objetivismo, transparencia e imparcialidad, que una cosa es la opinión -que cada uno tiene la suya y está llena de matices y colores- y otra muy distinta la información que debe ser concisa, concreta y objetiva.

El periodismo digital no solo ha cambiado el paradigma informativo positivamente, sino que ha alterado la balanza de poder, por lo que brinda un abanico más amplio y plural, esencial para cualquier sociedad democrática. Y este buen periodismo será capaz de entregar a sus lectores información de calidad, veraz y contrastada independientemente del soporte o formato.

y ante todo debemos ser conscientes de la gran responsabilidad social que tenemos en nuestro ser y del favorecimiento de nuestra profesión al crecimiento y evolución de la sociedad, ya que sin periodismo el mundo no sería igual y por ende el periodismo digital está aportando un gran granito de arena para conseguirlo.

2.1.2.8. La labor periodística en una nueva plataforma

Díaz-Noci (2010) indica que “Desde un punto de vista organizativo se detecta una tendencia en los medios hacia la producción integrada, los profesionales multitarea, la distribución multiplataforma y la audiencia activa.” Medios de comunicación en internet: algunas tendencias ante este escenario cambiante, los profesionales de la comunicación no podemos mantenernos apartados de la realidad. Por el contrario, es tiempo de asumir nuevos retos y potencializar nuevas destrezas de escritura con características hipertextuales, criterio de selección multimedia, manejo de programas de diseño, animación o edición, gestión de contenido, entre otras necesidades demandadas por internet, sólo eso hará posible hacer frente a las nuevas exigencias de esta nueva sociedad de la información.

Como señala Salaverría (2005) nos dice que la labor periodística “Se trata de una nueva modalidad profesional del periodismo en general, porque modifica los tres procesos básicos en los que se basa esta profesión: la investigación, la producción y la difusión.”

Según Sánchez (2007) indica que el periodismo digital que es una nueva etapa del periodismo moderno argumenta que está exigiendo a sus profesionales a recordar que su trabajo no se puede quedar en el simple registro, debe avanzar en la búsqueda constante de la verdad, o mejor, de las múltiples verdades que puede tener un hecho.

Quizás la velocidad con la que ocurren los hechos en el mundo de hoy ha obligado a que se haga más un periodismo de registro, a que se limite a contar lo que sucede y a que dejen de lado la investigación y el análisis que exige la labor periodística, en virtud del cumplimiento de la función propia de los medios masivos de orientar a la opinión pública.”

Entonces, es posible concluir que la Internet nada ha cambiado la forma de hacer periodismo ni las obligaciones y responsabilidades de los periodistas. Por el contrario, lo que ha hecho es recordarlas y exigir su cabal cumplimiento, pues ya existe un medio en el que, además de necesarias, no se permite bajo ninguna circunstancia el incumplimiento de las normas profesionales y deontológicas que conlleva este oficio. Informar o comunicar. Como en cualquier ámbito del periodismo, la ética y la responsabilidad social obligan a consignar en cualquier noticia todos los elementos necesarios para su comprensión.

Briggs y Burke (2005) en su libro “Periodismo 2.0”, asevera que no necesariamente significa gente nueva o diferente. Este pensamiento innovador podría venir de la misma gente inteligente y dedicada que ha tenido éxito ejerciendo el periodismo desde antes de que Internet cambiara el juego. Sólo se deben conocer las nuevas reglas, los términos y adquirir la motivación. No debemos olvidar que el periodismo busca la verdad y utiliza los medios disponibles para informar, educar, entretener y comunicar.

Por otro lado, Armañanzas (1996) hablaba del “nuevo profesional” a raíz de las innovaciones tecnológicas.

“Con la renovación tecnológica, el periodista del diario sobre papel ha tenido que modificar sus hábitos de trabajo al asumir responsabilidades y funciones que antes no eran suyas: corrección y producción de textos, diagramación, acceso a bancos de datos para textos y fotos, entre otros cometidos. Estos cambios, a los que ha tenido que ir adaptándose,

han sido un paso intermedio para lo que el nuevo periodista, el 'periodista electrónico', si se nos permite llamarle así al que tiene que trabajar en contacto con las redes telemáticas, empieza a asumir al enfrentarse ante un nuevo medio.

Al igual que el medio electrónico (cuyo futuro aún desconocemos), la figura del nuevo profesional está por crearse; los periodistas tendrán que aprender a trabajar para un sistema multimedia porque van a recibir y emitir información de diferente modo" (Armañanzas et al., 1996).

En este panorama estaríamos hablando entonces de un "comunicador multidominio" que cumple una labor muy significativa. Se trata de un profesional que, como producto de su formación académica, debe ser competente para trabajar en la construcción de inteligencias colectivas. Para ello debe entender que las posibilidades de la inteligencia son las de dar orden y sentido a un variado cumulo de información, emociones, producidos, en esta cuestión, por internet.

2.1.2.9. Los medios digitales

En épocas anteriores las formas de obtener información eran unas tantas escasas teniendo como único medio la entrevista personal, libros, documentos escritos e impresos y la radio con la invención de la televisión se dio paso a un nuevo medio para registrar, presentar y transmitir la información; sin embargo, esta quedo un tanto desplazada por la computadora la cual revoluciono el modo de mantener, organizar y producir tal información.

2.1.2.10. Internet y los medios digitales

Díaz-Noci (2010) indica que la presencia de internet revolucionó casi de manera completa la dinámica de los medios de comunicación e información masiva, conjugando

las ventajas de la televisión, la radio y la prensa escrita, creando de tal manera un nuevo concepto interesante y llamativo respecto a cómo hacer periodismo en la era digital poniendo así en alerta a dueños y directores de medios tradicionales incluyendo a los propios periodistas sobre las variadas posibilidades informativas que brinda la Red.

Los medios digitales deben crear contenido pensado en varios niveles en una misma plataforma, recordar que existen múltiples servicios y herramientas que permiten comunicar mejor a nivel global. Otro aspecto que representa un reto para los medios de comunicación en internet es el idioma. Si bien tenemos a nuestra disposición servicios sociales, para comunicar de forma multimedia, también debemos pensar en los otros factores de forma que pueden limitarnos. Por ejemplo, el periódico español El País contempla una versión en inglés para que el idioma no sea una barrera.

El internet y la web en las últimas décadas del siglo pasado, hicieron surgir nuevas herramientas digitales adecuadas para el oficio periodístico como las páginas webs, los blogs, redes sociales como Twitter, Facebook, entre otros.

Algunos materiales como las cámaras de video y las fotográficas, así como las grabadoras sufrieron cambios en sus aspectos y características adquiriendo más propiedades de uso y amoldándose a una nueva generación también fueron afectadas con mejores y nuevas tecnologías disruptivas como ejemplo los celulares y los drones.

Hoy en día los teléfonos celulares sirven como una plataforma que integra todas las herramientas digitales necesarias de internet, siendo medio de transmisión de información más global y de uso más frecuente, seguido de las tablets y computadoras (portátiles y estacionarias).

Nos encontramos en un contexto en el que el formato de publicación digital está logrando más aceptación debido a su sencillez y puntualidad, las redacciones digitales e impresas están confluyendo.

De allí que, como conclusión, es posible señalar que la Internet trajo más cambios de forma que de fondo en lo que al periodismo se refiere. Resulta importante entonces establecer el grado de uso de las herramientas digitales para la labor diaria en el medio impreso.

Nuestra sociedad ha sido irrumpida por los medios digitales con tal fuerza que revoluciono totalmente la prensa escrita y lo seguirán haciendo en los próximos años. Tomemos en cuenta que un diario online se actualiza durante todo el día (al momento), con las noticias de actualidad, mientras que un diario en papel, (prontamente), se actualiza de un día para el otro con las noticias del día anterior.

Por otro lado, al mismo tiempo se dé la interacción del público con el medio. Ahora con los medios digitales el público puede comentar las noticias de forma inmediata o ser él mismo, el informador (periodismo ciudadano). Esta irrupción no solo implica únicamente el uso de aparatos digitales, sino el cambio cognitivo que incluso está revolucionando nuestra manera de pensar (nuestro cerebro).

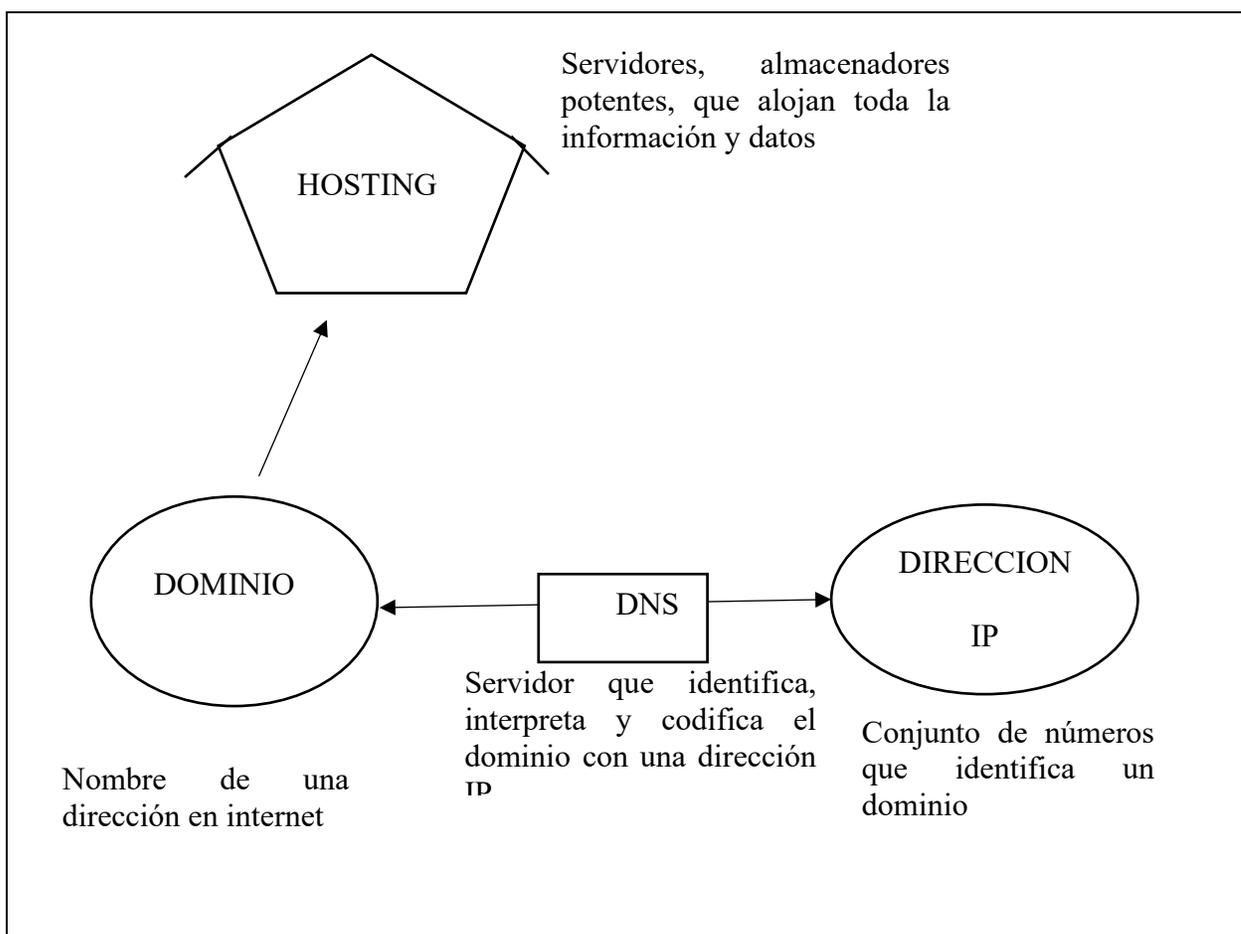
El desmesurado y vertiginoso crecimiento de la plataforma virtual (internet) trajo consigo una avalancha de cambios tecnológicos de tal forma que su uso se ha ido extendiendo de manera exponencial, constituyendo así un nuevo escenario para las diferentes profesiones, siendo una de ellas el periodismo; el cual con la aparición de los diarios online fue integrando el concepto de periodismo digital como un nuevo género.

Atendiendo la clasificación de Martínez José Luis (2006), estaríamos hablando de una cuarta etapa del periodismo moderno: la del periodismo global.

Podemos entonces en la actualidad hablar también sobre un periodo denominado periodismo moderno el que fue abriéndose espacio gracias a la red digital. El periodismo escrito evoluciono a pasos agigantados de la mano de las TIC, los avances en el campo tecnológico, la existencia de cada vez más y mejores dispositivos, así como las nuevas posibilidades de acceso a espacios y entornos digitales, hacen de ésta una evolución continua.

Figura 18

Características de la página web



2.1.2.11.Descripción de página digital:

Figura 19

Secciones de la página web del diario El Sol del Cusco



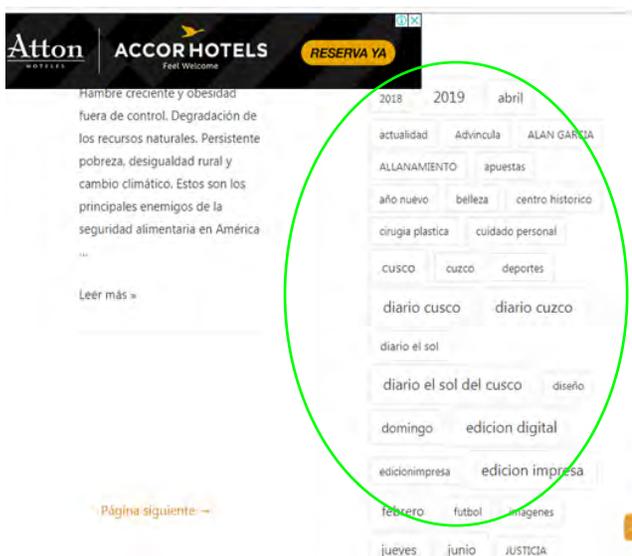
Nota. Tomado de Diario El Sol del Cusco (s. f.)

Esta web posee 7 secciones

Presenta hipertextualidad en sus diferentes secciones y carece de espacios para la interactividad con el usuario.

Figura 20

Hipertextualidad de la página web del diario El Sol



Nota. Tomado de Diario El Sol del Cusco (s. f.)

Desde un primer inicio se observa publicidad llamativa

Figura 21

Publicidad en la página web del diario El Sol



Nota. Tomado de Diario El Sol del Cusco (s. f.)

Posee una sección donde se mantiene la versión impresa tal cual al analógico.

Figura 22

Sección de la página web del diario El Sol en la que aparece su versión impresa



Nota. Tomado de Diario El Sol del Cusco (s. f.)

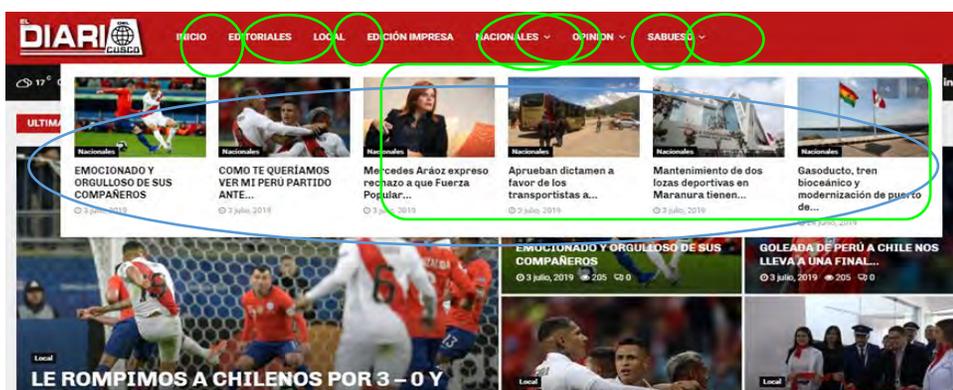
Por otro debemos advertir que este diario cuenta con una sola página web, se puede aún visualizar en el buscador otro enlace con el mismo nombre, cabe explicar que el anterior diseñador web se queda con el dominio debido problemas internos.

2.1.2.11. Descripción de página digital Diario del Cusco

Tiene un diseño actualizado y presenta hipertextualidad a simple vista, cuenta con 7 secciones:

Figura 23

Secciones de la página web del Diario del Cusco



Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

Se observa únicamente la presentación de la imagen de sus noticias en la sección de inicio

Posee vínculos y enlaces con redes sociales

Figura 24

Vínculos y enlaces con redes sociales en la página web del Diario del Cusco

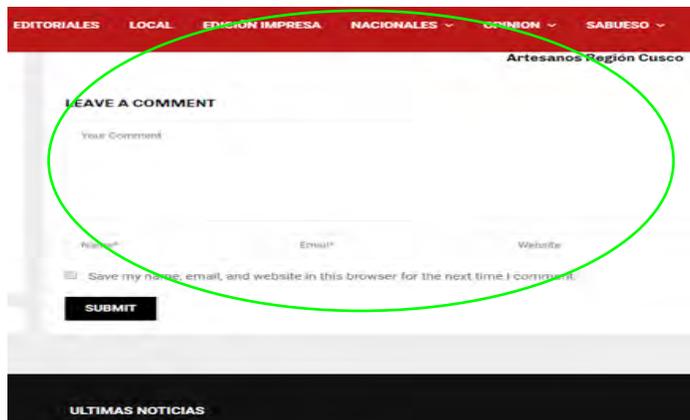


Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

Posee medio para la integración con el usuario:

Figura 25

Opciones de interacción con el usuario en la página web del Diario del Cusco

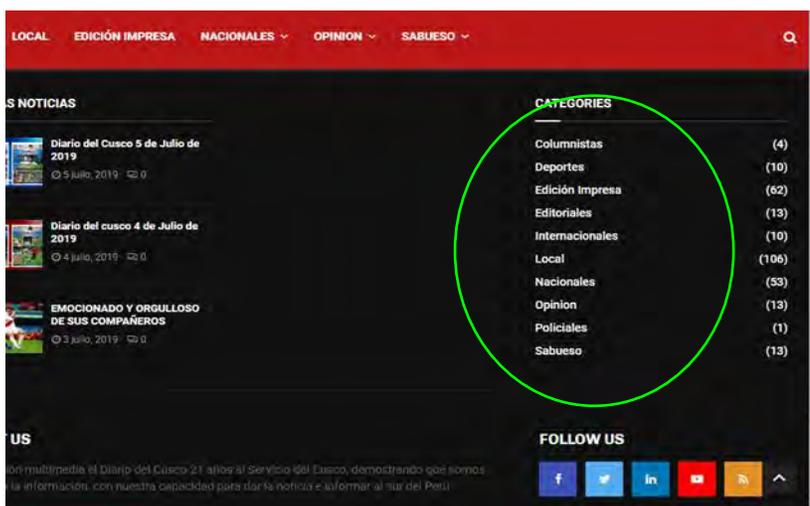


Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

Posee un apartado de categorías.

Figura 26

Categorías en la página web del Diario del Cusco



Nota. Tomado de Diario del cusco (s. f.)

2.1.2.12. El periodista frente al cibermedio

Albornoz (2007) indica que el periodismo como tal requiere de múltiples habilidades por parte de los periodistas, el uso de la tecnología será infaltable en su labor, así como el aprovechamiento de las herramientas que ofrece el internet. Sin embargo, las generaciones más antiguas de periodistas reclaman a las nuevas por el “facilismo”. “Si no sales a reportear no eres un verdadero, periodista” son frases que se escuchan muy a menudo en una sala de redacción.

No obstante, no toman en cuenta que son otros los desafíos a los que se enfrentan los nuevos periodistas, los acontecimientos no esperan, y si los ciudadanos se convierten

en periodistas, es mejor; si la información llega a través de un teléfono celular, pues se tiene la premisa, solo faltará quien atestigüe los hechos.

Un texto periodístico propio para la red aún no existe, todavía vemos el típico “copy - paste” de la versión impresa a la digital o viceversa. Aunque en apariencia cuente con interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, aún debe trabajar duro para potenciar estas características dentro del medio.

En los últimos tiempos las empresas editoras de prensa se han visto obligadas a reinventarse como consecuencia de la revolución tecnológica. Históricamente, estas han apostado siempre por la innovación y la incorporación de la tecnología, aplicándose no solo a mejorar las fórmulas de producción, sino también a la búsqueda de nuevas formas de comunicar y por ende a la búsqueda de nuevos mercados llevando sus noticias al máximo público en el mínimo tiempo y al mínimo coste.

El desarrollo de internet, la aparición de diferentes dispositivos digitales (tanto fijos como móviles), y la adopción masiva de estos por parte de los consumidores, han traído consigo una nueva forma de aprovisionamiento de información por parte de los lectores. Lo que ha llevado al replanteamiento completo del negocio desde la estrategia de explotación de los canales de distribución hasta la necesidad de la búsqueda de nuevas formas de ingreso, pasando por la transformación en el tratamiento de la información ante la aparición de nuevos oferentes en el mercado de los medios digitales.

En la investigación de Castro Alcántara (2015), se señala que internet sirvió para cambiar la práctica del periodismo, la manera de acceder a estos, dejando en claro que los tiempos han cambiado: Por ejemplo, si antes nos preocupábamos en buscar un titular que

impactara a primera vista al lector, hoy tenemos que preocuparnos por eso y también porque los buscadores te encuentren y te indexen.

Los cambios también han afectado en la medida en que el éxito ya no se mide en los quioscos, sino en los clics que puede conseguir una nota. Las formas de financiación de los medios, la publicidad, la credibilidad de los periodistas y la reputación de las empresas periodísticas ahora se discuten también en un nuevo espacio. Ya nada es igual en el periodismo.

El editorial periodístico en línea, a diferencia del tradicional periódico en papel, lleva más trabajo de oficina. La información se recopila no sólo de fuentes tradicionales (crónicas, entrevistas, agencias de prensa, entre otros), sino también de fuentes encontradas en internet. Los editores deben saber cómo usar los idiomas multimedia, porque la información que utilizan no son sólo textos escritos, sino también imágenes, videos o archivos de audio.

De Santis (2014, citado por Albertini, 2016) detalla algunas de las cualidades que debe tener un periodista digital:

Criterio de edición fotográfica.

Conocimientos básicos de programación web (como códigos HTML), manejo de plataformas de publicación online, cámaras, programas de edición de archivos sonoros, video y fotografías, etc.

Reconocimiento de tendencias en las redes sociales. “Detectar las tendencias es tan importante como saber qué es lo que más se lee”, dice De Santis (2014).

Uso de distintas aplicaciones y servicios de mensajería, como Skype, WhatsApp y otros. (p. 197) Sin embargo la libertad de expresión tiene que dejar de ser la excusa para quitarle al periodismo su estatus profesional: Opuestamente a lo que tantas veces se ha afirmado, la mejor defensa de la libertad de expresión no está (por lo menos en lo que al Periodismo se refiere) en practicar una política de puertas abiertas donde todos quepan independientemente de su sapiencia y responsabilidad.

Para con esta ciencia-arte de incuestionable valor social; reside, en cambio, en saber garantizar una mayor capacitación y autonomía por parte del periodista, requisito indispensable para el cumplimiento eficaz y eficiente del derecho a la información reconocido a cada ser humano” (Real, 2005, p.509).

Uno de los problemas fundamentales para los periodistas digitales es sin duda la inmediatez con la que deben de trabajar para ubicar sus notas como primicias frente a la competencia.

2.1.3. Evolución del periodismo

Ruiz, R. (2009), indica que es un proceso de cambio o transformación de algo que se da de forma gradual. Diferentes cosas pueden ser objeto de evolución y no solo se limita a cosas, también pueden ser situaciones, ideas, estados, etc. La palabra evolución también se emplea para describir el movimiento de algo o alguien de un lugar a otro.

Un proceso de evolución no ocurre de un instante a otro, requiere mucho tiempo para realizarse. Por esta razón, no siempre somos capaces de presenciar o notar la evolución de las cosas. Sin embargo, existen algunas pequeñas excepciones que podemos observar a tiempo real cómo se produce dicha evolución.

El significado de la palabra evolución ha cambiado. Al día de hoy, de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, las acepciones más comunes son las de un “Proceso continuo de transformación de las especies a través de cambios producidos en sucesivas generaciones” o el “Desarrollo de las cosas o de los organismos, por medio del cual pasan gradualmente de un estado a otro.

Un aspecto clave en la formación del concepto fue sin lugar a dudas el impulso teórico que dio a la idea Jean Baptista de Lamarck (1744-1829). Pese a no utilizar el término evolución para describir la transformación progresiva de las especies, dejó sentadas las bases de una forma de pensamiento. En deferencia a su mentor George Louis Leclerc, conde de Buffon (1707-1788), habló de un proceso inverso a la degradación propuesta por aquél. A partir de esta idea, fue surgiendo el concepto moderno de la evolución.

2.1.3.1. Evolución histórica del periodismo

La historia del periodismo es el punto de partida para el estudio y análisis de la evolución de las ciencias sociales en general, y del periodismo como ciencia social en particular. Sólo desde el conocimiento de las distintas formas de hacer periodismo que se han correspondido con diferentes fases históricas, podemos analizar con coherencia la evolución del periodismo y desde esa perspectiva, estudiar en la actualidad las posibles evoluciones futuras que sobre el quehacer periodístico se ciernen desde estos primeros años del siglo XXI.

El conocimiento de la historia del objeto de nuestra atención científica, Casasús y Roig (1981), afirma que la evolución es la mejor garantía para asegurar que los avances técnicos y profesionales del periodismo no quedan únicamente al albur de la improvisación frívola o las supersticiones esnobistas, sino que son el resultado de dominar

intelectualmente los resortes que determinan el sentido de la historia y sus tendencias de futuro.

La etapa histórica de lo que entendemos por periodismo moderno arranca a mediados del siglo XIX.

Autores como Ángel Benito (1982) sitúan el inicio de esta etapa en el año 1850, fecha alrededor de la que podemos ubicar la primera industrialización. A pesar de que esta etapa en la vida del periodismo se prolonga hasta 1920,

A lo largo de esta etapa, que se corresponde con el desarrollo del parlamentarismo, se cultiva una prensa escasamente informativa en la que predominan los comentarios de opinión, fundamentalmente políticos, y que acaban por estructurar una etapa que conocemos hoy como de periodismo ideológico.

En las dos últimas décadas del siglo XIX comienzan a tomar cuerpo nuevos enfoques en el trabajo periodístico. Las informaciones entendidas como relatos de hechos sucedidos comienzan a coger impulso en las páginas de los diarios. Desde 1870 en Inglaterra y posteriormente en Estados Unidos comienza a imponerse un nuevo estilo periodístico que se basa en el relato de hechos. En los últimos 30 años del siglo XIX aparecen también las estructuras textuales para contar mejor las historias. En primer lugar, y a raíz de la guerra civil norteamericana, la estructura homérica o nestoriana o relato de doble final. Posteriormente, unos años más tarde, la estructura de pirámide invertida, puesta en circulación por la agencia de noticias Associated Press.

Desde 1870 y aproximadamente hasta 1920 coexisten estas dos formas de hacer periodismo: el periodismo ideológico y el periodismo informativo. Finalizada la Primera Guerra Mundial y fundamentalmente alrededor de 1920 se puede decir que el periodismo

informativo desplaza al ideológico y acaba por imponerse en casi todos los países industrializados occidentales.

A lo largo de unos 30 años, desde 1920 hasta 1950, el periodismo informativo alcanza su máxima implantación, de la mano de los rapidísimos cambios tecnológicos que se incorporan a la producción periodística. En esta fase se desarrollan también muy variadas formas de expresión lingüística para relatar los hechos o lo que conocemos como noticias.

Este cambio que va del periodismo ideológico a la implantación del periodismo informativo en los años treinta a cincuenta del siglo XX, tiene, en palabras de Casasús y Roig (1981) dos grandes características: «1) con respecto a la tradición anterior, tendía más a la eficacia de la transmisión de contenidos directos que a las figuras del lenguaje; 2) con respecto a la estructura, y por causa múltiples y diversas, tendía a instaurar la hegemonía del orden retórico del interés decreciente por encima de otros modos o esquemas».

Este proceso que va desde el auge del periodismo ideológico, pasa por la coexistencia con el periodismo informativo y finaliza con la implantación de este último, se configuró, en palabras de Casasús y Roig (1981, p. 22), «a partir de la combinación y de las influencias entre diversos factores tecnológicos, económicos, políticos, profesionales, estilísticos y, en definitiva, comunicativos».

Desde el final de la Segunda Guerra Mundial el periodismo moderno entra en una tercera etapa que se caracteriza por la profundidad en el tratamiento temático. La aparición de la radio y la televisión y su implantación como medios para la difusión de informaciones, obliga a la prensa escrita, con una menor inmediatez, a hacer un esfuerzo especial para la difusión de sus mensajes periodísticos.

A la rapidez que ofrece la radio y la televisión, la prensa escrita opone la profundidad y la reflexión. Es el momento del periodismo explicativo o interpretativo, en el que el relato de los hechos se combina con las interpretaciones que el periodista hace de ellos. Es la implantación de géneros que utilizan de forma combinada el relato con el comentario. Es una etapa que se conoce con el nombre de periodismo de explicación o periodismo de profundidad.

A estas tres grandes etapas de la historia del periodismo les corresponde también distintas formas de expresión y comunicación. Unas son meramente lingüísticas, es decir, utilizan el lenguaje escrito para la difusión de mensajes periodísticos (texto escrito); otras son no lingüísticas, es decir, utilizan códigos icónicos para la difusión de mensajes (fotografía); y unas terceras son paralingüísticas, es decir, provienen de la combinación de los dos lenguajes anteriores (infoperiodismo).

Fontcuberta (2017) manifiesta que la etapa del periodismo ideológico se corresponde con un quehacer periodístico doctrinario y moralizante, con ánimo proselitista, al servicio de ideas políticas y religiosas. Una prensa con muy pocas informaciones y muchos comentarios. «En esta primera etapa se consolida el género que los sajones denominan comment, que podemos traducir por comentario o artículo en sus diferentes variables, y que nosotros llamamos géneros de opinión».

La etapa del periodismo informativo, que empieza a mostrarse a partir de 1870 y que se implanta en el mundo occidental después de la primera guerra mundial, se caracteriza por el predominio de «la narración o el relato de hechos (que los sajones denominan story), con una gama de especialidades a las que nosotros denominamos géneros periodísticos informativos: noticia, crónica y reportaje».

La tercera etapa del periodismo se corresponde con la explicación y la profundidad. Se trata de un periodismo en el que aparecen juicios de valor junto a la narración de los hechos. «En ocasiones, los comentarios aparecen incluso dentro de la propia narración o relato, aunque diferenciados tipográficamente. Aparece entonces una variante del género que tiene un gran auge en esta etapa: el reportaje de profundidad».

En esta última etapa acaban por consolidarse también los géneros periodísticos no estrictamente lingüísticos. Así, el desarrollo tecnológico de esta época permite la consolidación de la fotografía, que pasa de ser un mero material de apoyo al texto a un género con todas sus cualidades específicas. Otro tanto ocurre con la infografía, que combina a la perfección la imagen textual y la icónica y las ensambla para consolidar un nuevo género, el infoperiodismo, que alcanza su despegue en los últimos años del siglo XX.

2.1.3.2. Difusión del medio

Martínez de Sousa (1992) dice que el periódico es un medio que abarca masivamente, presentando una información más profundizada que conlleva un proceso de producción de elementos propios como diagramación de imágenes, texto, impresión y distribución lo cual genera que la noticia no se difunda de manera inmediata ocasionando a hoy; que el lector le reste interés a acceder a este medio que durante años tuvo su espacio, muy a pesar que la evolución tecnológica trajo consigo a la radio y la televisión.

Hasta hace poco el hombre esperaba con ansias en los quioscos para obtener el periódico e informarse sin embargo con las nuevas invenciones hacen que el periódico pierda lectoría quedando en el olvido de modo que el lector se convierte en receptor y emisor de la información

a la vez con el uso de equipos telefónicos creando un nuevo grupo de personas ejerciendo el periodismo ciudadano en el que cualquiera emite información y transmite hechos impactantes a través de streaming lanzando información del momento.

2.2. Marco conceptual

Prensa impresa

Eco (1990) conceptúa que un medio accesible a todos y podemos utilizar - lo como instrumento para desarrollar nuestra labor educativa en todas las áreas de conocimiento y en distintos niveles del sistema educativo. Sirve de soporte idóneo para el desarrollo de contenidos históricos, éticos, lingüísticos, artísticos... pero al mismo tiempo debe ser objeto de estudio en sí mismo.

Evolución

Según el Equipo editorial Etecé, (2021) se refiere al cambio de condición que da origen a una nueva forma de determinado objeto de estudio o análisis. Es importante marcar que las evoluciones son procesos graduales, cambios que se dan paulatinamente y que se pueden observar solo a través del paso del tiempo.

Internet

Según la Real Academia Española (2014) es una red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.

Ciberperiodismo

Aliaga (2017) indica que también se le denomina periodismo digital, se basa de internet, redes y dispositivos digitales para investigar, producir y publicar contenidos periodísticos. El

periodismo online utiliza novedosas herramientas que lo diferencian de la forma tradicional de hacer periodismo.

Plataformas digitales

Pardo, S. (2009) dice que es un lugar de Internet que sirve para almacenar diferentes tipos de información tanto personal como nivel de negocios.

Internauta

Herrera (2012) señala que es utilizado normalmente para describir a los usuarios habituales de Internet y/o de las redes. Un internauta es todo aquel que navega con frecuencia en Internet (la red de redes) y/o en otras redes similares.

Medio digital

Vargas, C. (2019) dice que se refiere a cualquier medio codificado en un formato legible para máquina. Los medios digitales se pueden crear, visualizar, distribuir, modificar y preservar en dispositivos electrónicos digitales. Programas informáticos y software; imágenes digitales, vídeo digital; videojuegos; páginas web y sitios web, incluyendo los medios de comunicación social; de datos y bases de datos; de audio digital, como MP3; y los libros electrónicos son ejemplos de medios digitales.

Herramientas digitales

Martínez (2012) señala que son softwares intangibles que se encuentran en las computadoras, o en dispositivos electrónicos como celulares, Tablet, etc. Estas tienen el fin de facilitar las tareas de la vida cotidiana.

Multimedia

Hoffstetter, F. (2004) conceptúa que es el medio que puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc.

Redes sociales

Gallego, (2010) plantea que es un término originado en la comunicación. Estas se refieren al conjunto de grupos, comunidades y organizaciones vinculados unos a otros a través de relaciones sociales.

Periodismo digital

Marañón (2014) indica que es la rama del periodismo que ha evolucionado en la era digital y que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos.

Periodista digital: Marañón (2014) Es el nuevo perfil del periodista, determinado por las dinámicas veloces de lo digital, con conocimientos de las herramientas 2.0 para la administración y programación de redes sociales e Integración profesional con la Internet y conocimiento de los horarios de mayor afluencia.

2.3. Antecedentes de la investigación

Existen diversos estudios del proceso evolutivos de la prensa escrita al medio digital, para ello recurrimos a los antecedentes del periodismo. Como en muchos casos se ha visto que la tecnología intervino en muchas profesiones a ello no fue ajeno el periodismo que abarco nuevos horizontes para adaptarse y posicionarse en un mercado más joven. En la historia del periodismo estas son las investigaciones realizadas.

2.3.1. Antecedentes internacionales

- a) Gallardo, S. (2012). *Periodismo Digital: Análisis Comparativo de la Prensa Escrita y su Versión Digital. Estudio de caso: El tratamiento de las Discapacidades en el Diario el Comercio Quito- Ecuador* [Tesis a licenciado, Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio digital de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7148>

El objetivo En esta disertación se pretende analizar las principales características diferenciadoras entre las versiones impresa y digital del periódico El Comercio, puntualizando en el tratamiento de las noticias de discapacidad, e indagar en la accesibilidad de internet en Ecuador por parte de todos los usuarios.

Las conclusiones, la redacción de un periódico impreso es muy diferente a la de un digital, porque los soportes en los cuales se envía el mensaje son distintos, dentro de éste último se engloban tres componentes esenciales: la hipertextualidad, la interactividad y multimedialidad que redefinen la relación emisor-receptor, por consiguiente se abre el camino a una retroalimentación real y permanente que permite un periodismo inclusivo donde la información no se esconde, no se atenúa, ni se mitiga.

Los diarios nacionales no utilizan de forma eficaz los recursos técnicos que internet ofrece, solo hacen uso de fotos simples, no incluyen audios, videos o foto galerías, como sucede en algunos diarios internacionales que aprovechan al máximo estas herramientas. Las partes gráficas y multimedia de diario elcomercio.com deberían ser explotadas y potencializadas, al igual que el hipervínculo ya que su uso es muy limitado, no tienen enlaces externos que permitan el contraste con otra información.

- b) Solís B. (2016) *Evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales como soporte publicitario; como estudio comparativo entre las inserciones publicitarias del periódico “El Mundo” y las del periódico digital.*[Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid].

El objetivo de esta investigación busca exponer que los medios digitales buscan posicionarse frente a los medios tradicionales, como un soporte publicitario.

Como parte de la evolución del proceso tecnológico los periódicos han ido perdiendo el poderío de la publicidad, quedando desplazados por medios digitales que han abarcado a una población cibernética.

Tras la investigación realizada, se ha dejado abiertos una serie de temas interesantes respecto al futuro de la prensa digital los cuales se menciona a continuación:

- ❖ Los medios de comunicación se encuentran en constante cambio debido al acelerado entorno digital el cual produce vertiginosos avances y modificaciones en el ámbito periodístico y publicitario, volviéndose más eficaces, accesibles y prácticos. Los medios de comunicación y la publicidad deben adaptarse, porque los usuarios, es decir, el destinatario final hoy en día es muy diferentes, tanto en sus hábitos y costumbres como en los productos que consumen y el momento en el que lo hacen.

Ante esta situación los periódicos atraviesan un momento delicado con problemas estructurales en su actividad, padeciendo una indudable falta de adaptación difícil a los nuevos tiempos, pues la actividad de los periódicos es dependiente de procesos industriales pesados y costosos, ya que en sus redacciones predominan los profesionales monocultivo.

- ❖ Se da la posibilidad de que uno de los principales problemas de los periódicos es que estos estén dejando de ser atractivos para sus lectores convirtiéndose en uno de los motivos por los que se venden menos ejemplares puede ser porque han dado la espalda a la sociedad, debido principalmente a sus propios contenidos y no tanto a consecuencia de Internet como enemigo.
- ❖ Los periódicos se han aventurado a la inserción en el medio digital por no perder posiciones ante la competencia y por presentar un aspecto innovador con el fin de atraer a un tipo de lector más joven, el mismo que decrece en la edición de papel.

2.3.2. Antecedentes nacionales

- a) Diaz T. (2020) Estudio del Periodismo Digital Como Opción Laboral para los Egresados de la Especialidad de Periodismo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa[Tesis doctoral, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa].repositorio institucional de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10498>

El objetivo Analizar la situación del periodismo digital en Arequipa y determinar su incidencia en la opción laboral de los egresados bachilleres 8 de la especialidad de Periodismo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín.

Conclusiones, Primera: El periodismo digital en Arequipa muestra un desarrollo limitado: 29 de los 30 medios periodísticos digitales estudiadas se han desarrollado en la plataforma de Facebook, mientras que aproximadamente la mitad poseen cuentas de Twitter y YouTube. Sin embargo, pocos de estos medios decidieron incursionar en las Portales Web. Ninguno amplió su visión a los Weblog, Mashup y aplicaciones para teléfonos móviles inteligentes.

Segunda: Entre regular a completa es la aplicación de las características del periodismo digital en los medios analizados en sus plataformas de Portal Web, Facebook, Twitter y YouTube: todos cuentan con documentación ilimitada, y en diferentes porcentajes con Hipermedialidad. La Hipertextualidad fue aplicada en todas las plataformas menos en Facebook. La Interactividad también fue hallada en todas, menos en YouTube, al igual que la Actualización de contenidos. YouTube solo posee 3 de las 6 características.

- b) Yezers'ka, L., & y Zeta, R. (2016). *Veinte años de medios digitales en el Perú*. Universidad Anuncio de Piura. <https://www.researchgate.net/publication/306441049>

Este informe expone datos respecto al ciberperiodismo peruano el cual se encuentra en constante crecimiento y desarrollo, La tendencia es que internet ya no se perciba como un “nuevo medio”, sino que el entorno digital se aprecie como “normal”. Se aprecia las apariciones de tendencias como la convivencia de lo analógico y lo digital dando realce a la característica respecto a que la prensa es un sector dinámico en Perú, el cual se manifiesta mediante el incremento del número de usuarios y demandas a ciertos temas consultados en el medio digital.

Los jóvenes quieren acceder al consumo de forma simultánea a través de múltiples dispositivos y conexiones, lo que demanda a la prensa a una innovación constante y dinámica para acceder a una información en tiempo real

2.3.3. Antecedentes locales

- a) Cáceres, N., & Zevallos, M. (2015) *El Género Periodístico Mixto en los Diarios Cusqueños: El Sol, El Comercio, y el Diario del Cusco*. [Tesis a licenciado, Universidad de San Antonio Abad del Cusco].
<https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/161>

Objetivo, demostrar que la confluencia de los géneros periodísticos de información, opinión e interpretación (género mixto) influye en la estructura de la redacción de las noticias de los Diarios: El Sol, El Comercio, El Diario el Sol del Cusco y El Diario del Cusco.

Conclusiones, Primero El Diario del Cusco, El Sol y El Comercio, han incorporado en la redacción de las noticias la confluencia de los géneros de información, de interpretación y de opinión.

Segunda: La redacción de noticias con contenido opinativo no contribuye claramente a despejar dudas o brindar un mejor panorama al lector, tampoco responde a la necesidad profesional por comunicar mejor la noticia.

Tercera: Los lectores de los diarios El Sol, El Comercio y El Diario del Cusco, consideran que en muchas de las noticias priman la opinión de los periodistas por encima de la narración e interpretación de los hechos.

- b) Trujillo, G., & Villafuerte, W. (1988). *Nuevas tecnologías del periodismo impreso y cambios en el Diario el Sol del Cusco* [Tesis a licenciado inédito]. Universidad de San Antonio Abad del Cusco]. Afirman que los cambios tecnológicos han contribuido en el avance del periodismo impreso mejorando la aceptación por parte de sus lectores e incrementando su prestigio, el reto de estas tecnologías es, su uso adecuado con moderación y sentido realista para ser herramienta en el uso para la solución de los problemas dentro de la sociedad.

Por otro lado, el personal del diario se ha visto en la obligación de capacitarse por cuenta propia sin apoyo de la empresa respecto al uso de las nuevas tecnologías de la información.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

El propósito de la investigación es analizar el proceso evolutivo de la prensa escrita al medio digital en los diarios el El Sol y el Diario del Cusco 2012 – 2017, en vista que los medios tecnológicos pusieron en evidencia la necesidad de reinventarse para un nuevo nicho de mercado, para el presente proyecto se formularon las siguientes hipótesis:

3.1.1. Hipótesis general

El Diario El Sol y el Diario del Cusco evolucionaron sus contenidos de acuerdo a las exigencias del medio digital.

3.1.2. Hipótesis específicas

- a) El Diario El Sol y el Diario del Cusco presentan como principal diferencia la instantaneidad de la información en su versión digital.
- b) El esquema de la versión escrita al medio digital de El Diario El Sol y el Diario del Cusco se modifica según las necesidades de los lectores.

3.2. Identificación de variables

- Variable independiente
Internet
- Variable dependiente
Prensa impresa
- Variable Interviniente
Evolución

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 3

Cuadro de operacionalización

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items
Variable independiente: Internet	Páginas web	Aplicativos webs (Word press, Joomla).	Cantidad de visitantes, nivel de participación.
	Contenidos	Redacción, estilo periodístico.	Noticias, publicidad, entretenimiento.
Variable dependiente: Prensa impresa	Tiraje	Cantidad de impresión.	Número de ejemplares.
	Circulación	Local, nacional, internacional.	Alcance de lectores.
Variable interviniente: Evolución	Historia	Trascendencia	Impacto positivo y/o negativo
	Desarrollo	Nivel de desarrollo, control de modificación	Índices de productividad, Índices de satisfacción respecto a la modificación

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. **Ámbito de estudio**

La investigación se realiza en el departamento de Cusco, provincia de Cusco lugar donde la sociedad (profesionales de periodismo) se desarrolla y avanza a pasos agigantados frente a los cambios tecnológicos,

Es así como profesionales asumen retos y potencializan nuevas habilidades en la escritura con rasgos hipertextuales, criterio de selección multimedia, manejo de programas de diseño, animación o edición, gestión de contenido, entre otras, surgidas gracias a las exigencias y facilidades de internet.

Figura 27

Mapa de la provincia del Cusco



Nota. Tomado de la Municipalidad Provincial de Cusco (2015)

4.2. Tipo y nivel de investigación

El estudio ha optado por una metodología mixta (enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo).

“Actualmente, se puede observar una posición más ecléctica por parte de algunos expertos, y esta tendencia se puede encontrar en algunos estudios en donde se busca dar, tanto una explicación de los hechos (enfoque cuantitativo) como una comprensión de estos (enfoque cualitativo). Lo que puede contribuir a anular los posibles sesgos de la investigación y fortalecer el proceso investigativo” (Barrantes, 2002, p. 73)

Se consignaron datos a través de técnicas cuantitativas y cualitativas, mediante la triangulación y utilización de varios métodos en un mismo estudio para incrementar la validez del análisis y las inferencias.

Figura 28

Diseño de triangulación concurrente

Diseño Triangulado.



Nota. Tomado de Creswell y Plano-Clark (2007).

El diseño de triangulación es el más sobresaliente de los cuatro diseños definidos en el método mixto (explicativo-secuencial, exploratorio-secuencial, estrategia concurrente de triangulación y anidado concurrente).

La intención de este diseño es armonizar las virtudes de ambas metodologías para conseguir datos complementarios acerca de un mismo problema de investigación, después comparar los datos producidos por ambas metodologías, realizándose el estudio en una única etapa con lo cual paralelamente recolecta, procesa y analiza la información adquirida.

El método de triangulación es comprendido como técnica de confrontación y herramienta de comparación de diferentes tipos de análisis que contribuye a validar un estudio de encuesta y resaltar los resultados que se obtienen. Lo más interesante de este modelo es triangular o recoger datos tanto cuantitativos como cualitativos, al mismo tiempo, y para integrar las dos formas de datos para comprender mejor un problema de investigación.

4.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis de investigación se reduce a un número de periodistas que laboran en el servicio de producción de noticias en los diarios El Sol del Cusco y Diario del Cusco, según edad; a continuación, presentamos el cuadro que evidencia la categorización de personas a evaluar:

Tabla 4

Clasificación de muestra a evaluar

35	Medida del universo (Diario El Sol y El Cusco)
50 %	Sexo
3%	Margen de error
97%	Nivel de confianza
21	Muestra

4.4. Población de estudio

Estableció como segmento general a las empresas periodísticas en su plataforma digital en el departamento del Cusco, dicha población de estudio está conformada por los directores y trabajadores de los diarios El Sol del Cusco y Diario del Cusco.

4.5. Técnicas de selección de muestra

Para procesar la información recolectada y para el análisis estadístico se utilizó el software hoja de cálculo Microsoft office Excel, SPSS, y se presenta en gráficos de Histograma para hacerla de una manera más didáctica y de fácil interpretación.

4.7. Técnicas y herramientas de recolección de información

4.7.1. Técnicas

- ❖ Se aplica la técnica de la observación sobre el manejo de herramientas digitales a trabajadores de los diarios El Sol y el Diario del Cusco.
- ❖ Encuestas en persona, a periodistas que laboran en los diarios El Sol y el Diario del Cusco.
- ❖ Entrevistas a los directores de las empresas periodísticas El Sol y el Diario del Cusco.

4.7.2. Herramientas

- ❖ Para el registro de avance y producción de los medios digitales de los diarios El Sol y el Diario del Cusco, se empleó un cuadro de observación.
- ❖ Se aplicó un cuestionario con respuestas cerradas, para el desarrollo de las encuestas.
- ❖ Para la obtención de valiosa información se aplicó una guía de entrevista.

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de la información, se procedió a realizar el tratamiento correspondiente para el análisis de los mismos, por cuanto la información que arrojará será la que indique las conclusiones a las cuales llega la investigación sobre la "Evolución de la prensa escrita al medio digital en los diarios El Sol y Diario del Cusco". Realizándose de la siguiente manera:

- ❖ Cuantificación de datos cualitativos
- ❖ Cualificación de datos cuantitativos
- ❖ Comparación directa de los resultados provenientes de ambos (comparación de datos cuantitativo y cualitativos).
- ❖ Análisis de determinación: identificar factores /dimensiones centrales del fenómeno o planteamiento (producto de análisis cualitativo y cuantitativo).
- ❖ Análisis de contraste: comparar frecuencias de presencia de categorías cualitativo con frecuencias de las categorías de las variables cuantitativo.
- ❖ Análisis de vinculación: cotejar modelo(s) de teoría fundamentada con modelos estadísticos.

CAPITULO V

RESULTADOS

5.1. Interpretación del trabajo de observación

5.1.1. Análisis comparativo de la versión impresa y versión digital Diario El Sol

Figura 29

Portada del diario El Sol versión digital y versión impresa



Con la figura 32, se demuestra lo siguiente:

Versión digital:

- ❖ Elaborado con el sistema Wordpress
- ❖ Presenta como imagen principal su versión impresa.

- ❖ Posee mayor cantidad de fotografías.
- ❖ Muestra enlaces con redes sociales como: Facebook, twitter y YouTube.
- ❖ Está estructurado con 7 secciones como: locales, nacionales, internacionales, deportes, edición impresa, policiales y turismo.
- ❖ Presenta un cuadro de publicidad.
- ❖ Mantiene enlaces internos para ingresar contenido (dentro del mismo dominio).

Versión impresa:

- ❖ Elaborado con el sistema offset.
- ❖ Posee fotografía y titular de la noticia más relevante.
- ❖ Posee publicidad en la parte inferior izquierda.

Se caracteriza por tener la misma tipografía con la variación de tamaño

Figura 30

Contenido del diario El Sol



VERSION DIGITAL

VERSION IMPRESA

Con la figura 33, se evidencia lo siguiente:

Versión digital e impresa:

- ❖ Poseen el mismo modelo y estilo de redacción.
- ❖ Prácticamente tienen el mismo contenido.
- ❖ No respeta los estándares de escritura para la web (conciso, breve y concreto).
- ❖ En la versión digital posee espacios para la interacción con el público (redes sociales) y le permite compartir el contenido mediante los mismos medios.
- ❖ En la versión impresa posee una columna de frases y comentarios cortos (El leñador).
- ❖ En la versión digital en cada página presenta un apartado de publicidad.

- ❖ Posee cuadros para enlaces a otras noticias.
- ❖ Por lo general con ciertas excepciones poseen autoría y fuente.
- ❖ La versión digital no mantiene los criterios de inmediatez en ciertos contenidos.
- ❖ La estructura en la redacción es la pirámide invertida aplicando en ambos el uso de inter títulos obviando únicamente en la versión digital el antetítulo.

Figura 31

Publicidad del diario El Sol

VERSION DIGITAL

VERSION IMPRESA

En la figura 34, se analiza la versión digital e impresa.

- ❖ La versión impresa posee una página enteramente dedicada a la publicidad.
- ❖ En la versión digital presenta en cada sección un apartado en la parte superior derecha para publicidad

Figura 32

Portada del Diario del Cusco



En la figura 35, se detalla la situación actual en la versión digital e impresa.

Versión digital:

- ❖ Elaborado con el sistema WordPress.
- ❖ Presenta gran diversidad de imágenes.
- ❖ Muestra enlaces con redes sociales como: Facebook, Twitter y Pinterest.
- ❖ Está estructurado con 6 secciones como: noticias cusco, regional, Perú e internacionales, edición impresa, deportes y opinión.
- ❖ En la sección regional tiene indexados en apartados las 12 provincias del cusco.
- ❖ En la sección edición impresa están indexados crónica, judicial y edición impresa.

- ❖ Presenta un cuadro de publicidad.
- ❖ Mantiene enlaces internos para ingresar contenido (dentro del mismo dominio).

Versión impresa:

- ❖ Elaborado con el sistema offset.
- ❖ Posee fotografía y titular de la noticia más relevante.
- ❖ Posee publicidad en la parte inferior izquierda.
- ❖ Se caracteriza por tener la misma tipografía con la variación de tamaño.

Figura 33

Contenido del Diario del Cusco



En la figura 36, se detalla la situación actual en la versión digital e impresa.

- ❖ No respeta los estándares de escritura para la web (conciso, breve y concreto).
- ❖ Constante actualización de noticias.
- ❖ Prácticamente tienen el mismo contenido.

- ❖ Poseen el mismo modelo y estilo de redacción.
- ❖ En la versión digital posee enlaces para redes sociales.
- ❖ En la versión impresa posee una columna de frases y comentarios cortos (El SABUESO).
- ❖ En la versión digital algunas páginas tienen un apartado de publicidad.
- ❖ Por lo general con ciertas excepciones poseen autoría y fuente.
- ❖ La versión digital no mantiene los criterios de inmediatez en ciertos contenidos.
 - ❖ La estructura en la redacción es la pirámide invertida aplicando en ambos el uso de inter títulos obviando únicamente en la versión digital el antetítulo.

Figura 34

Publicidad del Diario del Cusco



En la figura 37, se detalla la situación actual en la versión digital e impresa

- ❖ La versión impresa posee en ciertas páginas publicidad.

- ❖ En la versión digital presenta en algunas secciones.

Periodo de observación del contenido y actualización de las secciones en los diarios

Las versiones digitales de el Diario del Cusco y Diario el Sol del Cusco, se mantuvieron en observación para una evaluación detallada se establecieron fechas de observación, precisándose de la siguiente manera:

Las imágenes se muestran en la parte de anexos de la presente investigación.

a) Periodo del 8 al 13 de julio de 2014

Tabla 5

Cuadro de análisis de secciones diario El Sol mes de Julio

Dirección de la plataforma	https://diarioelsolcusco.pe/	Observaciones
Secciones	Inicio	Se presenta actualizada con breves tiempos de demora
	Actualidad	Se encuentra desactualizada
	Ediciones impresas	Actualizada al día 13 de julio
	Opinión	Sección desactualizada
	Nacional	Mantiene publicaciones de meses anteriores
	Mundo	Mantiene publicaciones de meses anteriores

Nota. Este cuadro muestra el trabajo de actualización en las secciones sobre el medio digital del Diario el Sol del Cusco.

b) Periodo del 26 de abril al 11 de mayo del 2014

El diario sufre ciertas modificaciones con respecto a la estructura de la plataforma digital, siendo de la siguiente manera su respectiva distribución:

Tabla 6

Cuadro de observación de secciones del diario El Sol mes de abril y mayo

Dirección de la plataforma	https://diarioelsolcusco.pe/	Observaciones
Secciones	Locales	Las actualizaciones son de manera regular.
	Nacionales	Se actualizan de manera regular con dos a tres noticias aproximadamente.
	Internacionales	Se actualiza raramente, subiendo a la plataforma de entre una a dos noticias aproximadamente.
	Deportes	Raramente actualizada.
	Edición impresa	Es constantemente actualizada desde muy temprano.
	Policiales	No existe constante actualización.
	Turismo	Raramente es actualizada

Nota. Este cuadro muestra el trabajo de actualización en las secciones sobre el medio digital del Diario el Sol del Cusco.

Tabla 7

Cuadro de observación del Diario del Cusco mes de julio

Dirección de la plataforma	https://www.diariodelcusco.com/	Observaciones
	Inicio	Se actualiza una vez por semana
	Editorial	Desactualizado
	Local	se actualiza junto a las noticias una vez a la semana
Secciones	Edición impresa	Se mantiene actualizada diariamente
	Nacional	Desactualizado
	Opinión	Mantiene publicaciones pasadas
	Sabueso	Desactualizado

Nota. Este cuadro muestra el trabajo de actualización en las secciones sobre el medio digital del Diario del Cusco.

Tabla 8

Cuadro de observación del Diario del Cusco mes de abril y mayo

Dirección de la plataforma	https://www.diariodelcusco.com/	Observaciones
	Noticias Cusco	Presenta una actualización regular.
	Regionales	Nulo.
	Internacionales	La actualización no es constante.
Secciones	Edición impresa	Existe una actualización constante desde muy temprano.
	Opinión	No existe actualización alguna.
	Deportes	Actualización regular.

5.1.2. Análisis comparativo características de los medios digitales El Sol del Cusco y Diario del Cusco de los diarios

Tabla 9

Cuadro comparativo de las versiones digitales periodo 2016-2017

Características de la plataforma	Clasificación	Diario el Sol Del Cusco	Diario Del Cusco
Información	Contenidos informativos.	Posee algunas publicaciones actuales.	Se encuentra desactualizada, solo hay redacción una vez por semana.
	Institucional	No brinda ninguna información ni ninguna sección respecto a la institución.	No cuenta con datos al respecto.
	Chat interno	Nulo	Sin interacción.
Interactividad	Facebook	Nulo	Nulo
	Twitter	Nulo	Nulo
	WhatsApp	Nulo	Nulo
Contenidos multimedia	Pinterest	No posee ninguna interacción.	Nulo
	Audios	No se publicó ningún audio.	Ninguna publicación con audio.
	Videos	Nada.	Ninguno.
	Fotografías	Una fotografía cada noticia.	Una sola fotografía por noticia.
Hipertextualidad	Infografías	Ninguna.	Ninguna.
	Enlaces internos	Cuenta con 6 principales enlaces internos (secciones).	Posee 7 enlaces principales internos (secciones).

	Enlaces externos	Ninguno.	Ninguno.
Publicidad	Bienes	Electrodomésticos	Ninguno
	Servicios	Turismo	Turismo, hotelería, telefonía móvil

Tabla 10

Análisis comparativo de las características de los medios digitales de los diarios, periodo 2017

Características				
de la plata	Clasificación	Diario el Sol del Cusco	Diario del Cusco	
forma				
Información	Contenidos informativos	Actualizados diariamente		Publicación al día
	Institucional	No muestra datos		No muestra datos
Interactividad	Chat interno	Ya no cuenta con esta opción		
	Facebook	4,598 fans		4,966 fans
	Twitter	678 seguidores		Ninguno
	WhatsApp	No se brinda esta opción		
Contenidos multimedia	Gmail– Telegram	Ninguna		
	Audios	Ninguno		Ninguno
	Videos	Ninguno		Ninguno
	Fotografías	Acompaña a cada noticia		Una foto por noticia
Hipertextualidad	Infografías	Ninguno		Ninguno
	Enlaces internos	Cuenta con 7 enlaces internos principales (secciones)		Cuenta con 5 enlaces internos principales(secciones)
	Enlaces externos	Con YouTube No tiene suscriptores		Con YouTube

			Cuenta con 29 suscriptores
Publicidad	Bienes	Variado	Variado
	Servicios	Variado	Variado

5.1.3. Análisis comparativo de los medios digitales mediante una valoración global

En esta sección mostraremos los resultados principales que se obtuvo durante el periodo de análisis de las versiones digitales de los diarios El Sol del Cusco y Diario del Cusco investigado y estudiado mediante el método mixto (cualitativo, cuantitativo) a través de una investigación longitudinal.

Esta evaluación de las páginas web de cada diario se aplicó mediante algunos parámetros concretos la cual adaptamos a las condiciones de los medios digitales estudiados para definir su calidad y valor informativo.

Para tal fin se diseñó un cuadro comparativo de ambos diarios, dividiéndose en 8 parámetros considerados los más relevantes para la investigación: contenido, acceso a la información, fuente, multimedialidad, hipertextualidad. interactividad. ergonomía del usuario y usabilidad los cuales mostraran una valoración descriptiva de la evolución de ambos diarios.

Acotaremos que, el periodismo digital actualmente está encaminado a conseguir una posición propia en el mercado aprovechando todas las características mediáticas de internet permaneciendo todavía un gran trecho para alcanzar un nivel de desarrollo óptimo.

Tabla 11*Comparación de los medios digitales mediante una valoración global*

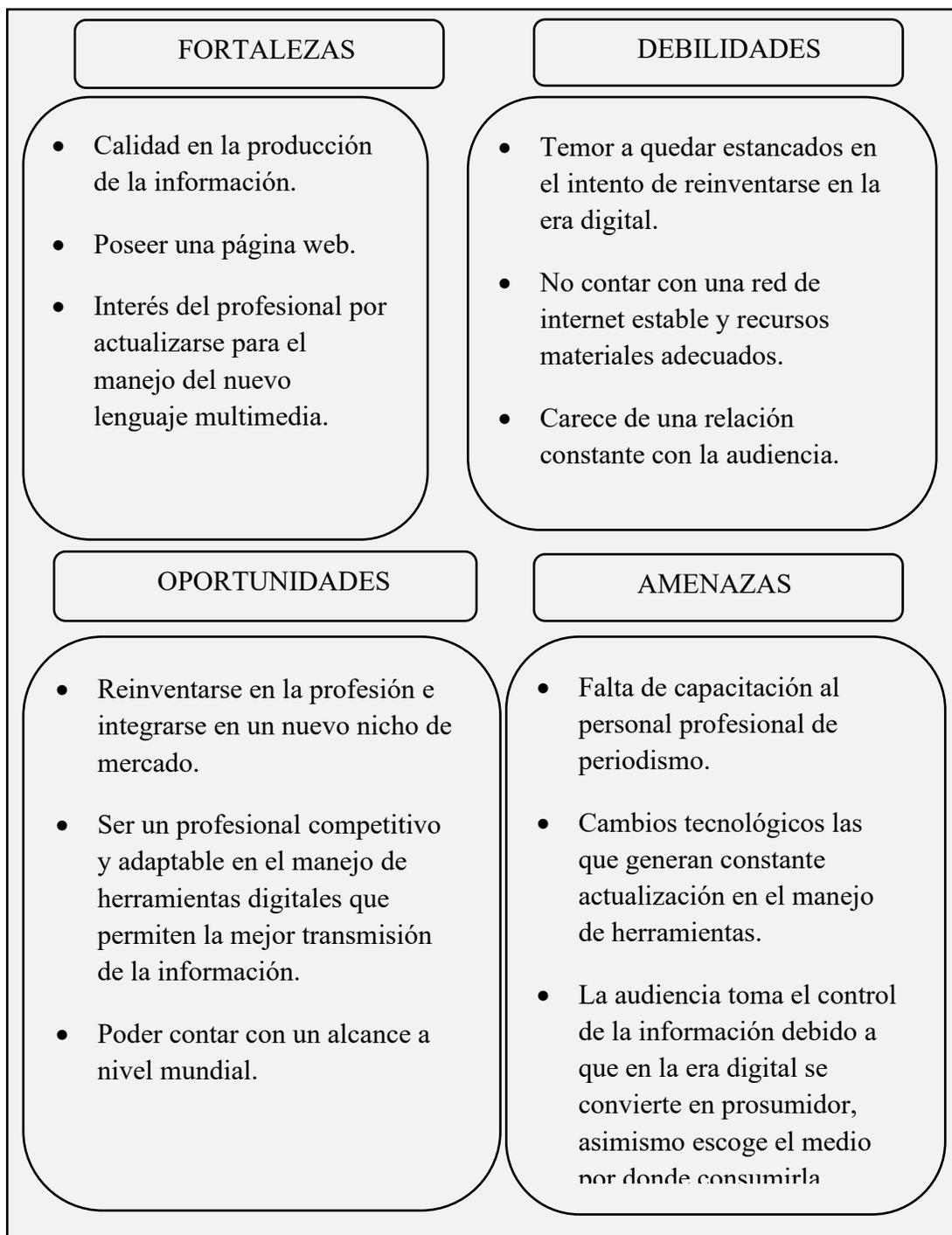
Parámetros	Diarios	Diario El Sol del Cusco	Diario del Cusco
Contenido		Posee coherencia, claridad y poca síntesis en sus redacciones informativas, el ritmo de actualización es casi nula.	Posee coherencia, claridad y sus redacciones informativas son extensas, su ritmo de actualización es baja.
Acceso a la información		Navegación sencilla y contenido jerarquizado por interés periodístico.	Navegación sencilla y contenido jerarquizado por interés periodístico.
Autoría/fuente		Datos de contacto confirman autoría.	No presenta autor en sus notas, son anónimas.
Multimedialidad		Únicamente uso de fotografías.	Únicamente uso de fotografías.
Hipertextualidad		Presenta enlaces internos como las secciones que renuevan por temporada.	Sus enlaces internos son secciones los cuales son modificados temporalmente.
Interactividad		No se hallaron enlaces externos aplicados correctamente para ampliar contenido informativo.	Enlaces externos aplicados correctamente para ampliar contenido informativo.
Ergonomía del usuario		posee espacios de interacción con el usuario mediante redes sociales.	Redes sociales, su vínculo interno para respuestas del lector fue eliminado.
Accesibilidad/usabilidad		Comodidad y facilidad de utilización adecuada. Contraste entre fondo y texto permite una correcta lectura.	Comodidad y facilidad de utilización adecuada. Contraste entre fondo y texto permite una correcta lectura.
		Es accesible y libre para todo tipo de usuario.	Es accesible y libre para todo tipo de usuario.
		Su uso es fácil y manejable.	Su uso es fácil y manejable.

5.1.4. Análisis FODA

Para conocer bien a fondo la situación en el proceso evolutivo de los diarios El Sol y El Cusco se aplica el análisis de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades.

Figura 35

Análisis FODA del diario El Sol y Diario del Cusco



Para un óptimo resultado de esta investigación se realizó el proceso de la aplicación de encuestas segmentándose de la siguiente forma:

En caso de la población de trabajadores encuestados está constituida por un universo total de 21 personas, de las cuales 8 pertenecen al diario El Sol del Cusco y 13 al Diario del Cusco.

Para el resultado de esta investigación se realizó el proceso de la aplicación de encuestas segmentándose de la siguiente manera:

- En caso de la población de trabajadores encuestados está constituida por un universo total de 21 personas, de las cuales 8 pertenecen al diario El Sol del Cusco y 13 al Diario del Cusco.
- Esta población está integrada por, periodistas, redactores, webs masters y colaboradores.

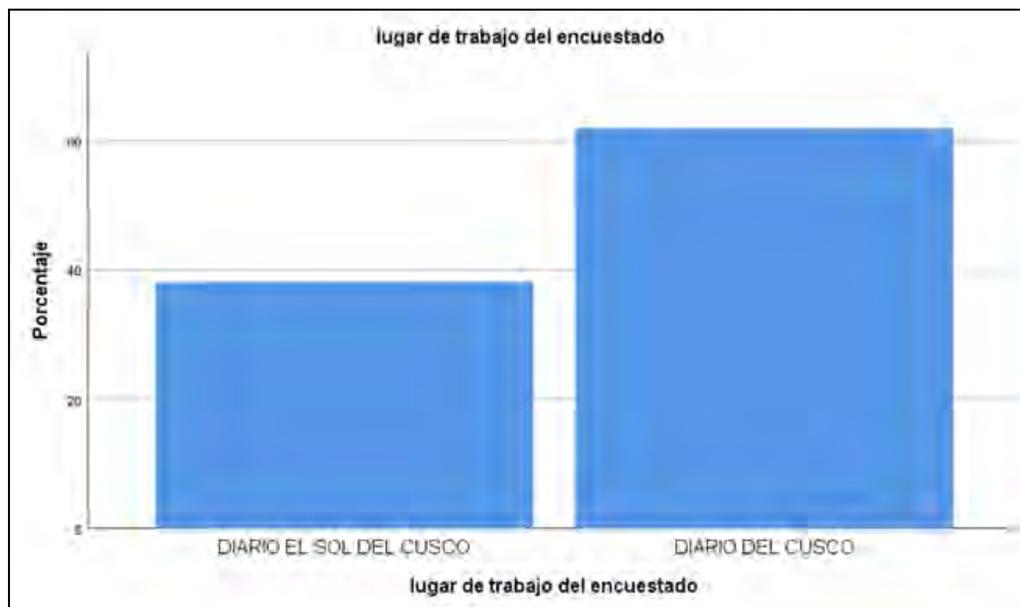
Para la recolección de información para la investigación se realizó la aplicación de encuestas basadas en un formato de diez preguntas con repuestas cerradas a trabajadores de las empresas periodísticas del diario el sol del cusco y el diario del cusco en el distrito de Wánchaq del departamento de Cusco – Perú.

Quienes ostentando el conocimiento y experiencia apropiada en la profesión muestran sus percepciones sobre “Evolución de la prensa escrita al medio digital en los diarios el sol y diario del cusco 2012- 2017”, así mismo el uso de las herramientas digitales para la tendencia del periodista digital.

Finalmente obteniendo los resultados de la aplicación de encuestas analizaremos los resultados obtenidos basados en las operaciones del software SPSS.

Tabla 12*Cuadro estadístico lugar de trabajo*

		Lugar de trabajo del encuestado			
		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
	Diario el Sol del Cusco	8	38,1	38,1	38,1
Válido	Diario del Cusco	13	61,9	61,9	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 36*Lugar de trabajo del encuestado*

El 61.9% de la población encuestada corresponde a profesionales que laboran en la empresa periodística del Diario del Cusco y el 38.1% corresponde a la empresa periodística del diario El

Sol del Cusco, siendo la población total a investigar evidenciándose mayor cantidad de trabajadores en el Diario del Cusco.

Tabla 13

Sexo del encuestado

Género del encuestado				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Femenino	8	38,1	38,1
Válido	Masculino	13	61,9	100,0
	Total	21	100,0	100,0

De esta manera la encuesta se aplicó a trabajadores de las empresas periodísticas del diario El Sol del Cusco y del Diario del Cusco contando con la participación del 61.9% del sexo masculino haciéndose predominante frente al sexo femenino el cual solo cuenta con un 38.1% siendo el 100% equivalente a un total de 21 periodistas profesionales.

Tabla 14

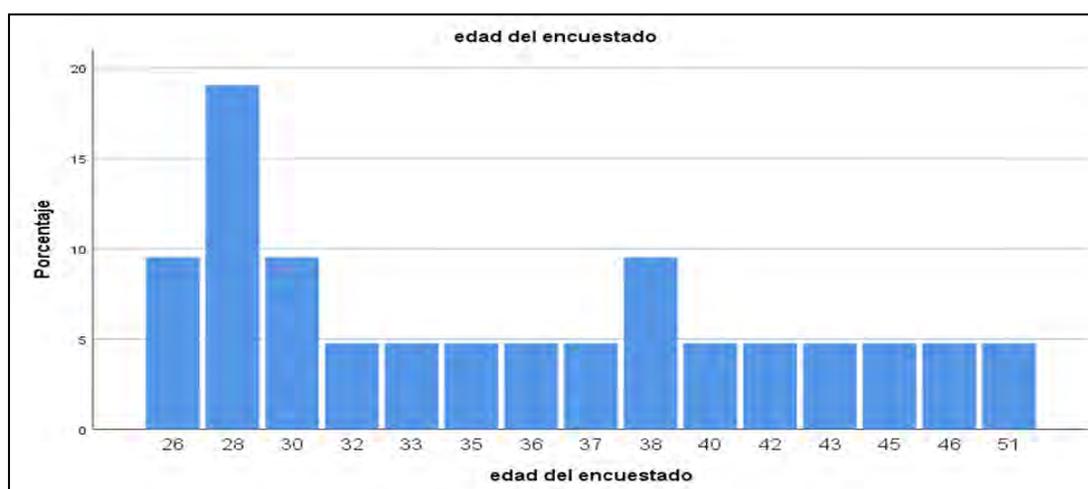
Edades de los trabajadores

Edad del encuestado				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	26	2	9,5	9,5
	28	4	19,0	28,6
	30	2	9,5	38,1
	32	1	4,8	42,9
Válido	33	1	4,8	47,6
	35	1	4,8	52,4
	36	1	4,8	57,1
	37	1	4,8	61,9
	38	2	9,5	71,4

40	1	4,8	4,8	76,2
42	1	4,8	4,8	81,0
43	1	4,8	4,8	85,7
45	1	4,8	4,8	90,5
46	1	4,8	4,8	95,2
51	1	4,8	4,8	100,0
Total	21	100,0	100,0	

Figura 37

Edades en las que fluctúan los encuestados



Para el análisis de datos en la tabla de frecuencias se usaron trabajadores de los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco de edades comprendidas entre mayores de 26 y menores a 51 años de edad, dándose a mostrar en la gráfica, que existe un 19.0 % de periodistas profesionales jóvenes laborando con edades de 28 años de edad, además se observa que existe un 28.8 % con edades percibidas de entre 40 a 51 años de edad.

Por consiguiente, presentamos los resultados obtenidos de la tabla de encuesta aplicada al total de 21 periodistas de ambos diarios.

Tabla 15

Proceso de datos del encuestado

Estadísticos										
	¿Conoce usted sobre plataformas digitales?	¿Cuánto conoce sobre las herramientas digitales?	¿Cree que es importante que un periodista conozca de plataformas digitales y sus herramientas?	¿Recibe usted capacitación técnica y conceptual del uso correcto de plataformas digitales?	El esquema, ¿Cuánto se vio afectado en la plataforma digital?	¿Cómo calificaría su desempeño en la plataforma digital?	La adaptación de su diario a la plataforma digital, ¿De qué manera incidió en sus lectores?	La comunicación de su diario a la plataforma digital, ¿Es interactiva?	¿Cuánto manejo de contenidos en su plataforma digital?	¿En qué nivel de desarrollo se encuentra su plataforma digital?
NVálidos	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	1,81	1,81	1,00	2,24	1,57	2,14	2,76	2,29	2,76	2,67
Mediana	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00
Moda	2	2	1	2	2	2	3	2	3	3
Suma	38	38	21	47	33	45	58	48	58	56

5.1.5. Interpretación de las encuestas

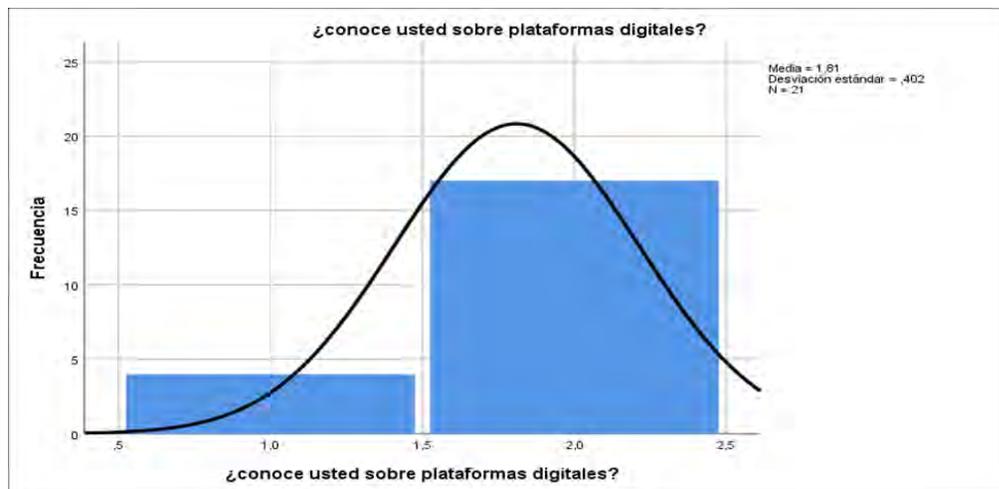
Tabla 16

Manejo de plataformas digitales

1. ¿Conoce usted sobre plataformas digitales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Lo suficiente	4	19,0	19,0	19,0
	Poco	17	81,0	81,0	100,0
	Nada				
Total		21	100,0	100,0	

Figura 38

Manejo de plataformas digitales



Como resultado de la encuesta aplicada se interpreta que el 81.0% de periodistas que laboran en los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco poseen poco conocimiento sobre plataformas digitales lo cual implica la poca efectividad del manejo de estas herramientas digitales evitando así transmitir buen contenido informativo para el desarrollo empresarial en la web, Por

otra parte, el 19.0% de la muestra manifiesta que conoce lo suficiente sobre plataformas digitales lo que se deduce que de alguna manera conocen y manejan la tecnología.

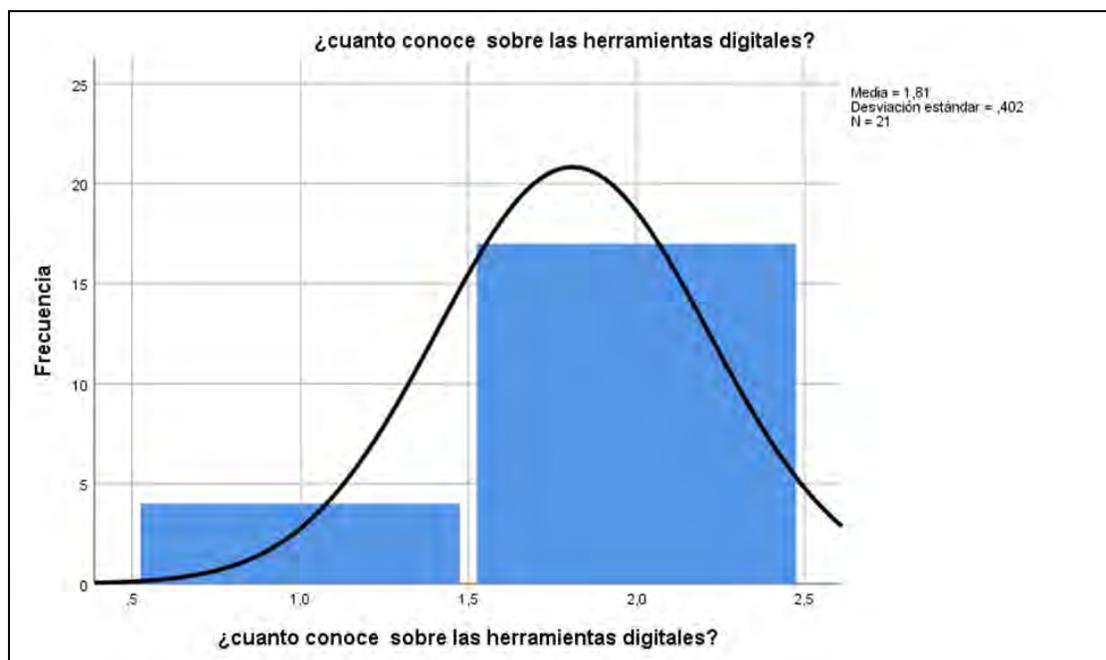
Tabla 17

Conocimiento sobre manejo de herramientas digitales

2. ¿Cuánto conoce sobre las herramientas digitales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	4	19,0	19,0	19,0
	Poco	17	81,0	81,0	100,0
	Nada				
Total		21	100,0	100,0	

Figura 39

Conocimiento sobre el manejo de herramientas digitales



Según el gráfico de barras el 81.0% de periodistas encuestados dice conocer poco sobre las herramientas digitales y un 19.0% declara que conoce mucho, mostrando que una mínima cantidad de profesionales conoce sobre las herramientas digitales.

Cabe mencionar que hoy en día nos encontramos bombardeados por muchas herramientas digitales que promueven la facilidad del tratamiento de la noticia llegando a generar sensaciones en el internauta ya sea a través de un streaming corto, teniendo al alcance de todo un equipo móvil.

Tabla 18

Importancia del manejo de plataformas digitales

3. ¿Cree que es importante que un periodista conozca de plataformas digitales y sus herramientas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	100,0	100,0	100,0
	No				

Figura 40*Importancia del manejo de plataformas y herramientas digitales*

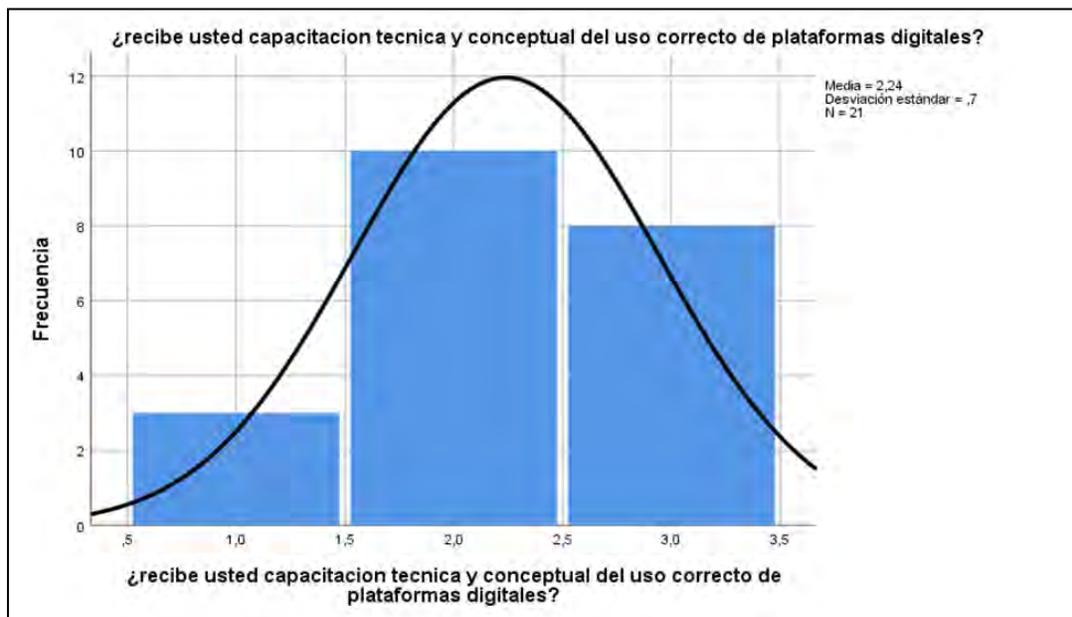
El gráfico de barras evidencia que el 100% de los periodistas encuestados manifiestan que es importante que un periodista conozca de plataformas digitales y sus herramientas de tal manera que permite que un profesional se desenvuelva de manera eficiente en el desarrollo de la información.

Tabla 19*Frecuencia con que reciben capacitación técnica conceptual sobre plataformas digitales*

4. ¿Recibe usted capacitación técnica y conceptual del uso correcto de plataformas digitales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Usualmente	3	14,3	14,3	14,3
	A veces	10	47,6	47,6	61,9
	Nunca	8	38,1	38,1	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 41

Frecuencia con que reciben capacitación técnica y conceptual sobre plataformas digitales



El resultado de la encuesta aplicada demuestra que un 47.6 % recibe a veces capacitación técnica y conceptual del uso correcto de plataformas digitales, un 14.3% manifiesta que usualmente recibe la capacitación. Por otra parte, un 38.1% menciona que nunca recibió capacitación por parte de la empresa lo cual refleja que el desarrollo sustentable de las empresas periodísticas sea casi trunco ya que a largo plazo no tendrá mayor productividad debido al poco interés de invertir en un equipo de trabajo para el manejo óptimo de las herramientas digitales.

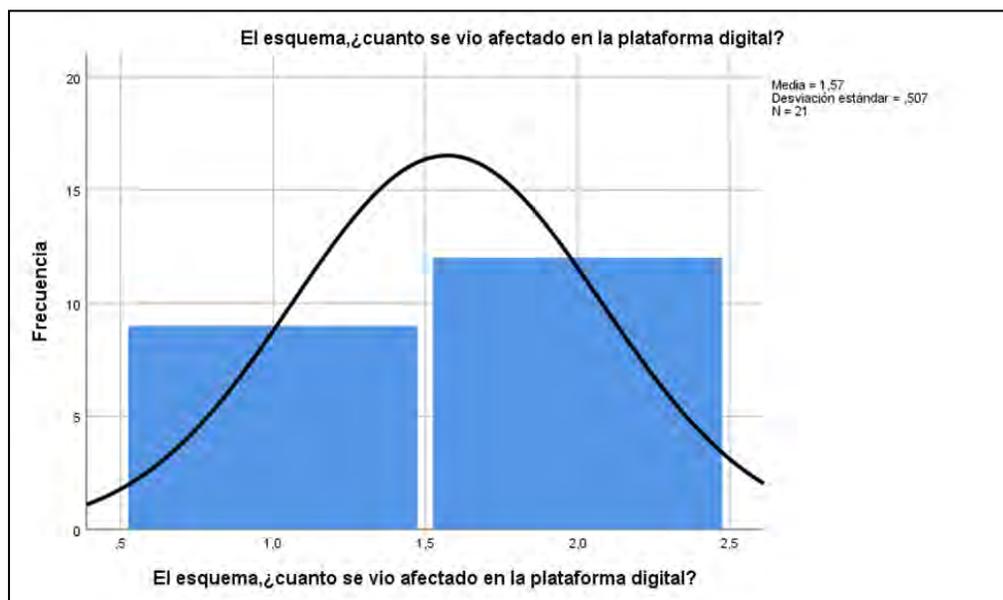
Tabla 20

Grado de incidencia en el esquema de la noticia sobre la plataforma digital

5. El esquema, ¿Cuánto se vio afectado en la plataforma digital?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	9	42,9	42,9	42,9
	Poco	12	57,1	57,1	100,0
	nada				
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 42

Grado de incidencia en el esquema de la plataforma digital



Tras los datos obtenidos de las encuestas un 57.1% de periodistas señalan que las plataformas digitales afectaron “poco” en el esquema de la noticia. Cabe mencionar que un 42.9% de periodistas aseveran que afecto mucho el uso de estas plataformas digitales lo que implica que

no existe un manejo adecuado del tratamiento de la noticia y contenido multimedia en las plataformas de los diarios El Sol del Cusco y El Diario del Cusco.

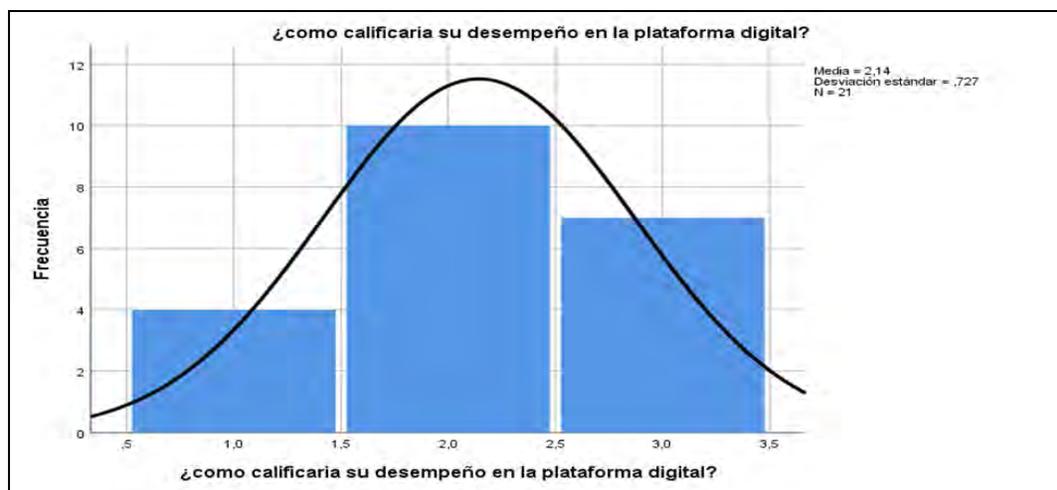
Tabla 21

Clasificación de desempeño en la plataforma digital

6. ¿Cómo calificaría su desempeño en la plataforma digital?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Optimo	4	19,0	19,0	19,0
	Bueno	10	47,6	47,6	66,7
	Regular	7	33,3	33,3	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 43

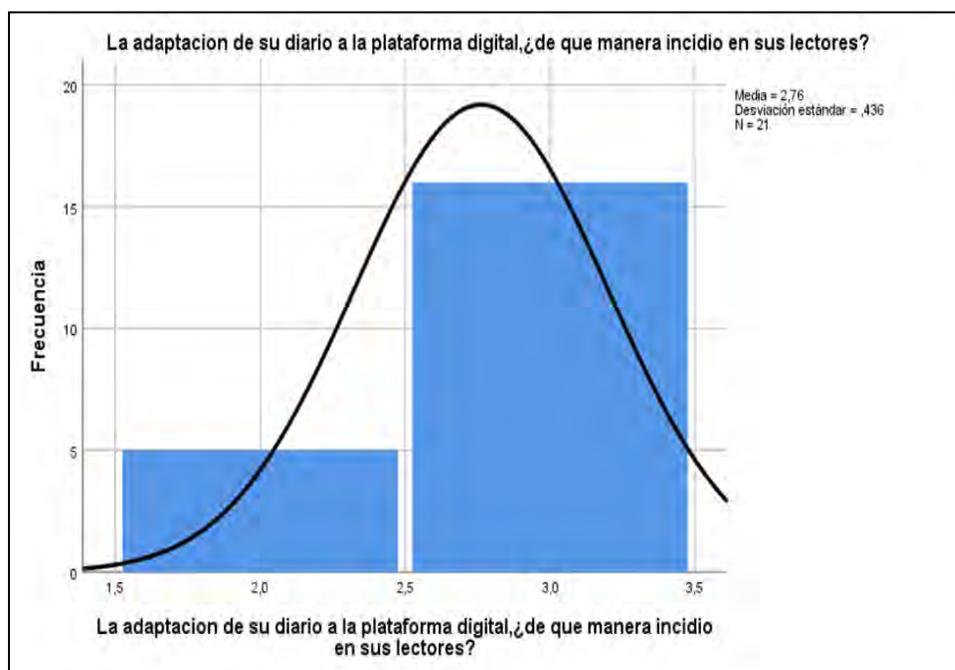
Auto calificación de desempeño en la plataforma digital



En la figura se evidencia que existe un 47.6% de conformismo por parte de los encuestados respecto a su desempeño en la plataforma digital. Cuando en realidad falta potenciar muchas características que comprende el rol de un periodista digital.

Tabla 22*Adaptación del diario a la plataforma digital*

7. La adaptación de su diario a la plataforma digital, ¿De qué manera incidió en sus lectores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buena	5	23,8	23,8	23,8
	Regular	16	76,2	76,2	100,0
	Mala				
Total		21	100,0	100,0	

Figura 44*Incidencia en los lectores respecto a la adaptación a la plataforma digital*

En el cuadro de barras logramos visualizar que el 76.2% de periodistas encuestados señalan que la adaptación de los diarios a las plataformas digitales repercutió de manera regular en los lectores y un 23.8% señala que fue buena. De las respuestas analizadas se deduce que los lectores no son atraídos por el contenido emitido sobre las plataformas debido a que la noticia es muy extensa ya que también carece de una producción de contenidos multimedia.

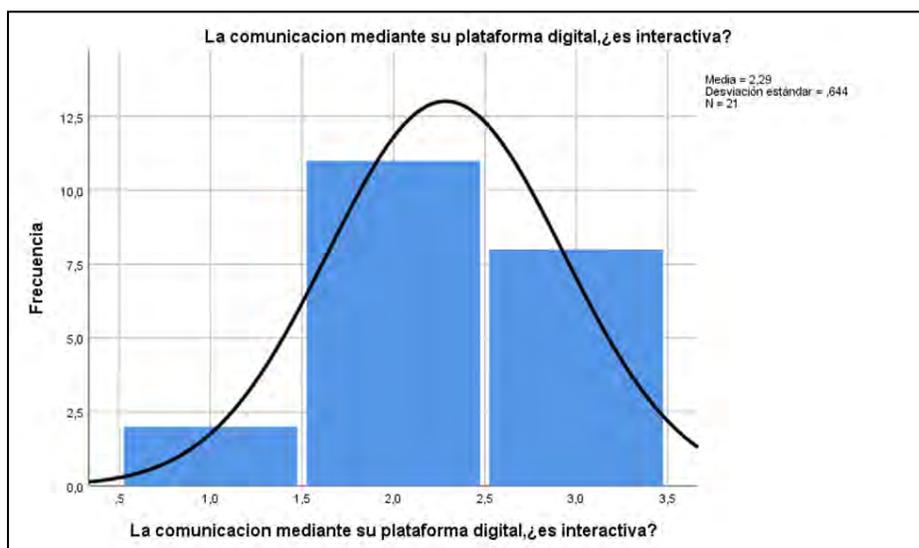
Tabla 23

La interacción en la plataforma digital

8. La comunicación mediante su plataforma digital, ¿Es interactiva?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mucho	2	9,5	9,5	9,5
	Poco	11	52,4	52,4	61,9
	Nada	8	38,1	38,1	100,0
Total		21	100,0	100,0	

Figura 45

Interacción en la plataforma digital

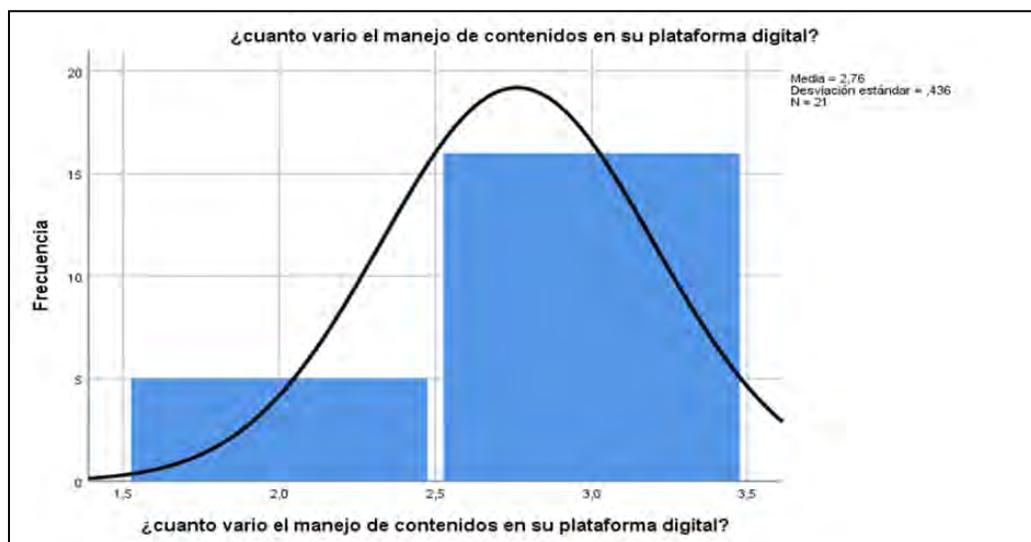


Según el resultado de encuestas podemos interpretar que la interacción a través de las plataformas digitales por parte de las empresas periodísticas con el internauta (lector) es poca ya que el 52.4% de periodistas lo manifiesta así seguido de un 38.1% que declara que no existe ningún tipo de comunicación con el lector frente a comentarios de diferente índole; finalmente solo un 9.5% asegura que existe mucha interactividad con el público. De tal forma que los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco no establecen una interacción adecuada con los usuarios o lectores activos en la web.

Tabla 24

Manejo de contenidos digitales

9. ¿Cuánto varió el manejo de contenidos en su plataforma digital?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	5	23,8	23,8	23,8
	Nada	16	76,2	76,2	100,0
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 46*Manejo de contenidos digitales*

Como se puede analizar un 76.2% señala que no vario nada el manejo de contenidos sobre la plataforma digital de los diarios lo cual significa que los periodistas solo realizan el traslado del modo impreso a la digital dejando de lado las riquezas, abundancias y facilidades que ofrece internet para poder dar mayor engancho al lector con el uso de productos multimedia.

Tabla 25*Nivel de desarrollo de la plataforma digital*

10. ¿En qué nivel de desarrollo se encuentra su plataforma digital?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	7	33,3	33,3	33,3
	Mediano	14	66,7	66,7	100,0
	Bajo				
	Total	21	100,0	100,0	

Figura 47

Nivel de desempeño en la plataforma digital



Como se puede apreciar en el grafico el 66.7% de los periodistas aclaran que el desarrollo de la plataforma digital se encuentra en un nivel regular lo que implica que las empresas periodísticas no ejecutan una producción basada en los recursos multimedia (audio, video, infografías y entre otros).

5.1.6. Desarrollo de las entrevistas

En este proyecto se realizó la entrevista a los directores de cada diario (Diario el Sol del Cusco y Diario del Cusco) con una cantidad de 13 preguntas cuyo propósito fue de recabar datos sobre el conocimiento respecto al área y el proceso de adaptación del medio impreso al medio digital; obteniendo las siguientes respuestas a las interrogantes planteadas:

Entrevista :1

Entrevista realizada al Director General del Diario El Sol del Cusco Paulino Carlos Farfán, quien con gran amabilidad nos recibió en su despacho para concedernos una entrevista, el entrañable y actual director general del diario El Sol del Cusco desde hace ya más de 12 años.

“...éramos ignorantes...” fue la frase que preciso al comenzar el dialogo respecto al surgimiento de la plataforma digital.

¿Cómo inicia su incursión en la web?

La situación cambio bastante en realidad, no podría tener precisión con fecha exacta respecto a una inmersión en la web, podría hablarte de un promedio de 6 a 7 años atrás respecto a cómo inicia en ese entonces éramos ignorantes, pero con la globalización nos proponen incursionar en este nuevo medio a lo que nos vamos adecuando.

¿Cuántos periodistas se encargan de la plataforma digital de su Diario?

Anteriormente se laboraba con 12 trabajadores, pero actualmente el personal se reduce con tres periodistas y varios colaboradores.

Respecto al cargo hacen un trabajo general el de suministrar la información entre el web master y sus colaboradores.

¿Cuáles fueron las principales limitaciones que tuvieron en la plataforma digital?

Actualmente la limitación principal es el tema de los Hackers, pero aun así estamos tratando de superar esas barreras y mantener la información al día.

Pese a las actualizaciones que hacemos en esta área nos vemos amenazados por la competencia con presencia de hackers que logran evadir los filtros de seguridad. Pese a todo eso podría decirse que nuestro diario mantiene un desarrollo sostenible al día de hoy.

¿Con qué clases de herramientas tecnológicas se provee a los periodistas de su medio?

Sobre todo, celulares inteligentes que son más prácticos, realizando así un trabajo remoto .la transmisión de datos fotos e información es mucho más instantánea.

¿El personal que labora en su Diario, recibe capacitación respecto a las nuevas TICS?

Si claro, por ese motivo hemos ingresado a esta etapa de la digitalización. Tenemos personal bien capacitado para cumplir esas funciones

¿Cómo estima su producción en el aspecto digital?

La producción varia bastante, sobre todo en el aspecto impreso, el número de ventas decayó, pero seguimos operando priorizando ciertos aspectos nos mantenemos a flote. Lo digital sigue produciendo a la par con lo impreso.

¿En qué etapa de desarrollo se encuentra vuestra plataforma digital?

Nuestra versión digital en la plataforma. Bueno nuestro medio al menos en el aspecto digital va empezando a avanzar a pasos lento, pero seguimos manteniendo un desarrollo estable y constante.

¿Cuál es la apuesta a futuro?

Voy a ser sincero la situación está critica tanto que en algún momento como otras empresas en el Perú pensamos quizá paralizar nuestras operaciones, pero por la trascendencia y la imagen, por lo histórico que es el Diario El Sol nosotros lo mantenemos y lo que queremos es que este

periódico que es abanderado aquí en Cusco continúe para ello estamos haciendo los mayores esfuerzos.

Entrevista 2:

A continuación, se muestra la entrevista realizada al Presidente Ejecutivo de la Corporación multimedia del Diario del Cusco Periodista Washington Alosilla Robles

“en mundo en que vivimos es muy dinámico, todos los días cambia y si uno no se adapta, pues pierde el tren de la historia” expresión que califico al muy controversial y afanado presidente ejecutivo de la corporación multimedia del Diario del Cusco Washington Alosilla, en los breves minutos que nos concedió para realizar esta entrevista.

¿Cuénteme acerca de cómo inicia su incursión en la web?

Como le comento desde hace 10 años estamos en la plataforma digital ya de manera formal, Google news por eso nos considera uno de los diarios con visitas que superan los once millones, lo que nos obligó a trabajar de mejor manera.

¿Cuántos periodistas se encargan de la plataforma digital de su Diario?

En esta empresa todos hacemos de todo, es necesario que todos contribuyan con una suma de esfuerzos. Tenemos un total de 70 trabajadores, de los cuales 22 son periodistas y contamos con solo web master y su asistente.

¿Cuáles fueron las principales limitaciones que tuvieron en la plataforma digital?

Muchas en un inicio, pero estas han sido superadas porque tenemos demasiada dinámica, vera que la digitalización no es cosa de otro mundo es simple y llanamente adaptarse y permanentemente estar actualizado.

¿Cree usted que sus trabajadores se adaptaron de manera adecuada a la plataforma digital?

Si. Gracias a Dios todos, obviamente que hemos dictados cursos, contratado asesores del Cusco como también de fuera, tenemos gente que se prepara todos los días la mayor parte de los trabajadores son estudiantes de la UNSAAC.

¿El personal que labora en su Diario, recibe capacitación respecto a las nuevas TICS?

Para esta situación hemos preparado a nuestro personal con capacitaciones inclusive contamos con asesores dentro del sistema para poder actualizarnos en este esquema de la digitalización que es de cambio permanente.

¿Con qué clases de herramientas tecnológicas se provee a los periodistas de su medio?

Se les brinda todas las que pidan, si necesitan incluso tenemos asesores que les colaboren con lo que necesitan y se superan.

¿Cómo estima la producción periodística en el aspecto digital?

Es la misma que el diario impreso, si ven nuestra página web sale exactamente igual a lo que contiene el periódico, adicionalmente a ello el tema de actualidad. Este tema de la plataforma digital es un tema permanente, de actualización constante.

¿En qué etapa de desarrollo se encuentra vuestra plataforma digital?

Somos un diario referente del Cusco y eso se puede comprobar con la lectoría tanto en lo digital como en lo físico y seguidores.

¿Qué impresión tiene acerca de las plataformas digitales de los diarios en cusco?

Con mucho respeto, pero no es soberbia, me ocupo de lo mío y los demás ellos manejan con sus criterios y seguramente sus pretenciosidades lo que tienen.

¿Cuál es la apuesta a futuro?

Repotenciarla, como lo hacemos permanentemente, y aquí pues como les digo hay una suma de esfuerzos y voluntades para tratar de mantenernos en el mundo en el que vivimos, ahora no podemos estar exentos a la modernización, la aldea global no tiene límites ni fronteras y tenemos que estar a la altura.

5.2. Discusión

Al culminar con las técnicas de investigación (revisión bibliográfica, análisis del contenido, encuestas y entrevistas) que se consideraron en la parte inicial, procedimos a un completo análisis de toda la información según los datos obtenidos con la verificación de hipótesis y objetivos. Determinando lo siguiente:

La aparición de los diarios digitales en Perú no son tema de actualidad, van más de 2 siglos en el internet. Pero en nuestra región es casi hace menos de un siglo, y aun se ve que el desarrollo de estos ha sido meramente vago.

En tal sentido; la evolución de los diarios El Sol y El Diario del Cusco al medio digital en el periodo 2012- 2017 fue de manera paulatina amoldándose a las exigencias y nuevos retos de la sociedad tecnológica actual , es evidente que los profesionales de estos medios tuvieron que actualizarse por interés propio , en caso de los del diario El Sol del Cusco debido a la falta de recursos económicos de la empresa periodística para poder brindar capacitaciones y soporte respecto al manejo virtual , los trabajadores se vieron algunos en la necesidad de tomar cursos de manejo de página web.

Y en caso del Diario del Cusco, a petición y exigencia de los gerentes para contar con profesionales a la vanguardia del uso de la nuevas TICs se plateo el amento y contrato de nuevo personal capacitado en majeo de medios digitales.

Pero esta evolución no solo afecto la labor periodística sino también , la estructura de los diarios , en color ,letra incluso tipografía , la versión digital presenta diferentes características que su versión impresa , debió de cambiar también del mismo modo la redacción periodística pero pongamos un breve paréntesis en este aspecto(ambos diarios presentan el contenido de sus noticias en el medio digital de la misma forma que su versión impresa pasando por alto la característica de redacción escueta para el medio digital , también resalta que la galería fotográfica es la misma y no hay uso de los archivos multimedia como videos .

Lo resaltante es que el diario El Sol y El Diario del Cusco no cumplen con la característica más primordial del medio digital; que es, la instantaneidad (actualización de manera constante del contenido del diario) más en la sección noticias, en caso de ambos diarios se observó que carecen de actualización de secciones incluso mantienen noticias pasadas de 2 a 3 días.

Lo que nos lleva a decir que estos medios aun no cumplen de manera completa con las exigencias del medio digital y les falta un largo trayecto por recorrer, debiendo tener en cuenta siempre que todo cambio es meramente significativo y mucho más si ellas incluyen las exigencias de los lectores. Lo más cerca que un diario puede estar de sus lectores es a través de su medio digital, ya que puede interactuar con él a través de sus foros y comentarios, siempre tomando en cuenta la opinión de cada uno.

Las demandas de los lectores y de los nuevos usuarios web son muy diferentes a los lectores convencionales de los diarios impresos, el ayer de la redacción para papel no tiene que ser reemplazado por el hoy de la era digital. Pero si, debe tener en cuenta las características que este medio demanda (instantaneidad, brevedad, actualidad, multimedia, hipertextualidad, temporalidad e interactividad).

Antes el lector debía esperar un día para tener la noticia y en la actualidad solo basta revisar la página web del diario para estar informado de manera veraz. Quedo en evidencia que el reto del periodista cusqueño está en innovarse constantemente.

5.3. Propuesta para el trabajo con herramientas digitales.

Actividad: “Taller en introducción en manejo de herramientas digitales, dirigido a estudiantes y egresados de la Escuela Profesional de Educación y Ciencias de la Comunicación”.

Órgano responsable:

- Escuela Profesional de Educación y Ciencias de la Comunicación

Localización

- Cusco – Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

Tiempo de ejecución

- 3 meses en dos turnos mañanas y tardes

Objetivo general

- Tener un profesional con capacidades y destrezas en el manejo de herramientas digitales para la buena producción de material digital

Objetivos Específicos

- Lograr un adecuado conocimiento productivo en los profesionales de periodismo de la ciudad de cusco.

Descripción del taller

El taller promoverá lo siguiente:

Manejo y producción de material digital

Para lograr un buen manejo y producción de material digital el taller busca brindar conocimientos con fines de contar con profesionales especializados y actualizados en temas de redes, plataformas y herramientas digitales. Para ello el estudiante participara de las clases lectivas durante 96 horas los días sábados y domingos.

Porque para un mundo tecnológico e interconectado en redes sociales es importante mantenerse actualizado en el uso de herramientas digitales para poder brindar información verídica a la población.

Estos talleres de capacitación se desarrollarán de forma práctica de esta forma el participante captara con facilidad en las técnicas de manejo de herramientas digitales, como son:

- Piktochart
- Timeline
- Juxtapose
- Jamsnap
- Adobe spark
- Flourish. Studio
- Thinglink
- Story spheheres
- Wirewax

En consecuencia, permiten una mejor producción de información para relatar historias en el mundo digital en la que nos vemos involucrados todos.

Por otra parte, se brindará información sobre manejo eficiente de los blogs, producción de elementos gráficos, manejo de audio y video con herramientas sencillas.

Recursos Materiales:

- Internet con buena velocidad
- Laptop

Cañón multimedia

CONCLUSIONES

Primera. La evolución de los Diarios El Sol y Diario Del Cusco 2012- 2017 de la prensa escrita al medio digital se dio de manera parcial observándose ciertas carencias en ambos diarios y estableciendo que se encuentran en un nivel de desarrollo intermedio. Los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco desarrollaron la presentación y contenidos de sus ediciones escritas al medio digital, atendiendo solo ciertas exigencias y adecuaciones que demanda el medio digital. Características como instantaneidad, temporalidad e interactividad fueron pasadas por alto, lo que quedo contemplado en la redacción.

Segunda. Las principales diferencias entre la versión impresa y digital de los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco 2012- 2017 se contemplaron en la portada y el contenido, de igual manera en su estructura de noticias y su redacción, color, tamaño de portada y el uso de archivos multimedia en el medio digital.

Se determinó también diferencias existentes tanto el uso de la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y temporalidad, esta última característica siendo la principal diferencia entre el medio digital y el impreso. Debido a que la versión impresa carece de la instantaneidad del medio digital, una noticia puede llegar mucho más pronto a los lectores mediante el medio digital a diferencia del medio impreso que demora una noche para poder sacar sus tirajes e impresión.

Tercera. Las modificaciones que presentan los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco 2012- 2017 en sus esquemas son producto del tránsito de la versión impresa a la versión

digital, lo que conlleva a un proceso de cambios en su esquema de acorde a las necesidades de los lectores y facilidades del medio digital.

El esquema que presentan en su medio digital los diarios: El Sol del Cusco y El Diario del Cusco es fácil de manejar y visualizar, con un estilo simple, agradable a la vista. respecto a su portada presenta similitud tanto en color como formatos de letra con su versión impresa, variando únicamente en sus secciones y distribución de publicidad.

RECOMENDACIONES

Primera. Para estar en un óptimo nivel evolutivo, las empresas periodísticas responsables de los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco, deben estar en constante actualización y capacitación de su personal de esta manera, mejorar la calidad de sus presentaciones y contenidos en el medio. Así mismo, ampliar su staff de periodistas especializados en community manager, social media y manejo de herramientas tecnológicas (drones, celulares, Tablet, editores de audio y video de última generación, entre otros), con la finalidad de mantenerse competitivo en el mercado digital a través de la publicidad.

Segunda. Las diferencias de ambas versiones tanto impresa como digital de los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco deben estar sujetas a las demandas de cada medio, por decir, la habilidad de redactar para un medio digital de manera breve será muy distinta a la redacción para un medio impreso el cual será más profundo y extenso. Para lo cual sugerimos respetar las características de la información instantánea, clara, concisa, concreta e inmediatez del medio digital.

Tercera. Respecto a las modificaciones del esquema los diarios El Sol del Cusco y el Diario del Cusco en su versión digital deben poner más énfasis en el diseño de portadas, se debe hacer un uso correcto y adecuado del juego de colores y tamaño de letras, cabe resaltar que existen múltiples opciones para el desarrollo de una página web. En cuanto al contenido se debe realizar un tratamiento adecuado de las noticias debido a que la web demanda nuevos requisitos en cuanto al desarrollo de las noticias al momento de su publicación, de esta manera generar mayor atracción e interés del cibernauta en el medio digital.

BIBLIOGRAFÍA

- Albertini, E. 2016. Nuevas prácticas y rutinas del periodismo digital. *Letras*, 195-203.
- Albornoz, L. 2007. *Periodismo digital: Los grandes diarios en la Red: ElMundo.es, Clarín.com, Reforma.com, ElPaís.es, Abc.es, LaNación.com* (1. ed). La Crujía Ediciones.
- Alcántara Castro, C. E. 2015. *Redacciones integradas: Proceso de convergencia periodística en RPP Noticias y El Comercio* [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/4510>
- Armañanzas, E., Díaz-Noci, J., & Meso, K. 1996. *El periodismo electrónico*. Editorial Ariel.
<https://core.ac.uk/download/pdf/51394082.pdf>
- Barrantes Echavarría, R. 2002. *Investigación: Un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*.
- Bernal Torres, C. A. 2010. *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (3ra ed.). Pearson Educación de Colombia Ltda.
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Biblioteca Nacional del Perú. 2018, octubre 1. *Portada del Diario El Sol del Cusco que informa del inicio de la histórica asamblea de maestros que acuerda la creación del SUTEP*. SUTEP. <https://sutep.org/organizacion/historia-del-sutep/>
- Briggs, A., & Burke, P. 2005. *De Gutenberg a internet: Una historia social de los medios de comunicación* (2a. ed). Taurus.
- Cáceres Estrada, N. S., & Zevallos-Apolimar, M. B. 2015. *El género periodístico mixto en los diarios cusqueños: El Sol, El Comercio y El diario del Cusco* [Tesis para optar el título

- profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/161>
- Casasús, J. M., & Roig, X. 1981. *La prensa actual: Introducció als models de diari*. Edicions 62.
- Creswell, J. W., & Plano-Clark, V. L. 2007. *Designing and conducting mixed methods research*. SAGE Publications.
- CurioSfera. 2018. *Historia del periódico: Origen e inventor*. CurioSfera Historia. <https://curiosfera-historia.com/historia-del-periodico/>
- Dader García, J. L. 2012. Periodismo político y política del periodismo: Imaginando un futuro digno y sostenible. *Sociedad Española de Periodística*, 35-58.
- Diario del cusco. s. f.. *Portada digital 21 de Junio de 2019*. Diario del cusco. <https://diariodelcusco.pe/>
- Diario El Sol del Cusco. s. f.. *Diario El Sol del Cusco*. Diario El Sol del Cusco. <https://diarioelsolcusco.pe/>
- Diario La República. 2019. *Portada digiral 21 de junio de 2019*. Diario La República. <https://larepublica.pe/>
- Díaz Torres, J. E. 2020. *Estudio del periodismo digital como opción laboral para los egresados de la especialidad de periodismo de la escuela profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2019* [Tesis Doctoral, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/10498>
- Díaz-Noci, J. 2010. Medios de comunicación en internet: Algunas tendencias. *El Profesional de la Información*, 19(6), 561-567. <https://doi.org/10.3145/epi.2010.nov.01>
- Eco, U. 1990. *Apocalípticos e integrados*. Lumen.

- El Diario del Cusco. 2012, noviembre 22. *El Diario del Cusco—Edición Impresa 221112*.
issuu.com. <https://issuu.com/diariodelcusco-edicionimpresa/docs/edicionimpresa221112>
- Equipo editorial Etecé. (2021, agosto 5). *Evolución*. Concepto.de. <https://concepto.de/evolucion/>
- Fontcuberta, M. de. 2017. *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Paidós.
- Gallardo Salvador, A. P. 2013. *Periodismo digital: Análisis comparativo de la prensa escrita y su versión digital. Estudio de caso: El tratamiento de las discapacidades en diario El Comercio* [Disertación de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8291>
- Gallegos, C. 1829. *El Sol del Cuzco 1829-01-17 (Tomo V No.213)*. Imprenta del Gobierno.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/131619>
- Kiosko.net.2011. *El Diario del Cusco*. Kiosko.net Hemeroteca. https://es.kiosko.net/pe/2011-05-02/np/pe_diario_cusco.html
- Martínez de Sousa, J. 1992. *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Paraninfo.
- McCombs, M., & Shaw, D. 1972. *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. Public Opinion Quarterly.
- Michel, G. (1995). *Para leer los medios: Prensa, radio, cine y televisión*. Trillas.
- Municipalidad Provincial de Cusco. 2015. *Plan de desarrollo urbano Cusco al 2023*.
<https://www.cusco.gob.pe/wp-content/uploads/2015/05/generalidades.pdf>
- Ortega, F., & Humanes, M. L. 2000. *Algo más que periodistas: Sociología de una profesión* (1ra ed.). Editorial Ariel.
- Parra, D., Edo, C., Flores, J., García-Alonso, P., & Marcos. 2008. Proceso de transformación de los cibermedios: Los retos de las empresas periodísticas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 63-70.

- Pérez Blanco, P. 2016, abril 20. *El periodismo en la era digital*. El País.
https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html
- Real Academia Española. 2014. *Internet*. Diccionario de la lengua española.
<https://dle.rae.es/internet>
- Salaverría, R. (Ed.). (2005a). *Cibermedios: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España* (1a. ed). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Salaverría, R. (2005b). *Redacción periodística en internet* (1ra ed.). Ediciones Universidad de Navarra S.A.
https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/34331/1/redaccion_periodistica_en_internet.pdf
- Sánchez Sánchez, D. A. 2007. El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1), 67-73.
- Solís Baena, J. 2016. *La evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales como soporte publicitario. Estudio comparativo entre las inserciones publicitarias del periódico impreso “El Mundo” y las del periódico digital “elmundo.es”* [Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid].
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/38141/1/T37394.pdf>
- Sy Corvo, H. 2018. *Medios impresos*. Lifereder. <https://www.lifereder.com/medios-impresos/>
- Troyano Guzmán, H. E. 1999. *Periodismo cultural y cultura del periodismo*. Editorial Ariel.
- Trujillo Araoz, G. 1988. *Nuevas tecnologías del periodismo impreso y cambios en el Diario el Sol del Cusco* [Tesis]. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.
- Uriarte, J. M. 2020, noviembre 16. *Características del periódico*. Caracteristicas.co.
https://www.caracteristicas.co/periodico/#Caracteristicas_del_periodico
- Vargas Miranda, D. F. 2017. *Diario El Sol del Cusco*. issuu.com. <https://issuu.com/diarioelsol>

Yezers'ka, L., & Zeta de Pozo., R. 2016. Veinte años de medios digitales en el Perú (1995-2015).

Universidad de Piura.

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	METODOLOGIA O DISEÑO DE LA INVESTIGACION
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo evolucionaron los diarios El Sol y El Diario del Cusco al medio digital en el periodo 2012- 2017?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>1. ¿Cuáles son las diferencias entre la edición impresa y la versión digital que presentan los diarios El Sol y el Diario del Cusco 2012 - 2017?</p> <p>2. ¿De qué forma el medio digital modifica el esquema de los diarios El Sol y El Diario del Cusco entre los años 2012 – 2017?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Analizar la evolución de los diarios: El Sol y el Diario del Cusco al medio digital en el periodo 2012 -2017.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>1. Analizar las diferencias entre la edición impresa y la edición digital de los diarios El Sol y el Diario del Cusco en el periodo 2012 – 2017.</p> <p>2. Identificar cuáles son las modificaciones que presentan los esquemas de los diarios El Sol y El Diario del Cusco en el medio digital 2012 – 2017.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL: El Diario El Sol y el Diario del Cusco evolucionaron sus contenidos de acuerdo a las exigencias del medio digital</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</p> <p>1. El Diario El Sol y el Diario del Cusco presentan como principal diferencia la instantaneidad de la información en su versión digital.</p> <p>2.El esquema de la versión escrita al medio digital de El Diario El Sol y el Diario del Cusco se modifica según las necesidades de los lectores.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: Internet</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Prensa impresa</p> <p>VARIABLE INTERVINIENTE Evolución</p>	<p>Páginas web</p> <p>Contenidos</p> <p>Tiraje</p> <p>Circulación</p> <p>Historia</p> <p>Desarrollo</p>	<p>Aplicativos web (Word press, Joomla)</p> <p>Redacción, estilo periodístico</p> <p>Cantidad de impresión</p> <p>Local, Nacional, internacional</p> <p>Trascendencia</p> <p>Nivel de desarrollo, Control de modificación</p>	<p>Páginas web</p> <p>Noticias, Publicidad, Entretenimiento</p> <p>Número de ejemplares</p> <p>Alcance de lectores</p> <p>Impacto positivo y/o negativo de productividad, Índices de satisfacción respecto a la modificación</p>	<p>El estudio ha optado por una metodología mixta. Actualmente, se puede observar una posición más ecléctica por parte de algunos expertos, y esta tendencia se puede encontrar en algunos estudios en donde se busca dar, tanto una explicación de los hechos (enfoque cuantitativo) como una comprensión de estos (enfoque cualitativo).</p>

Instrumento de recolección de información

Anexo 2.

Cuestionario de encuesta

DIRIGIDA A PERIODISTAS QUE LABORAN EN EL DIARIO SOL DEL CUSCO/ EL DIARIO DEL CUSCO.

Objetivo: Recolectar información sobre la ADAPTACION A LA PLATAFORMA DIGITAL DE LOS DIARIOS EL SOL DEL CUSCO Y EL DIARIO DEL CUSCO. Está encuesta es de carácter anónima.

Indicaciones: Llene los datos generales y seguidamente marque con una (x) la respuesta de su elección.

Datos Generales

Género: Femenino ____ Masculino ____

Edad: _____

Lugar de trabajo: _____

1. ¿Conoce usted sobre plataformas digitales?

a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada

2. ¿Cuánto conoce de las herramientas digitales?

a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada

3. ¿Cree que es importante que un periodista conozca de plataformas digitales y sus herramientas?

a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada

4. ¿Recibe usted capacitación técnica y conceptual del uso correcto de plataformas digitales?

a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada

5. **¿La adaptación a la plataforma digital afecto su estilo de trabajo?**
a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada
6. **¿Cómo calificaría su desempeño en la plataforma digital?**
a) Optimo b) Bueno c) Regular d) Malo
7. **La adaptación de su diario a la plataforma digital, ¿De qué manera incidió en sus lectores?**
a) Optima b) Buena c) Regular d) Mala
8. **¿La comunicación mediante su plataforma digital es interactiva?**
a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada
9. **¿Cuánto vario el manejo de contenidos en la plataforma digital de su diario?**
a) Mucho b) Un poco c) Algo d) Nada
10. **En qué nivel de desarrollo considera que se encuentra vuestra plataforma digital.**
a) Optimo b) Bueno c) Regular d) Malo

Eso es todo. Se agradece su tiempo y colaboración.

Anexo 3.*Guía de entrevista***PLATAFORMA DIGITAL Y EL USO DE SUS HERRRAMIENTAS****PRESENTACION**

Buen día, Como parte de nuestra tesis en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación perteneciente a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco estamos realizando una investigación sobre la ADAPTACION A LA PLATAFORMA DIGITAL DE LOS DIARIOS EL SOL DEL CUSCO Y EL DIARIO DEL CUSCO. La información brindada en esta entrevista será de carácter confidencial, siendo únicamente para propósitos académicos. Se agradece de antemano su colaboración.

INICIO

Empresa periodística: _____

Entrevistado: _____

Cargo: _____

1. ¿Cuénteme acerca de cómo inicia su incursión en la web?
2. ¿Cuántos periodistas se encargan de la plataforma digital de su Diario?
3. ¿Cuáles fueron las principales limitaciones que tuvieron en la plataforma digital?
4. ¿Cree usted que sus trabajadores se adaptaron de manera adecuada a la plataforma digital?
5. ¿El personal que labora en su Diario, recibe capacitación respecto a las nuevas TICS?
6. ¿Con qué clases de herramientas tecnológicas se provee a los periodistas de su medio?
7. ¿Cómo estima la producción periodística en el aspecto digital?
8. ¿En qué etapa de desarrollo se encuentra vuestra plataforma digital?
9. ¿Qué impresión tiene acerca de las plataformas digitales de los diarios en Cusco?
10. ¿Cuál es la apuesta a futuro?

Anexo 4.

Validación de instrumento

1. DATOS GENERALES

1.1. Título del trabajo de investigación: **ADAPTACION A LA PLATAFORMA DIGITAL DE LOS DIARIOS EL SOL DEL CUSCO Y EL DIARIO DEL CUSCO EN EL PERIODO 2012- 2017**

1.2. Investigadores: YULY MILAGROS HUAMANI MENDOZA y ROCIO MONTESINOS FERNANDEZ

2. DATOS DEL EXPERTO

2.1. Nombres y Apellidos: _____

2.2. Especialidad: _____

2.3. Lugar y fecha: _____

2.4. Cargo e institución donde labora: _____

COMPONENTES	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
FORMA	1.Redacion	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios					
	2.Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado					
	3. Objetividad	Esta expresado en conducta observable					
CONTENIDO	4.Actualida	Es adecuado el avance de la ciencia la tecnología					
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y claridad					
	6.Intencionalidad	El instrumento mide pertinentemente las variables de investigación					
ESTRUCTURA	7.Organizacion	Existe una organización lógica					
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos del tema de investigación					
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables					
	10.Metodologia	La estrategia responde al propósito de diagnostico					

Anexo 5.

Captura de pantalla del 02 de mayo del 2014, del Diario del Cusco



Anexo 6.

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 7

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 8

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 9.

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 10.

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 11.

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 12

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 13

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 14

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Anexo 15

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario del Cusco



Capturas de pantalla del Diario El Sol del Cusco

Anexo 16

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 17

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 18

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 19

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 20

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 21

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 22

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 23

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 24

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 25

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 26

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 27

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 28

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



Anexo 29

Análisis de portada y contenido del medio digital del Diario El Sol del Cusco



