



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias de  
ElComercio.Pe. abril, 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Autora:**

**MARITA FLOR JARAMILLO PADILLA**

**Asesora:**

**Mg. ROCIO RUBIO GARCIA**

**Línea de investigación:**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

**LIMA – PERÚ**

**2018**

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don  
 (a) ZARAMILLO PADILLA, MARITA FLORE  
 cuyo título es: ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL  
LIBERPRERIODISMO EN LAS NOTICIAS DE EL COMERCIO.pe  
ABRIL, 2018.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por  
 el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13.....(número)  
13.....(letras).

Trujillo (o Filial).....05.....de JULIO del 2018



*[Signature]*  
 PRESIDENTE

*[Signature]*  
 SECRETARIO

*[Signature]*  
 VOCAL



*[Signature]*  
 Elaboro

Dirección de Investigación

Revisó

*[Signature]*  
 Responsable del IGC



*[Signature]*  
 Aprobó

Vicerrectorado de Investigación

**Dedicatoria:**

A mis padres y hermanos, porque su apoyo ha sido y es incondicional,  
porque los admiro y siempre me han demostrado su fortaleza  
y constancia frente a cualquier adversidad.

**Agradecimiento:**

Expreso mi agradecimiento a todos quienes  
me brindaron su apoyo y enseñanzas  
a lo largo de la carrera.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Marita Flor Jaramillo Padilla con DNI N° 47571763, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, junio del 2018

**Marita Flor Jaramillo Padilla**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.Pe abril 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El Autor

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
1.1. Aproximación Temática.....	10
1.2. Marco teórico.....	13
1.3. Formulación del problema.....	27
1.4. Justificación del estudio.....	28
1.5. Supuesto y objetivos de trabajo.....	29
<b>II. MÉTODO.....</b>	<b>30</b>
2.1. Diseño de investigación.....	30
2.2. Métodos de muestreo.....	30
2.3. Rigor científico.....	33
2.4. Análisis cualitativo de los datos.....	35
2.5. Aspectos éticos.....	35
<b>III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>36</b>
<b>IV.- DISCUSIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>V.-CONCLUSIONES.....</b>	<b>42</b>
<b>VI.- RECOMENDACIONES.....</b>	<b>42</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>44</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>46</b>

# RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en analizar cómo se presentan las características del ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe abril 2018. La tesis incluye bases conceptuales como los de R. Salaverria, L. Yezers´K, entre otros que fortalecerán en mayor grado el conocimiento sobre el tema. La metodología empleada a esta investigación tiene un enfoque cualitativo, basado en la recolección de datos mediante la técnica de observación, para lo cual se utilizó la ficha de observación debidamente validado por expertos. Dando como resultado de que el medio analizado no presenta todos los elementos necesarios para afirmar que realmente se está ejerciendo el ciberperiodismo. Así se llegó a la conclusión de que la página web en estudio aún no se ha adecuado al ciberperiodismo y al uso en su totalidad de sus características (multimedialidad, hipertextualidad e interactividad) por lo que se puede deducir que existe un intento por adecuarse pero que aún están sujetos a evolución y evaluación.

**Palabras clave:** Ciberperiodismo, multimedialidad, hipertextualidad, interactividad.



# ABSTRACT

The present research work consists of analyzing how the characteristics of cyberjournalism are presented in the news of EIComercio.pe April 2018. The thesis includes conceptual bases like those of R. Salaverria, L. Yezers'K, among others that will strengthen knowledge on the subject to a greater degree. The methodology used in this research has a qualitative approach, based on the collection of data through the observation technique, for which the observation form duly validated by experts was used. Giving as a result that the analyzed medium does not present all the necessary elements to affirm that cyberjournalism is really being exercised. This led to the conclusion that the web page under study has not yet been adapted to cyberjournalism and to the full use of its characteristics (multimedia, hypertextuality and interactivity) so it can be deduced that there is an attempt to adapt but that they are still subject to evolution and evaluation.

Keywords: Cyberjournalism, multimedia, hypertextuality, interactivity.

# I. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Aproximación temática

El constante desarrollo tecnológico, en las últimas décadas, han incurrido en los diferentes ámbitos de la sociedad: político, económico, social y sobre todo en la comunicación. Esto debido al surgimiento de un nuevo tipo de sociedad llamado “la sociedad de información”, gracias a la aparición de internet y el avance científico surgido a su alrededor.

La Real Academia Española define a internet como: “la red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial e comunicación”.

A su vez, Yezerska, L. (2008), menciona que el internet ha revolucionado de un modo significativo y rápido la manera de vivir transformando la forma de organización social.

Para David Parra (2007), quien describe a grandes rasgos cuatro etapas de la Internet, detallando cómo va evolucionando de manera significativa cada etapa hasta llegar a la actualidad, donde la sociedad disfruta de sus grandes beneficios en el mundo de la comunicación.

Internet 0. Es la concepción de la red como una mera infraestructura de comunicaciones cuyo objetivo es interconectar grandes ordenadores. Su eje troncal descansa en la red ARPANET creada en 1969 a solicitud del Departamento de Defensa de Estados Unidos por parte de la Agencia de Investigación de Proyectos Avanzados (ARPA).

Web 1.0. Coincide con el proceso de eclosión de Internet a partir del año 1993. La red se convierte en un macroalmacén de la información, el mayor que jamás haya estado a disposición del ser humano; un lugar donde se puede encontrar de todo.

Web 2.0. Sin desprenderse de su funcionalidad de gran almacén, Internet se convierte en un macroágora donde los internautas de todo el mundo establecen un formidable y continuado diálogo compartiendo inquietudes, conocimientos y experiencias. Esta etapa corresponde a Internet social de lectura-escritura.

Web 3.0. Este nuevo estadio coincide con la consideración de Internet global de lectura-escritura multimedia y desde el punto de vista del acceso a los contenidos corresponde a la

Web semántica automática. Es decir, se trata de una red «inteligente», cuyas capacidades se basan en la aplicación de sistemas expertos de inteligencia artificial.

Cabe resaltar que en sus inicios este medio estuvo dirigido a un público minoritario, era una realidad estática y definitivamente no se concebía la idea de la magnitud de sus alcances. Poco a poco se le fue sumando mayor importancia hasta llegar a ser el pionero en su uso a nivel mundial.

Sin duda alguna el desarrollo de la World Wide Web (www) por parte de Tim Berners-Lee en 1989 es el elemento detonante de este proceso. “La ideación de este revolucionario sistema de intercambio de información capaz de manejar con comodidad productos multimedia abre la senda de caminos como la búsqueda y la publicación de información, el establecimiento de conversaciones con otros usuarios, la realización de todo tipo de e-transacciones y un largo etcétera”. (Parra, 2007, p. 79).

Asimismo, Castells, citado por Salmón (2009), menciona que la aparición de internet a diferencia de otras revoluciones tiene su núcleo de transformación que remite a las tecnologías del procesamiento de la información y comunicación. Así las fronteras de tiempo y espacio han sido derribadas permitiendo que el procesamiento de información se intensifique y la transmisión de contenidos sea para las masas. Esto ha originado que los medios de comunicación tradicionales usen plataformas digitales para continuar informando al usuario sobre lo que pasa pero con una diferencia: la inmediatez.

Según Ruiz y Callejo (2004)

“En apenas unos años las TIC (Tecnología de la información y la comunicación) han revolucionado los métodos tradicionales de publicación y difusión de la información y han ampliado las posibilidades de realizar actividades a distancia, lo que ha producido un salto cualitativo importante: de lo que era simplemente capacidad de procesar información se ha pasado a la posibilidad de comunicación, interacción y procesamiento de información en red; de poder ver u oír a distancia a través de la radio, la televisión o el teléfono, se ha pasado a poder trabajar, comprar, visitar o realizar operaciones comerciales en cualquier y desde cualquier punto de planeta si se está conectado a la red”.

El nacimiento de los medios digitales y el uso de las redes de comunicación han concebido nuevo medio de información, con un lenguaje propio y con unas características de comunicación y contenidos diferentes a cualquiera de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) pero manteniendo siempre los viejos dilemas del periodismo.

Las potencialidades proporcionadas por internet como el nuevo entorno para la difusión de los contenidos periodísticos y una potente herramienta de trabajo e intercambio informativo, obligaron a los medios tradicionales a buscar la forma de entrar al ciberperiodismo. (L. Yezerska, 2016, p.3)

Debido al uso masivo del internet y las características propias que esta ofrecía, los medios de comunicación tradicionales se vieron, prácticamente, en la obligación de sumarse a este medio para poder seguir manteniendo la fidelidad de su consumidor.

El origen de internet en el Perú data de la década del siglo XX, en diciembre de 1991 se creó la Red Científica Peruana que tenía como fin la integración electrónica de universidades, institutos y centros de investigación. En 1995, los medios de comunicación se establecen en internet pasando de lo tradicional a la era digital. Después de dos décadas, el ciberperiodismo en el Perú sigue desarrollándose y cada vez a pasos agigantados.

La década de 1990 fue crucial para el desarrollo del ciberperiodismo en el país. A inicios de 1995, la revista Caretas se sumó a presentar su edición digital, convirtiéndose en el primer medio en contar con una edición en la red. Un año y medio después, el 15 de mayo de 1996, se incorporó con una versión digital el diario La República y el 28 de julio de ese mismo año, se sumó el diario oficial El Peruano.

Sin embargo, el diario más importante del país, considerado el decano de la prensa peruana y tercero más antiguo del continente (fundado en 1839), El Comercio, se sumó a tener su versión digital el 15 de enero de 1997. Por lo que en la presente investigación se realizará un análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias emitidas en abril 2018 por el medio digital El Comercio.

## 1.2. Marco teórico

El paradigma mediamórfico en el ciberperiodismo, teoría propuesta por Fidler donde menciona seis principios básicos del ciberperiodismo- “coevolución y coexistencia; metamorfosis, propagación, supervivencia, oportunidad y necesidad y adopción postergada – se basan, en términos generales, en que todos los medios evitan morir y por ello coevolucionan, coexisten, se transforman, se expanden como nuevas formas emergentes, con base a la oportunidad que depara el desarrollo tecnológico y también las razones sociales, políticas, económicas de la época. Es un proceso lento en muchos casos.” (Fidler, 1998, p. 66).

Valiéndonos de esta teoría podemos alegar que el ciberperiodismo es un claro ejemplo de la coevolución y coexistencia de los medios de comunicación convencionales, los cuales para sobrevivir se han adaptado a esta nueva forma de periodismo en red con características propias como la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad aunque todavía conserva determinados rasgos del periodismo tradicional, como la estructura de la pirámide invertida y manteniendo la información objetiva y actualizada.

Sobre la ‘mediamorfosis’, proceso que define como: “La transformación de los medios de comunicación, generalmente por la compleja interacción de las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia, y las innovaciones sociales y tecnológicas.” (Fidler, 1998, p. 57)

Para Fidler (1998), el lenguaje hablado y escrito caracterizan a las dos primeras mediamorfosis del sistema de comunicación humana (la transformación de los medios de comunicación, por la compleja interacción de las necesidades percibidas, las presiones políticas y de la competencia) y la tercera (las innovaciones sociales y tecnológicas), en pleno auge, obedece a la creación y desarrollo del lenguaje digital, el cual está influyendo radicalmente en la evolución de la comunicación y de la civilización. Fidler (1998) caracteriza al lenguaje digital como “la lengua franca de los ordenadores y las redes de telecomunicaciones globales.”(p.57) y es éste, precisamente, el elemento clave que define al ciberperiodismo.

El ciberperiodismo es la transformación del periodismo convencional que tiene como espacio al internet (donde puedes indagar, crear y publicar contenidos periodísticos) y que rompe con la comunicación lineal gracias al desarrollo tecnológico, que apunta hacia el desarrollo del lenguaje digital y hacia la construcción de una sociedad global conectada a través de redes y computadoras, a su vez, caracterizada por nuevos órdenes económico, social y político, elementos que comienzan a despuntar, a configurar, un entorno cultural donde resalta lo tecnológico.

### **Ciberperiodismo**

El periodismo ha evolucionado de forma progresiva y cada vez a pasos agigantados; primero fue la prensa escrita, luego la radio y televisión. Internet cambió la forma de comunicación entre los individuos, y los medios de comunicación forjaron un cambio radical en la forma de hacer periodismo.

A pesar de las más de dos décadas que se presenta el ciberperiodismo no se ha llegado a una conclusión unánime sobre el concepto, por lo que diferentes autores exponen sus denominaciones y definiciones.

Para Quim Gil, citado por Parra Valcárcel y Álvarez (2004), la expresión periodismo en red se refiere al nuevo estilo del periodismo y no al soporte. El autor hace referencia a una serie de cambios fundamentales que se da en la rutina del periodismo tradicional. Este mismo término es apoyado por Díaz Noci y Meso (1999).

Para el autor este nuevo tipo de periodismo ha modificado al tradicional, originando un nuevo estilo que le obliga al periodista a buscar otras formas de informar, incluyendo otros factores que vayan de acorde a la actualidad.

Según Vin Crosbie (2011), este nuevo tipo de periodismo, exige un conocimiento totalmente renovado, “una que reconozca todo el abanico de nuevas opciones de las que dispone la audiencia”. Refiriéndose no solo a las alternativas relacionadas a la interactividad, sino también de los nuevos lenguajes y narrativas con la que dispone el periodista.

Esta definición se vincula al autor Quim Gil, quien alude que este nuevo periodismo se reconoce como a un conocimiento totalmente renovado.

De manera semejante, María Mendoza Michilot, Héctor López Martínez, Emilio Bustamante Quiroz, Ricardo Bedoya Wilson y Sandro Venturo Schultz (2004, p. 177) definen al “periodismo digital como el nuevo medio que supera las limitaciones comunicativas de los medios tradicionales”.

Dicho concepto está basado en una de las principales características del ciberperiodismo, que será tratada en páginas siguientes, la interactividad: el cual consiste en el intercambio de opiniones, opuestas o semejantes entre el público y el medio de comunicación. Esto se puede observar en la página del El Comercio en la parte final de cada contenido noticioso donde cualquier lector puede emitir un comentario.

Siguiendo con las definiciones, Lyudmyla Yezerska (2008, p. 104). Sostiene que “este nuevo tipo de periodismo admite nuevas funciones; nuevas herramientas para crear contenidos, nuevos trabajos en la empresa periodística, nuevas profesiones con nuevas habilidades y nuevos profesionales.”

De alguna manera este concepto se sujeta a las nuevas características impuestas por el ciberperiodismo, y como todo lo nuevo debe ser aprendido, es obligación de cada profesional ceñirse al nuevo proceso de comunicación, por lo tanto es obligación también del medio informativo incluir en su staff nuevos profesionales con recientes habilidades que se requiere para este tipo de periodismo.

Tal como menciona Salmon, quien es citado por Lyudmyla Yezarska y Rosa Zeta de Pozo, “...aquel profesional de la comunicación que emplea internet para realizar su labor, no solo como plataforma sino como fuente información e investigación por lo que implica valerse de la tecnología para dinamizar todo el ciclo productivo informativo.”(2016, p. 46)

ElComercio.pe cuenta con profesionales expertos en diseños de página web para mantener la línea que la mayoría de la prensa tradicional hoy en día los tiene. Y esto se ve reflejado en sus contenidos periodísticos expuestos constantemente en su plataforma web.

Sin embargo, se debe tener en cuenta lo postulado por Mariano Cebrián (2010, p. 258) cuando explicó que es “una conclusión errónea creer que el ciberperiodista ha de ser un experto en el uso de las nuevas herramientas técnicas”.

Se puede dar fe de este concepto, ya que el periodismo en si no ha cambiado, porque mantiene el formato desde sus inicios. Utilizando siempre la credibilidad de los sucesos, la pirámide invertida, y entre otras características de la noticia.

A su vez, Salaverría (2005) explica que desde el nacimiento de este nuevo tipo de periodismo se ha cambiado el proceso de investigación, producción y difusión. “el ciberperiodismo es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos.

De lo anterior, se entiende como el concepto más acertado, por lo que se toma como referencia para sustentar esta investigación. El Ciberperiodismo es parte del periodismo, con características propias insertadas de acuerdo a la tecnología, empleada en el soporte digital, el cual nos proporciona todo tipo de información, nos da la facilidad de insertar y la vez difundir un tema que puede definirse como relevante.

De alguna forma ElComercio.pe en algunas publicaciones muestra información adquirida de páginas externas, más aun si son noticias del exterior ya que es necesario informar sobre el tema, y resaltar la inmediatez característica importante del ciberperiodismo.

Otra definición es el “periodismo electrónico” y opuesta al anteriores, el cual es considerado por Parra Valcárcel y Álvarez (2004), como el traslado de los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet sin que ello comporte la mínima variación en las rutinas periodísticas.

Cabe resaltar que al inicio del ciberperiodismo, los medios de comunicación (prensa escrita) tuvieron dificultades para adecuarse a este nuevo periodismo por lo cual definitivamente se hizo un volcado del periódico al soporte digital. En las primeras publicaciones se observa que ElComercio.pe utilizaba la misma temática en el periódico y en su página web.

Sin embargo, hoy en día lo manifestado por los autores Parra Valcárcel y Álvarez se dejó sin efecto, ya que todos de los medios digitales han incorporado las principales características del ciberperiodismo.

### **Características del Ciberperiodismo**

Por sus características son catalogados como medios interactivos y puede afirmarse que el ejercicio del periodismo en Internet constituye una práctica que posee rasgos claramente



exclusivos y distintivos que lo diferencian del tradicional, aunque su finalidad es la misma: la Producción Informativa. (Díaz Noci y Salaverría, 2003).

Lyudmyla Yezerska (2008, p.118) resalta que son cuatro las características principales del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad, interactividad y frecuencia de actualización. A juicio de la autora, hipertextualidad alude a la ruptura de la linealidad en la narración; multimedialidad, a la combinación de varios formatos informativos en un mismo mensaje periodístico; interactividad, a la posibilidad de interacción entre emisor y receptor, y viceversa; y por último, frecuencia de actualización, relacionada a la actualización constante de la información.

Para María Cabrera González (2000, p. 395) considera que las nuevas características del proceso comunicativo en internet son la interactividad, la multimedialidad, la personalización y la inmediatez en su difusión.

Ambas autoras coinciden en la atribución de las nuevas características principales para el ciberperiodismo, en base a estas definiciones se concluye que si en una noticia no se aprecian estas particularidades, en el soporte digital, no podríamos hablar sobre la existencia de este nuevo periodismo en el medio que lo publique.

Existen autores que mencionan otras características importantes y únicas para el ciberperiodismo, tal es el caso del autor:

José Luis Orihuela (2002), el periodismo digital ha modificado los paradigmas de los procesos comunicativos. Entre las particularidades del ciberperiodismo destaca la interactividad, personalización, multimedialidad, hipertextualidad, actualización, abundancia de información y mediación profesional como las más importantes.

También tenemos la definición de John V. Pavlik, el autor relaciona a la instantaneidad, universalidad, interactividad, hipertextualidad, multimedialidad y personalización como rasgos propios del periodismo digital. (2005, pp. 25- 58).

El autor Josep María Casasús indica características como la continuidad- que define una periodicidad más precisa-, la versatilidad en los contenidos, la transtemporalidad y la integralidad de los elementos multimedia usados. (2005, pp.168- 182)

Cabe resaltar que algunos autores coinciden en definición aunque le atribuyan distinto nombre a una misma característica. Tal como se aprecia para los siguientes autores.

José Ignacio Armentia Vizuite, José María Caminos Marcet, Jon Elexgaray Arias, Flora Marín Murillo e Iker Merchán Mota (2000, pp.193-196) señalan que la inmediatez, la proximidad y la actualización constante son propias del ciberperiodismo.

Y, Guillermo López García, subraya la transtemporalidad como un rasgo distintivo, relacionada a la ruptura del tiempo y espacio en el que se producen y difunden los contenidos. (2005, p. 40).

Se define como hipertextualidad a la presencia de noticias (enlaces) dentro de una noticia principal, estos pueden contener información anterior similar, pueden extender el tema o llevarte a uno nuevo.

Fundéu BBVA (2012), la cual lo define como “formato de texto que contiene enlace a otros documentos” (p.472).

Para Bianchini (2000), es “un enfoque para manejar y organizar información, en el cual los datos se almacenan en una red de nodos conectados por enlaces”.

Según Caminos (2007, p. 331), la hipertextualidad se define como un texto construido con la suma de muchos textos parciales que se intercomunican entre sí.

Por lo tanto se deduce que la hipertextualidad es una mera forma de interconectar a una nueva información almacenada por una red de nodos conectados por enlaces que te permiten ampliar el tema con alternativas dentro de un texto, cabe resaltar que en la actualidad la mayoría de webs incluyen contenido hipertextual a sus publicaciones.

Por otro lado, Eduteka (2003), menciona que existen diversas características del hipertexto, según el portal educativo, las principales son las siguientes:

Lectura no lineal. Al contrario de la lectura tradicional lineal, el hipertexto permite al lector saltar entre los diferentes enlaces o nodos presentes en el texto.

Facilita la interacción y participación del lector, pues éste es el que selecciona los temas que sean de su interés o lo más importante, así como permite decidir al lector la ruta de su lectura.

Enriquece el texto, puesto que ofrece información sobre el contexto, lo cual le permite al lector profundizar su lectura y poder comprender mejor el texto principal.

Este autor muestra las características de la hipertextualidad con relación al lector, lo cual es un punto muy importante, debido a que es de quien dependen los medios de comunicación para permanecer en el mundo periodístico. ElComercio.pe siendo uno de los principales diarios con mayores visitas incluye esta característica para captar nuevos lectores y fidelizarlos.

También tenemos la definición de Salaverría, el hipertexto es “un documento poliformo que se construye enlazando distintas piezas textuales y/o audiovisuales, interconectadas entre sí gracias a la tecnología digital”, diferenciándolo de los contenidos producidos para las plataformas tradicionales. (2005, p. 28)

Sin duda alguna esta característica es muy importante para hacer la diferenciación del nuevo periodismo con el tradicional. Hoy en día ningún medio escrito está ajeno al medio digital, tal es el caso de ElComercio.pe que modificó su plataforma virtual para incluir la hipertextualidad dentro de sus publicaciones diarias haciendo que el lector ingrese a visualizar otras noticias y adecuándose a la nueva forma de hacer periodismo.

Por otro lado, García de Torres y Pou, (2003: pp. 74-76), sostienen que si bien la hipertextualidad “es un modo de leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano por asociación de ideas”, no se debe abusar de este, ya que “interrumpe la lectura secuencial”.

Si bien es cierto esta característica te ayuda a ampliar tus conocimientos sobre el tema, en algún momento podrían desviarte de la noticia ya que no necesariamente los contenidos son similares, sino que podrían llevarte a uno nuevo o desconocido.

Cabe resaltar la importancia de seguir una lectura secuencial para no llegar a la confusión y mala interpretación de los contenidos emitidos en el portal web de cada medio de comunicación.

No podemos dejar de mencionar a Nelson, ya que es quién origina y define al hipertexto como “un cuerpo compuesto de material escrito o pictórico interconectado en una forma

compleja que no puede ser representado en forma conveniente haciendo uso de papel.” (1965, p.144).

Otra definición de Salaverría (2005) la hipertextualidad es “la capacidad de interconectar diversos textos digitales (enlaces) entre sí, siendo el hipertexto el resultado de esta capacidad.”(p.30)

Los enlaces son vínculos que se establecen entre distintos segmentos de información, un enlace puede resultar abrir un nuevo tema, mostrar una referencia, definición o anotación, presentar una ilustración, tabla de datos, puede activar un sonido o un video, etc. A la vez Salaverría clasifica el enlace en dos grupos, siendo estos los enlaces internos y externos.

Se define enlaces internos a aquellos que conducen al lector a una nueva información sea o no del mismo tema pero dentro del mismo medio y los enlaces externos son aquellos que dirigen al lector a una noticia fuera del medio.

José Orihuela y María Santos (2000) clasificaron varios tipos de estructuras hipertextuales, siendo las principales: lineal, ramificada y mixta.

Por estructura lineal entendemos que nos permite ir de noticia en noticia pero siempre del mismo tema o relacionado a esta, a diferencia la estructura ramificada es aquella que permite al lector ir a una nueva noticia con un tema muy diferente y por último la estructura mixta consiste en el empleo de las dos estructuras antes mencionadas, es decir que se pueden encontrar enlaces con estructura lineal o ramificada.

La multimedialidad lo podemos definir como la integración de texto, imagen, sonido y video en un mismo soporte, en este caso el digital. Por lo tanto, con esta afirmación se estaría diferenciando de lo tradicional (radio= sonido, televisión= video y periódico= texto-imagen).

Existen autores que definen a la multimedialidad de manera particular que a continuación se van a mencionar.

Para Deuze (2004), hay dos formas de definir la multimedialidad: la primera, como la presentación de una historia noticiosa en un sitio web, utilizando dos o más formatos mediáticos, tales como audios, animaciones gráficas, videos, incluyendo elementos interactivos e hipertextuales. La segunda, asume la interactividad como la presentación

integrada de una historia noticiosa a través de diferentes medios, tales como un sitio web, correo electrónico, mensajes de texto, radio, televisión, prensa escrita, etc.

También define Scolari a la multimedialidad: es un concepto cercano al de convergencia retórica, “que enfatiza cómo diferentes estilos y sistemas de signos se combinan en complejos textos y significaciones, selecciones a cargo del lector y procesos semióticos (2008, p. 109).

Si bien el hecho de que la incorporación de elementos multimedia no necesariamente mejora los procesos comunicativos, puede contribuir a la relevancia de los contenidos noticiosos al hacerlos más atractivos e interesantes para el público (Hoogeveen, 1997).

Los conceptos que a continuación se mencionan serán tomados como referencia principal para definir la multimedialidad.

Tal como lo menciona Yezers'ka: “la posibilidad de crear contenidos utilizando la variedad de códigos existentes (textos, fotografías, sonidos, videos, infografías animadas y dibujos interactivos) es propio del periodismo digital. (2008, p. 123)

Así mismo, Para Salaverría (2005), esta 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” (p.32).

También se tiene la definición de Guallar (2010, p. 42): “La multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada”.

Todos estos autores mencionados anteriormente coinciden al mencionar que la multimedialidad tiene como base fundamental la integración del sonido, video, imagen y texto en un mismo mensaje teniendo como contexto el soporte digital. Por ello la multimedialidad es característica principal del ciberperiodismo, ya que en los medios tradicionales no se pueden encontrar el conjunto de ellos, como lo puedes ver en la Web.

A demás con esta característica el soporte web tiene la capacidad de mostrar la información al lector de una manera más atractiva ya que al integrar imagen y video captan con mayor

facilidad la atención, también se puede integrar no solo uno o dos fotografías sino que se puede insertar incluso una galería, lo que hace visualmente más completa la información.

También encontramos que: “La multimedialidad puede ser definida como la capacidad de procesar y difundir mensajes que integran códigos lingüísticos-textuales, visuales y sonoros- y gozan de unidad comunicativa. Por tanto, podemos hacer un censo de elementos susceptibles de ser empleados en una producción multimedia: texto, sonido, imagen, infografías. (Díaz Noci, 2004, p. 16)

Imagen: representación gráfica de un objeto, estas pueden ser estáticas, elementos visuales que carecen del parámetro tiempo tal como las fotos, ilustraciones, entre otros y las imágenes en movimiento, aquí entran los signos gráficos e imágenes que utilizan el parámetro tiempo y que da la sensación de movimiento tal como los gifs, banners, emoticones.

Video: elemento con mayor uso en internet, consiste en la grabación de imágenes y sonidos.

Audio: sistema de distribución multimedia que permite a los usuarios escuchar el archivo online o descargarlo para escucharlo en el reproductor que deseen.

Esta definición también coincide con los autores antes mencionados, el cual vamos a tomar como concepto adecuado para llevar a cabo la presente investigación y sustentarla. Sin dejar de lado otros autores que ayudan a ampliar el conocimiento de la información.

Se conoce como interactividad a la participación del lector y/o usuario mediante opiniones, críticas o más. Donde no solo interactúa el público con el medio sino de público a público.

Tal como lo define Lyudmyla Yezerska (2008, p. 126), que “la interacción entre el emisor y receptor se realiza mediante mensajes multidireccionales, gracias a la disolución de las barreras clásicas entre ambos.”

Para Ana Zalberg, (2001, p. 170) “si se puede emitir opiniones, si se puede agregar o quitar información a los contenidos, en definitiva, si cuenta con los estímulos suficientes para integrar las herramientas informáticas y comunicarse con ellas, volcando sobre la información primaria sus ideas y su creatividad, estará generando interactividad.”

Al posibilitar el medio la participación del usuario/receptor, este se convierte inmediatamente en emisor, por lo que se generaría el intercambio de información al cual llamamos interactividad.

Javier Díaz Noci (2001, p. 96) “la interactividad se define con la posibilidad del receptor en actuar en mayor o menor medida sobre el mensaje que se le envía.”

“Interactividad es la capacidad de los nuevos sistemas de comunicación (que usualmente tienen una computadora como uno de los componentes) de responder a los usuarios, casi como un individuo participando de una conversación.” (Rogers, 1986, p. 4)

José María Caminos, Flora Marín y José Armentia (2007) la interactividad permite que “se difuminen los límites entre emisor y receptor”. Así, el periodismo digital trabaja a la luz de sistemas bidireccionales, entre los que destacan el periodismo de tipo colaborativo- llamado también periodismo ciudadano- y el uso de redes sociales para recopilar datos (por parte del periodista) y difundir información reciente (por parte del lector).

“Interactividad es la capacidad de los nuevos sistemas de comunicación (que usualmente tienen una computadora como uno de los componentes) de responder a los usuarios, casi como un individuo participando de una conversación.” (Rogers, 1986, p. 4)

Sin duda alguna, en la actualidad todos los medios de comunicación tradicionales cuentan con un soporte digital, donde prevalecen estas características del nuevo periodismo. ElComercio.pe no es ajeno, ya que en su página web se aprecia la inclusión de la interactividad y cómo es utilizada por sus lectores.

Según Díaz Noci citado por Yezer“ska (2008), la interactividad es “la posibilidad de que el receptor actúe en mayor o menor medida sobre el mensaje que se le envía.” Además, menciona que la interactividad permite al receptor tomar sus decisiones y configurar su mensaje, así como dialogar con el emisor.

Rost (2004), define a esta como una “capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa).” (p. 5)

Para estos autores la interactividad no solo significa mantener una comunicación multidireccional, sino que también se asocia a la posibilidad de seleccionar contenidos según el interés del ingreso al soporte digital.

En la actualidad la mayoría de las personas cuentan con una computadora, Tablet o celular y tienen la posibilidad de revisar constantemente las actualizaciones de las noticias que se van suscitando a lo largo del día, es por eso la necesidad de los medios de comunicación de emitir la información de manera constante e inmediata.

Cabe resaltar en este sentido que el uso del medio digital es la base fundamental del ciberperiodismo, en consecuencia todos los medios de comunicación tradicional se vieron obligados a migrar a lo digital. Siendo el Caso de El Comercio que de manera constante actualiza su página web.

También menciona Caminos (2007), la inmediatez es un valor esencial del periodismo digital, ya que hace que la producción de contenidos esté sometido a ciclos temporales de edición, para que permanezcan vigentes. Lo que hace que el “tiempo real” como ritmo normal de la información sea característico del periodismo digital.

Esta característica de alguna u otra forma pone en aprietos tanto a los medios de comunicación como a los lectores, debido a que el soporte digital obliga a la prensa a emitir sus noticias de manera rápida por lo que deberán obtener información al instante de los sucesos para ser los primeros en informar.

Y por otra parte, los lectores pueden perder la información si no revisan de manera constante las publicaciones realizadas por los medios de comunicación, ya que la actualización constante genera la poca vigencia de los contenidos en la página web y se van tornando “antiguas”.

En tal sentido, cabe resaltar que si bien la actualización constante permite al consumidor estar al tanto de la evolución de una noticia de acuerdo a su ritmo informativo, esto genera la escasa vigencia o fugacidad del mensaje periodístico (Yezerska, 2008, p. 38).

Otro concepto a mencionar es del autor Quim Gil (1999), quien resalta la importancia de la vigencia de la información. Para el autor “vigente no implica necesariamente que sea



información reciente”, sino que la información vigente es actualizada con el ritmo informativo, lo que altera las rutinas a las que están acostumbrados los medios tradicionales.

### **Antecedentes**

El trabajo presenta las siguientes investigaciones previas que ayudaran conocer a profundidad sobre el tema a tratar:

- Mayra Florián Guerrero y María Gómez Tesen (2014) en su trabajo de investigación para optar el Título Licenciadas en Ciencias de la comunicación, Universidad Privada del Norte, titulado: “Análisis de las características del Ciberperiodismo: Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad en las notas principales de las Webs La Industria de Trujillo y Correo- La Libertad durante los meses de junio, julio y agosto de 2013”, donde tiene por objetivo principal describir las principales características del ciberperiodismo en las Web elegidas.

Esta investigación es Transeccional o transversal: Descriptivo y tiene como resultado: las notas de los cibermedios La Industria de Trujillo y Correo- La Libertad han desarrollado parcialmente las características de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. En la evaluación se determinó que el uso del hipertexto en el 78.82 % de las notas es nulo. Además solo se utiliza un agente multimedia representado por las imágenes de referencia. En cuanto a la interactividad solo se permite enviar por correo electrónico, comentar las notas y compartirlas en redes sociales.

- Otra investigación realizada en la Pontificia Universidad Católica del Perú por Gisella Salmon Salazar (2009) titulado: “Del papel a la red: La configuración del lenguaje ciberperiodístico, desarrollo y tendencias de la prensa digital peruana. Análisis de los casos: El Comercio, RPP y la Agencia de Noticias Andina”, donde el objetivo principal es obtener un conocimiento más profundo del grado de crecimiento y expansión alcanzado por la prensa digital hasta el 2009.

Utiliza un diseño de investigación de metodología cualitativa de tipo descriptiva, a través del análisis de caso. Teniendo como conclusión que la prensa digital peruana ha atravesado diversas etapas: La primera ha consistido en el volcado de información, a través del traslado de la información propia de los medios impresos hacia las ediciones digitales. La siguiente

etapa está caracterizada por la adecuación, fase en la cual las ediciones digitales empiezan a estructurar sus contenidos con información propia, elaborada por la redacción en línea. Luego de transitar por las etapas de volcado de información y de adecuación de contenidos llega la etapa de potenciación, en la que poco a poco se descubren las características multimediales del nuevo medio, utilizando las primeras inclusiones de fragmentos informativos en formato de audio y video. Continúa la etapa de interacción caracterizada por la participación del usuario, dando pie a espacios para encuestas, comentarios, foros, blogs, entre otros.

A partir de del análisis se tiene entonces como resultado: la presentación de nuevos formatos, propios de la prensa digital como especiales multimedia e infografías animadas, no alcanza aún vigencia relevante. Falta consolidar una visión de las posibilidades del medio digital, razón por la que se descuidan aspectos de diseño, multimedialidad, creatividad e innovación.

-También encontramos la investigación realizado por Lucia Barja Marquina (2016), de la universidad Nacional Mayor de San Marcos, a la cual tituló: El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Caso El Comercio, RPP Noticias y Erensa. Donde utiliza una investigación “mixta” ya que utiliza el tipo exploratoria y descriptiva, con especial énfasis en el paradigma cualitativo.

En este trabajo llega a la conclusión de: La rapidez selectiva y el manejo de tecnologías son las habilidades más valoradas por el periodista digital en el proceso de convergencia de los medios analizados para realizar su puesto de trabajo. Asimismo, la redacción, elaboración de contenidos multimedia y edición web son las tareas periodísticas más importantes que realiza habitualmente dicho profesional que se considera un periodista multiplataforma. Resulta importante agregar que dichos profesionales publican contenidos habitualmente en dos plataformas: impreso- web y televisión- web.

Un resultado importante a mencionar es en cuanto a los elementos multimedia utilizados, un 36.4% de los profesionales afirma hacer uso de videos (producidos por el equipo de videoreporteros del medio y captados de fuentes externas como agencias internacionales y canales de televisión). Siendo esto una evidencia de un porcentaje mínimo en cuanto al uso de la multimedialidad.

- Arturo Barrios Puga (2013), de la Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación, en su trabajo de investigación titulado: “El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades”, tiene como objetivo general describir las características de las versiones en línea de los periódicos impresos mexicanos. La presente investigación pretende tener un alcance descriptivo con tipo de estudio no experimental-transversal.

El análisis que se ha realizado en esta tesis tiene como resultado de que el ciberperiodismo mexicano se encuentra aún en una etapa de desarrollo incompleto; las carencias generalizadas evidenciadas en la observación, permiten afirmar que todavía es largo el camino por recorrer para alcanzar el objetivo de utilizar adecuadamente el soporte en línea como una vía para presentar una oferta informativa completa a los lectores. Por lo tanto se llega a la conclusión de que las versiones en línea de los periódicos impresos mexicanos no están aprovechando a cabalidad las herramientas que la red pone a su alcance para ampliar y enriquecer su labor informativa. La gran mayoría de los medios utilizan esquemas bastante estáticos, sin explotar las posibilidades expresivas de la multimedia e hipertextualidad.

### **1.3 Problema de Investigación**

#### **1.3.1. Formulación del problema de investigación**

#### **1.3.2. Problema de investigación**

¿Cómo se presentan las características del Ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018?

#### **1.3.3. Problemas específicos**

- A. ¿Cómo se presenta la hipertextualidad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018?
- B. ¿Cómo se presenta la multimedialidad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018?
- C. ¿Cómo se presenta la interactividad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018?

## **1.4. Justificación del estudio**

La presente tesis se justifica en la necesidad de analizar la transformación del medio impreso a la era digital y cómo en la actualidad se desarrollan las características del ciberperiodismo en la página web de El Comercio, ya que hoy en día las personas se informan buscando información en la web desde sus aparatos tecnológicos (computadoras, Tablet, iPhone, entre otros.). Así, el presente trabajo permitirá mostrar si realmente se están desarrollando las características del ciberperiodismo en un medio digital peruano influyente e importante.

Esto permitirá conocer a profundidad cómo se ha desarrollado el ciberperiodismo, actualmente el más usado, y formar una base para las futuras investigaciones en el ámbito del periodismo digital. Así también que pueda ser usado como referencia por futuros investigadores en la evolución de este nuevo periodismo y que se irá desarrollando aún más con el tiempo.

### **Relevancia**

Es apropiado realizar esta investigación debido a que los consumidores de medios de comunicación son en su mayoría usuarios 3.0, es decir consumidores de servicios a través de la tecnología. Por lo tanto, los medios tradicionales han desarrollado diversas plataformas para adaptarse a los nuevos tiempos, para mantener a sus lectores y ganar otros, abriendo paso al ciberperiodismo

La investigación permitirá ampliar los conocimientos del uso de las características del ciberperiodismo en ElComercio.pe en esta sociedad actual llamado la “era digital” a través del análisis de las noticias publicadas en la Web.

Es por ello que será fundamental para que ElComercio.pe, comunicadores y periodistas en general mediten sobre el rol que vienen cumpliendo con el uso de las características de esta nueva especialidad de periodismo y si realmente cumplen a cabalidad los requisitos que trajo consigo esta sociedad de nuevos retos e inmersos en el soporte digital.

## **Contribución**

Gracias a la presente investigación se conocerá el uso de las características del Ciberperiodismo en ElComercio.pe y ampliar el conocimiento sobre como se viene desarrollando en el Perú, teniendo en cuenta que se tomará como referencia en futuras investigaciones.

Los resultados obtenidos aportaran datos útiles en el estudio del ciberperiodismo peruano a aquellas investigaciones que deseen seguir profundizando el análisis de la comunicación periodística en internet, ya sea en Perú o en otros países.

Este trabajo también tiene como objetivo evaluar si realmente las noticias emitidas por el diario digital hacen uso correcto de las características del ciberperiodismo en estos nuevos tiempos llamado la “era digital”.

## **1.5. Supuestos u Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo General**

Analizar las características del Ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- A. Analizar la hipertextualidad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018.
- B. Analizar la multimedialidad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018.
- C. Analizar la interactividad en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018.

### **1.5.3. Supuesto**

Las noticias difundidas por ElComercio.pe en abril presentan todos los elementos o características del ciberperiodismo.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de investigación**

#### **2.1.1. Enfoque**

Para esta investigación se utilizará el enfoque cualitativo, el cual se basa en la recolección de información mediante la técnica de observación para su posterior interpretación de los hechos.

Los autores Blasco y Pérez, señalan que “la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.” (2007, p. 25)

#### **2.1.2. Diseño**

Para la elaboración de este proyecto se ha elegido el diseño de estudio de caso.

Es un “método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales”, puesto que conlleva un proceso de indagación “caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de un fenómeno”, entendiendo a estos como “entidades sociales o entidades educativas únicas” (Bisquerra, 2009).

Este diseño de investigación está basado en el entendimiento de una situación específica (un caso), que se obtiene a través de su descripción y análisis. Y es precisamente en el análisis en lo que se centra este trabajo, permitiendo explorar en forma más profunda el tema en estudio y además obtener un conocimiento más amplio dentro del desarrollo de esta investigación.

### **2.2 Métodos de Muestreo**

#### **2.2.1. Escenario de estudio**

El escenario de estudio para la presente investigación es la página web ElComercio.pe sobre cómo se presentan las características del Cyberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe difundido en el mes de abril de 2018.

### **2.2.2. Caracterización de sujetos**

Diario El Comercio hace su aparición el 4 de mayo de 1839, y estableció como valores propugnados por el Orden, Libertad y Saber en un país donde la esclavitud y el analfabetismo imperaban tanto en el ámbito urbano como rural. Desde entonces se ha convertido en uno de los referentes más importante del periodismo peruano.

Es preciso indicar que, en cuanto a su credibilidad periodística, según el Informe General de Marketing “Hábitos y actitudes hacia la prensa escrita 2005”, elaborado por la empresa Apoyo Opinión y Mercado, El Comercio es reconocido en el mercado de lectores por su información veraz, independiente y confiable, siempre ligada a la formación de corrientes de opinión.

El historiador Hector Lopez Martinez asegura que este diario tiene dos fundaciones. La primera realizada por el chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota en mayo de 1839. Y la segunda, en marzo de 1875, por José Miró Quesada, quien pasó de corresponsal de noticias a director.

Bajo su dirección, El Comercio renovó su sistema de imprenta, lo que posibilitó una mejora en el contenido y la aparición de dos ediciones (en la mañana y en la noche), así como la ampliación del plantel de colaboradores y corresponsales.

Cabe resaltar que entre los años de 1974 y 1980, El Comercio fue confiscado durante la Junta Militar de Gobierno. Para julio de 1980, se devolvió a la familia fundadora. La dirección general fue asumida por Óscar Miró Quesada de la Guerra, por un breve periodo ya que moriría al año siguiente. Aurelio Miró Quesada Sosa y Alejandro Miró Quesada Garland asumieron después la dirección de El Comercio.

Resulta importante mencionar en este punto el primer proceso de rediseño conocido en el diario en 1994, Elio Leturia y Mario García, quienes realizan “una renovación visual, siendo los primeros pasos la creación de los departamentos de infografía e ilustración. Además, de una política nueva respecto a la fotografía y el diseño editorial”. (Mendoza, 2013:361).

Y en 1997, el diario incursiona en la Internet, con la creación de [elcomercioperu.com](http://elcomercioperu.com). En 1998, y tras la muerte de Aurelio Miró Quesada Sosa, asume la dirección Alejandro Miró Quesada Cisneros, y, tras él, Francisco Miró Quesada Rada. Ese mismo año, El Comercio

adquiere Canal N, estableciendo así la unidad de negocio El Comercio Producciones S.A.C. y actualmente asume la dirección Ignacio Prado García Miró.

Según Lyudmyla Yezerska (2008, p. 354), el equipo de la primera edición online de El Comercio estaba conformada por “dos ingenieros informáticos y una diseñadora”, además de contar con el apoyo de redactores de la edición impresa. La labor principal de este primer equipo era el volcado de la información publicada en el diario.

De acuerdo a Roberto Silva, esta forma de exponer noticias en la web resultó monótona para El Comercio ya que prácticamente era el traslado fiel de la edición impresa a la versión digital. Ante esta situación la Gerencia encargada de la web decidió formar un equipo especial para redactar y administrar el soporte digital y elaborar un programa propio que les permita obtener una dirección original en Internet.

Luego de estos cambios se notó visiblemente la mejoría y para el año 2000, el portal de El Comercio llegó a ser la Web más visitada del país. En el 2006 Según la Red Científica Peruana, el número de visitas a esta página ascendía a diez millones mensuales.

En 2005, el equipo web de elcomercio.pe creció a 25 personas, lo que propició una nueva estructura empresarial e independencia económica del medio impreso (Pilares, 2011). Dos años más tarde y viendo el aumento en el consumo de noticias de las secciones de espectáculos y deportes, se comienza la “captación de personal especializado para esas secciones”, así como la producción de información propia.

Sucesivamente fueron creciendo las visitas a esta web, tal como se indica a continuación: De acuerdo con la medición de Dax- Comscore, publicado el 05 de diciembre de 2014, la página web de El Comercio registró 17'091.751 de visitas.

Este proceso de convergencia se dio con la producción de contenidos para ambas plataformas dentro de cada sección. En palabras de Ángel Pilares, community manager de El Comercio, “físicamente las personas que alimentan la edición web de cada sección están ubicadas dentro de las secciones en cuestión. Es decir, quien hace política para la web, pertenece al área de Política”.



### **2.2.3. Plan de análisis o trayectoria metodológica.**

La era digital trajo consigo grandes cambios en muchos de los ámbitos sociales y lo más importante para esta investigación está en el ámbito de la comunicación debido a que nace una nueva forma de periodismo y es el Ciberperiodismo, llamado así por Salaverria (2005), que nace con características propias y diferenciales de los medios tradicionales, debido a que cuenta con el respaldo de los avances tecnológicos y, por lo tanto, toda la prensa tuvo que adecuarse a esta nueva forma de hacer periodismo.

En esta investigación se toma como unidad de análisis al ElComercio.pe debido a que cuenta con mayor número de seguidores, según la última medición realizada por Dax-Comscore en el 2014. A demás de ser un medio de comunicación de gran trayectoria en el tiempo.

Para analizar el objetivo de la presente investigación se utilizará la ficha de observación, con el cual se podrá analizar y posteriormente interpretar las características del ciberperiodismo.

Estos datos serán interpretados teniendo en cuenta procesos cognitivos superiores, como el análisis y la reflexión.

## **2.3. Rigor Científico**

Para la validación del instrumento se aplicó el coeficiente de V de Aiken, cuyo porcentaje final fue de 91%.

Fórmula para la operación:

- COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)

COEFICIENTE DE VALIDACION					
cualitativo					
Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	0	1	2	67%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	0	2	67%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	0	1	2	67%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

## 2.4. Análisis cualitativo de los datos

**Ficha de observación:** la cual se ha adaptado a la presente tesis para aplicarla durante el mes de abril, extrayendo en total una muestra de 25 fichas aplicadas. Cabe resaltar que anterior a la aplicación se validó la ficha de observación con expertos.

### Ficha de recolección de datos

MEDIO		FECHA		HORA
TITULAR				
Multimedialidad		SI	NO	Observación
Utiliza recursos multimedia	Foto			
	Audio			
	Video			
Muestra imagen para ilustrar la información	Estáticos			
	Movimiento			
Hipertextualidad		SI	NO	
Emplea enlaces para informar al lector de manera apropiada	Interno			
	Externo			
uso de tipo de estructura	Lineal			
	Ramificada			
	Mixta			
Interactividad		SI	NO	
El medio permite comentar sobre la información y es mostrada al pública				
Es posible compartir la información directamente desde la Web				
Existe diálogo entre el medio y el público o público a público				

## 2.5. Aspectos Éticos

Todo el procedimiento de elaboración de este proyecto fue realizado de acuerdo a las normas establecidas por la Universidad. Se ha respetado la propiedad intelectual de las personas mencionadas, a través de citas bibliográficas.

### **III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS**

Después de haber aplicado la ficha de observación se llegó a los siguientes resultados.

En las noticias del medio analizado ElComercio.pe, se ha determinado que no cumplen a cabalidad el empleo de las características del ciberperiodismo (multimedialidad, hipertextualidad e interactividad). Es decir, no presentan todos los elementos necesarios para afirmar que realmente se está ejerciendo el ciberperiodismo en esta página Web.

La multimedialidad no está siendo empleada íntegramente, solo podemos encontrar algunos elementos y que a continuación se van a detallar.

En las noticias presentadas por el soporte digital en estudio, se observa que en su mayoría utiliza fotos referentes al tema, la mayor parte muestran una foto y solo algunas presentan galería de fotos, las cuales son obtenidas por El Comercio, aunque también podemos encontrar de otras fuentes como Canal N, Facebook, Reniec y Twitter. También podemos encontrar que en algunas noticias se emplean fotos y videos, la cual hace más entretenida la información.

Con respecto a los videos, solo algunos son propiedad del medio, la mayoría son obtenidas de otros medios emitidos en programas de noticiero. Estos videos son de pocos minutos, compuesto de imágenes, entrevistas, locución en off y extractos de videos de los hechos. Algunos videos que son propiedad del medio son insertados sin editar y que estas sí son de extensa duración.

Un aspecto negativo que encontramos en la página web es el uso de un mismo video e imagen para varias noticias, por lo que el enriquecimiento de información es menor o repetitivo para el lector.

Otro aspecto negativo es que no inserta en ninguna de las noticias la opción que permita a los usuarios descargar el texto escrito en formato de audio y poder escucharlo sin la necesidad de estar en el soporte digital. Cabe mencionar que este elemento es básico para afirmar la existencia de multimedialidad y por tanto hablar de ciberperiodismo.

Con respecto al uso de imágenes la página web solo presenta fotos (imagen estática) para estas noticias, en ninguna de ellas se aprecian gráficos, signos, gifs, entre otros que aporten información al lector.

La hipertextualidad es una de las principales características del ciberperiodismo, pero que aun siendo así no se muestra su máximo aprovechamiento.

Cabe resaltar que todas las noticias presentan enlaces, al inicio, en medio y al final de la información. También es importante mencionar que la mayoría de los enlaces insertados en la noticia van acompañado de una imagen referente al tema, lo cual hace que el lector preste mayor atención y se interese por la información, el cual le permitirá que siga con la lectura y en el mismo medio digital haciendo clic en el enlace.

De la hipertextualidad lo que se puede observar es el uso de enlaces internos en todas sus noticias, lo que hacen que el lector siempre esté en el mismo medio, ya sea para una noticia del mismo tema o diferente. A demás de que el enlace con la nueva información siempre reemplaza a la anterior.

En ninguna de las noticias analizadas se encuentran enlaces externos, esto hace que el lector solamente tenga la información de este medio, restringiendo la ampliación del acontecimiento con otros sustentos y/o hechos.

Lo que se puede destacar de la hipertextualidad es el uso de la estructura lineal de la noticia en el medio digital, ya que es empleada de manera correcta para la ampliación de la noticia y el lector pueda tener a su alcance la mayor información del acontecimiento. En su mayoría se presentan información del mismo tema, que se ubican en la parte media de la noticia, pero también se pueden encontrar relacionadas al tema tanto en la parte superior como en el término.

También encontramos el uso de la estructura ramificada que se entiende así por el empleo de noticias de temas muy diferentes dentro de la información matriz. Esto permite al lector descubrir una nueva noticia de mayor o tal vez menor interés, están ubicados en su mayoría en la parte superior o al término.

De lo expuesto en lo anterior se deduce que el medio digital emplea la estructura mixta debido a que dentro de las noticias se pueden encontrar tanto como a la lineal y a la ramificada, en conclusión ésta es la suma de ambos.

Se puede mencionar también que existen algunos enlaces de publicidad propias de cada medio, generalmente ubicadas a la parte derecha de la información. Se pueden encontrar también enlaces a noticias presentadas en el Twitter de la misma página Web.

Se puede observar el buen uso de la interactividad por parte del medio digital analizado porque brinda al lector los elementos necesarios para interactuar, pero es el mismo lector quien no muestra interés en las noticias que se analizó y no se manifiesta con comentarios en ninguna de sus publicaciones.

En cuanto a la interactividad, el soporte digital de El Comercio permite realizar comentarios a sus lectores, esto es posible teniendo activa una cuenta de Facebook o correo electrónico. La opción comentar se ubica en el término de cada noticia, puedes escribir hasta 300 caracteres y el medio indica que no se hace responsable por los comentarios pero que sí están sujetos a moderación.

El medio digital te invita a participar con comentarios mostrándote las palabras “danos tu opinión”, que incita al lector a compartir sus ideas. Sin embargo, es iniciativa del lector realizar o no un comentario.

La información emitida por el medio digital se puede compartir en cuentas como Twitter, correo electrónico, Pinterest, y en Facebook. Estas opciones se encuentran en la parte superior de todas las noticias y con tan solo hacer un clic e ingresar a la cuenta puedes realizar ésta acción.

Un aspecto negativo en este análisis, es que no se registra ningún comentario en todas las noticias emitidas por el medio digital, lo cual escapa de las manos de la página web pero sí evidencia el poco interés del lector sobre el tema. Por lo que no podemos medir el análisis de que exista diálogo entre el público y el medio digital.

## IV. DISCUSIÓN

La presente investigación titulada “Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe difundidos en el mes de abril 2018” tiene como objetivo general analizar las características del ciberperiodismo.

De acuerdo a los resultados obtenidos, no se comprueba el supuesto sobre Las noticias difundidas por ElComercio.pe en abril presentan todos los elementos o características del ciberperiodismo. Esto se concluye según el análisis realizado a partir de la ficha de observación aplicada a las noticias en el mes de abril.

Lyudmyla Yezerska (2008) resalta las características principales del periodismo digital: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. A juicio de la autora, hipertextualidad alude a la ruptura de la linealidad en la narración; multimedialidad, a la combinación de varios formatos informativos en un mismo mensaje periodístico; interactividad, a la posibilidad de interacción entre emisor y receptor, y viceversa.

Ante esta afirmación acerca de las características del ciberperiodismo se puede entender, que si bien es cierto en la actualidad se cuenta con la facilidad de obtener información gracias a la tecnología no podemos afirmar que se ha llegado con éxito al uso correcto e integrado de las principales características del ciberperiodismo. En este estudio se comprueba que ElComercio.pe no desarrolla a cabalidad todas las herramientas de este nueva forma de hacer periodismo aunque vale rescatar la evolución del mismo ya que en un inicio la información era un simple traslado del papel a la red.

En base a este juicio se precisa que la teoría no está siendo tomada en cuenta en el momento de la práctica, es decir que el medio digital analizado no está cumpliendo con los requisitos necesarios para ser considerado ciberperiodismo.

En la actualidad el lector no es un usuario pasivo, sino que elige la información según su interés y expresa sus ideas. Para ello el medio digital debe aprovechar una de las características que es la interactividad donde debe trabajar en la potenciación y mejorar los aspectos interactivos para satisfacer y estar a la vanguardia de la modernidad periodística. Entonces, de los resultados podemos mencionar que el medio analizado se ha esforzado por integrar de forma correcta los principios básicos de la interactividad pues en cada

información podemos encontrar las diferentes opciones de interacción entre el medio digital y el lector usuario.

Con ello podemos destacar lo mencionado por Lyudmyla Yezerska (2008), quien afirma que la interacción entre el emisor y receptor se realiza mediante mensajes multidireccionales, gracias a la disolución de las barreras clásicas entre ambos.

Pero la interactividad es solo un punto importante del ciberperiodismo, pues también se tiene y se ha estudiado las otras dos características principales como la multimedialidad y la hipertextualidad que sirven para analizar y llegar a los resultados con mayor precisión en el uso adecuado e integrado de las características del ciberperiodismo.

Si hablamos de una nueva forma de hacer periodismo es porque cada vez se presentan los avances tecnológicos y con ellos nuevas opciones de desarrollo en los diferentes ámbitos de la sociedad. Y al hablar de tecnología se puede mencionar que se tienen las facilidades de realizar la multimedialidad dentro del medio digital sin ningún inconveniente ya que esta se define como la integración de imágenes, videos y audio dentro de una sola información y para todos ellos se tienen las herramientas tecnológicas necesarias.

Sin embargo, la investigación en la página ElComercio.pe demuestra que no se encuentran todos los elementos dentro de una información, es decir que no se está desarrollando a cabalidad esta característica del ciberperiodismo. Si bien es cierto se aprovechan los recursos aunque en un nivel de uso sumamente bajo no podemos dejar de insistir en que se estén empleando de forma unificada cuando se tiene la posibilidad de mostrarse integrada. Con esto, el medio digital denota cierta deficiencia con respecto al uso de la multimedialidad, la cual es fundamental para captar la atención de un lector usuario moderno que busca y sabe las tendencias dadas y cada vez más cerca de ellos.

Además, el medio digital estudiado está lejos de alcanzar la definición de Yezerska (2008), quien sostiene que la multimedialidad recae en la posibilidad de crear contenidos utilizando la variedad de códigos (elementos) existentes, así también Salaverría (2005), menciona en teoría que es la capacidad de combinar en un solo mensaje los elementos que conforman la multimedialidad.



Otro punto y no menos importante es la empleabilidad de la hipertextualidad, esta característica hace que la navegación sea entretenida y sencilla, sin embargo en el resultado de las noticias de la Web estudiada en esta tesis revelan el poco aprovechamiento de los elementos hipertextuales. Es importante precisar que se encuentra en mayor cantidad el uso de enlaces, estas se encuentran al inicio, medio y final de cada noticia, aunque todos estos sean solo enlaces internos, en consecuencia, imposibilitan al lector el conocimiento de información con otras fuentes en otros medios digitales.

Cabe resaltar que, las estructuras hipertextuales ayudan al lector a seguir la noticia de su interés, ya que presentan diversos temas dentro de una misma información. Además está mencionar que el lector siempre buscará maneras sencillas y cómodas de continuar con la interacción.

Teniendo como referencia el estudio del análisis de las características del ciberperiodismo realizado por Mayra Florian y María Gómez (2014), donde señala que las características del ciberperiodismo han sido desarrolladas parcialmente en los medios digitales analizados. Esta situación, trae como resultado que los medios digitales no han incorporado todas las características del ciberperiodismo en su práctica diaria, ya que los resultados de esta investigación también indican que es deficiente la empleabilidad de las características de esta nueva forma de hacer periodismo.

Es decir, que a partir de los resultados de esta investigación se puede ver que ya habiendo pasado varios años desde que se dio el salto a lo digital no se aprovechan todos los recursos que el ciberperiodismo ofrece para complementar la información, pues la unidad de análisis las noticias de ElComercio.pe en abril demuestra el poco uso de las características del ciberperiodismo.

No podemos dejar de mencionar la dificultad de conseguir información sobre ciberperiodismo y el poco estudio referido sobre este tema en nuestro país. Sin embargo se pudo contar con trabajos similares realizados hace años, los cuales ayudaron como base de esta investigación.

## **V. CONCLUSIONES**

Se concluye: la página web en estudio aún no se ha adecuado al ciberperiodismo y al empleo de todos los elementos de sus características por lo que se puede deducir que existe un intento por adecuarse pero que aún están sujetos a evolución y evaluación.

Con respecto a la multimedialidad, se aprovecha el uso de imágenes estáticas y videos aunque es su mayoría no sean obtenidas por el mismo medio digital, lo que si no se evidencia es la integración del audio e imágenes en movimiento.

En cuanto a la interactividad el medio brinda los elementos necesarios para que el lector pueda interactuar de diversas maneras, pues en la página web se puede comentar y compartir en diversas redes sociales. Gracias a estos elementos se evidencia la presencia de la interactividad en las noticias del medio estudiado.

La hipertextualidad se muestra eficientemente en el uso de estructura lineal, que te ayudan a tener la ampliación de la información o la estructura ramificada, te permite ingresar a nuevas noticias, y en suma la estructura mixta. Lo que si no se evidencia es el uso de enlaces externos, con lo cual el medio hace que el lector solo navegue entre noticias propias.

Si bien es cierto la página Web ElComercio.pe aprovecha diversos recursos de las características del ciberperiodismo en sus noticias no se puede afirmar que cumple a cabalidad con el uso de todos los elementos ciberperiodísticos. Es decir que el medio analizado no apuesta por integrar contenidos especiales para la web sino que emplea lo elemental consiguiendo con ello que se vea poco creativo y poco innovador.

## **VI. RECOMENDACIONES**

El ciberperiodismo y sus características no están siendo ampliamente investigados, por lo que se recomienda a futuro realizar estudios sobre la evolución de este nuevo periodismo y encontrar los aspectos mejorados, así también ver si logra integrar todos los elementos que forman parte de las características del ciberperiodismo.

Para el buen uso de la multimedialidad se recomienda insertar imágenes personalizadas y creativas, logrando complementar la información y no solo emplear fotos que en muchos casos se repiten para dos o tres noticias, también colocar audio para que facilite al lector la

posibilidad de escucharlo en caso de tener un problema visual. En conclusión el medio analizado debe integrar en sus noticias todos los elementos de las características de la multimedialidad y no solo trabajar con lo básico que son fotos y videos.

Gracias a los resultados se obtuvo que ElComercio.pe emplea correctamente enlaces internos, por lo que otro punto a recomendar sería hacer uso de los enlaces externos que ayuden al lector a tener un mejor enriquecimiento de la noticia y también contar con otras fuentes y puntos de vista.

Para mejorar la interactividad se recomienda, muy aparte de que nos permita comentar, ofrecer más opciones de interacción como las valoraciones y reacciones sobre el tema. También incentivar al lector a realizar comentarios con contenidos más dinámicos y creativos.

En suma, se recomienda emplear los nuevos formatos digitales que ofrece el ciberperiodismo, que se preocupe por mejorar los contenidos de la noticia y estar en constante innovación. Es importante precisar que no solo es plasmar la noticia en la web sino en aprovechar las nuevas tecnologías y crear una página web integrada para diferenciarse de los demás.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ana Zalberg. (2001) El Ciberperiodismo: estudios sobre el mensaje periodístico. Uruguay.
- Díaz Noci, J.; Salaverría Aliaga, R. (2003) Manual de redacción ciberperiodística. España: Editorial Ariel S.A
- Diaz Noci. (2007). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. España: Editorial Doxa.Comunicaciones
- Díaz Nosty, B. (2007). El nuevo continente virtual. En Fundación Telefónica (Eds). Medios de Comunicación. El escenario Iberoamericano (pp.13-88). España: Editorial Ariel.
- El Comercio. Libro de estilo de El Comercio. Lima, Empresa Editora El Comercio, 1998.
- Fidler, Roger (1998) Mediamorfosis: Comprender los nuevos medios. Ediciones Granica. Barcelona, España.
- Fundación Telefónica. (2007) Medios de comunicación. El escenario Iberoamericano. [En línea] Recuperado el 05 de mayo de 2014 de [http://www.infoamerica.org/primeranauario\\_medios.pdf](http://www.infoamerica.org/primeranauario_medios.pdf).
- Gil, Quim."Análisis centrípeto de la periodista en red: nuevos perfiles profesionales", en TELOS cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad. Numero 59(abril-junio 2004), pp.80-86.
- Miro Quesada, Alejandro. Principios Rectores del Grupo El Comercio. Lima, Empresa Editora El Comercio, 2003.
- Parra Valcarcel, D. y Álvarez Marcos J. (2004). Ciberperiodismo. Madrid, España: EDITORIAL SÍNTESIS S.A.

- Salaverría, R. (2005b). Redacción periodística en Internet. España: Ediciones Universidad de Navarra.
- Raul Trejo D. (2005). Ciberperiodismo: Nuevo periodismo, viejos dilemas. México.
- Yezers´ka, L. (2008). Ciberperiodismo en el Perú. Lima, Perú: EDITORIAL SAN MARCOS E.I.R.L.

TESIS:

- Arturo Barrios Puga (2013), Universidad de Santiago de Compostela, Facultad de Ciencias de la Comunicación, titulado: “El ciberperiodismo en México: realidades, desafíos y oportunidades”
- Gisella Salmon Salazar (2009), Pontificia Universidad Católica del Perú, titulado: “Del papel a la red: La configuración del lenguaje ciberperiodístico, desarrollo y tendencias de la prensa digital peruana. Análisis de los casos: El Comercio, RPP y la Agencia de Noticias Andina”
- Lucia Barja (2016), universidad Nacional Mayor de San Marcos, investigación a la cual tituló: El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Caso El Comercio, RPP Noticias y Epena.
- Mayra Florián y María Gómez (2014), Universidad Privada del Norte, titulado: “Análisis de las características del Ciberperiodismo: Hipertextualidad, Multimedialidad e Interactividad en las notas principales de las Webs La Industria de Trujillo y Correo- La Libertad durante los meses de junio, julio y agosto de 2013”

# ANEXOS

## Matriz de consistencia

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	SUPUESTO
Pregunta General	Objetivo General	Supuesto General
¿Cómo se presentan las características del Cyberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018?	Analizar las características del Cyberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018.	Las noticias difundidas por ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en el bus, presenta cyberperiodismo integrando todos los elementos que contienen sus características.
<b>Preguntas específicas</b>	<b>Objetivos específicos</b>	
¿Cómo se presenta la hipertextualidad en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018?	Analizar la hipertextualidad en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018.	
¿Cómo se presenta la multimedialidad en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018?	Analizar la multimedialidad en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018.	
¿Cómo se presenta la interactividad en las noticias de ElComercio.pe caso: Terremoto Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018?	Analizar la interactividad en las noticias de ElComercio.pe caso: Eyvi Ágreda, mujer quemada en bus, difundido en el mes de abril 2018.	

VARIABLES E INDICADORES	indicadores	
<b>Variables de estudios</b>		
<p><b>Variable: Ciberperiodismo</b>  Según palabras de Ramón Salaverría: "es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos".</p>		
<p><b>Dimensiones:</b>  Hipertextualidad  Multimedialidad  Interactividad</p>	<p>Estructura  Enlace</p>	<p>Lineal, Ramificada, Mixta  Interno, Externo</p>
	<p>Recursos Multimedia  Imágenes</p>	<p>Foto, Audio, Video  Estáticos, en movimiento</p>
	<p>Comentarios  Compartir  Diálogo</p>	



## Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Marita Jaramillo Padilla  
Título del ejercicio: DESARROLLO DE PROYECTO 201...  
Título de la entrega: Análisis de las características del c...  
Nombre del archivo: Marita\_Jaramillo\_Tesis\_2018.docx  
Tamaño del archivo: 2.02M  
Total páginas: 75  
Total de palabras: 15,230  
Total de caracteres: 85,955  
Fecha de entrega: 25-jul-2018 09:27 p.m. (UTC-0500)  
Identificador de la entrega: 985285754



 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CIBERPERIODISMO EN  
LAS NOTICIAS DE EL COMERCIO PÉ ABRIL, 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

MARITA FLOR JARAMILLO PADILLA

Asesor:

ROCIO RUBIO GARCÍA

Línea de investigación:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

2018

Derechos de autor 2018 Turnitin. Todos los derechos reservados.



## V° B° DEL COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN

Yo, **CESAR AUGUSTO SMITH CORRALES**, revisor de la tesis del estudiante Marita Flor Jaramillo Padilla, titulado Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias del ElComercio.pe abril, 2018, constato que la tesis tiene un índice de similitud <sup>19</sup>.....% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio de 2018

  
  
**MIGTR. CESAR AUGUSTO SMITH CORRALES**  
Coordinador del área de Investigación  
EP Ciencias de la Comunicación





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

**JARAMILLO PADILLA, MARITA FLOR**

INFORME TÍTULADO:

**ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CIBERPERIODISMO EN LAS  
NOTICIAS DE EL COMERCIO.PE, ABRIL, 2018.**

---

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

SUSTENTADO EN FECHA: 06 de julio de 2018

NOTA O MENCIÓN: 13



---

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD          DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, César Augusto Díaz de la Cruz  
 .....  
 ....., docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Norte, revisor (a) de la tesis titulada "Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias de ElComercio.pe abril, 2018", del (de la) estudiante Marita Flor Jaramillo Padilla, constato que la investigación tiene un índice de similitud de ..19. ....% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha..... Perú, 31 de marzo de 2017 .....



*[Handwritten Signature]*  
 .....

Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 70511527

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

feedback studio

Marta Jaramillo Padilla

Análisis de las características del ciberperiodismo en las noticias de El Comercio, Pe abril 2018



### PACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL CIBERPERIODISMO EN LAS NOTICIAS DE EL COMERCIO, PE ABRIL, 2018

#### TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Tecnicando en Ciencias de la Comunicación

Autor:

MARTA FLOR JARAMILLO PADILLA

Aseor:

ROCIO RUBIO GARCIA

Título de investigación:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA PERÚ

2018



#### Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

#### Coincidencias

1	ciberperiodismo.pe	5 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	4 %
3	Ente agencias de noticias	3 %
4	www.invescom.org	1 %
5	falafacs.org	1 %
6	raoc.cat	1 %

Text-only Report

High Resolution

Activado

