



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



**“USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES DEL DIARIO SIN
FRONTERAS Y SU REPERCUSIÓN EN LOS ESTUDIANTES DEL
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES UNA PUNO 2018”**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. JUDITH LIVISI TITI

Bach. MARIBEL JIMÉNEZ QUISPE

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

PUNO – PERÚ

2019



DEDICATORIA

A mis padres Ciriaco y Maruja por ser mi mayor soporte y apoyo en esta vida, a mis hermanos Miriam y Vladimir por su apoyo incondicional que me brindaron día a día, a mi entrañable hijo James Gabriel que es mi mayor fuerza, motivación e inspiración para seguir adelante y lograr mis objetivos trazados.

A mis padrinos Donato y Elsa por ser mis segundos padres, guiarme y ayudarme en los buenos y malos momentos, a mis amigas Yudelka y Anita por su apoyo incondicional.

Maribel Jiménez Quispe.



DEDICATORIA

A Dios, por esos momentos en los que me sostuvo y me guío cuando no veía el camino.

A mi madre Ariela, por ser mi motor y motivo para seguir adelante, quién con sacrificio logró brindarme su apoyo y alentarme día a día para cumplir mis metas y objetivos; por todo el amor y paciencia incondicional que me brinda.

A mis hermanos, Ceci, Mary, Roly, Franklin, Ivonet, Ronal y Karol, quienes están siempre a mi lado apoyándome en todo momento y son mi fuente de inspiración.

A mis padrinos Adela y Yony quienes me acompañaron en mis momentos felices y tristes, y contribuyeron en mi formación profesional. A mis familiares, compañeros, amigas(os) y docentes por su apoyo y conocimiento compartido. Y a quienes permitieron y aportaron, directa o indirectamente en este proyecto.

Judith Livisi Titi.



AGRADECIMIENTOS

Agradecimiento especial a nuestros padres porque siempre estuvieron guiándonos para que terminemos nuestro proyecto.

A nuestro asesor de tesis, Dr. Eland Dick Vera Vera, por habernos exigido, orientado, apoyado y contribuido desinteresadamente durante el desarrollo de este trabajo de investigación.

También deseamos expresar nuestro agradecimiento a los miembros calificadores de esta investigación, al presidente del Jurado, Lic. Leoncio Efraín Alemán Cruz, a los Miembros del Jurado Lic. Raúl Rodolfo Apaza Meneses y Lic. Felipe Gutiérrez Bravo por su apoyo y colaboración en la culminación de esta tesis; al mismo tiempo a todos los docentes de nuestra Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación Social por los aportes académicos que nos inculcaron a lo largo de nuestra formación profesional.

Agradecemos a nuestras familias, compañeros y amigos por sus sabios consejos, comprensión y apoyo incondicional.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN 10

ABSTRACT 11

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 13

1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:..... 15

1.2.1.- PROBLEMA GENERAL: 15

1.2.2.- PROBLEMAS ESPECÍFICOS 15

1.3.- HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN 15

1.3.1.- HIPÓTESIS GENERAL 15

1.3.2.- HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 15

1.4.- JUSTIFICACIÓN..... 16

1.5.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 16

1.5.1.- OBJETIVO GENERAL 16

1.5.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... 16

1.6.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 17

1.6.1.- ÁMBITO INTERNACIONAL 17

1.6.2. ÁMBITO NACIONAL 19



1.6.3. ÁMBITO LOCAL 24

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- MARCO TEÓRICO 25

 2.1.1.- BREVE HISTORIA DEL INTERNET 25

 2.1.2.- CARACTERÍSTICAS DEL INTERNET 28

 2.1.3.- DIFERENCIA ENTRE INTERNET Y WORLD WIDE WEB 29

 2.1.4.- INTERNET: 29

 2.1.5.- PÁGINA WEB: 31

 2.1.6.- SITIO WEB 32

 2.1.7.- HERRAMIENTAS DIGITALES 32

 2.1.8.- REDES SOCIALES 36

 2.1.9.- REDES ANTISOCIALES: 40

 2.1.10.- CRISIS Y REDES SOCIALES 44

2.2.- MARCO CONCEPTUAL 45

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.- MÉTODOS Y MATERIALES DE INVESTIGACIÓN 50

 3.1.1.- DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN 50

 3.1.2.- TIPO DE INVESTIGACIÓN 50

 3.1.3.- POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN 51

 3.1.4.- UNIDAD DE ANÁLISIS 51

 3.1.5.- DIMENSIONES 51



3.1.6.- TÉCNICA E INSTRUMENTO.	52
3.1.7.- DESCRIPCIÓN Y RAZÓN SOCIAL DEL MEDIO.....	52

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
ANEXOS.....	84
ANEXO N° 1: ENCUESTAS.....	85
ANEXO N° 2: PÁGINA WEB:.....	87
ANEXO N° 3: REDES SOCIALES	88
ANEXO N° 4: MATRÍZ DE CONSISTENCIA.....	89

Tema: Uso de herramientas digitales

Área : Periodismo

Fecha de sustentación: 19 de setiembre del 2019



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Qué herramientas digitales considera usted que está a su alcance como periodista en el diario Sin Fronteras?.....	56
Tabla 2 ¿Cuál de ellas utiliza regularmente?	58
Tabla 3 ¿Fuera de su profesión como periodista y de la labor en el diario Sin Fronteras? ¿Utiliza herramientas digitales para su uso personal?	59
Tabla 4 ¿Considera que utilizar estas herramientas le da alguna ventaja como periodista?	60
Tabla 5 ¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras influyen en su comprensión de los hechos?	61
Tabla 6 ¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras le permiten informarse rápidamente de los hechos?	63
Tabla 7 ¿Ud. que diario adquiere normalmente?	64
Tabla 8 ¿Influye las redes sociales en su trabajo periodístico?	65
Tabla 9 ¿Considera que la abundancia de información en el internet influye en su trabajo periodista?	67
Tabla 10 ¿Ud. de qué manera se llega a informar sobre las noticias ocurridas en la ciudad de Puno?.....	68
Tabla 11 ¿Qué medio considera Ud. para informarse rápidamente de una noticia?.....	69
Tabla 12 ¿En alguna oportunidad Ud. accedió a la página web del diario Sin Fronteras?	71
Tabla 13 ¿Cree Ud. que el diario Sin Fronteras debe apostar por lo digital?	72



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 A su alcance como periodista.....	57
Figura 2 Utiliza regularmente	58
Figura 3 Uso personal.....	59
Figura 4 Ventaja como periodista.....	60
Figura 5 Influye en su comprensión de los hechos.....	62
Figura 6 Informarse rápidamente de los hechos	63
Figura 7 Adquiere normalmente	64
Figura 8 Trabajo periodístico.....	66
Figura 9 Abundancia de información	67
Figura 10 Informarse de las noticias.....	68
Figura 11 Informarse rápidamente de una noticia	70
Figura 12 Accedió a la página web.....	71
Figura 13 Apostar por lo digital.....	73



RESUMEN

El trabajo de investigación denominado “Uso de herramientas digitales del diario Sin Fronteras y su repercusión en los estudiantes del área de Ciencias Sociales UNA Puno - 2018” se propuso como planteamiento del problema ¿Cómo repercute el uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras, en los estudiantes universitarios de área de Ciencias Sociales de la UNA Puno - 2018? Por otro lado, se tuvo como objetivo determinar la repercusión del uso de herramientas digitales del diario “Sin Fronteras” en los consumidores de información, ya que la hipótesis general es el uso de herramientas digitales por los periodistas del diario Sin Fronteras influye en los estudiantes. Para obtener estos resultados se aplicó una encuesta de 14 preguntas, divididas en dos grupos de públicos, el primer grupo conformado de 09 periodistas que laboran actualmente dentro del medio impreso “Sin Fronteras” y el otro grupo conformado por 242 estudiantes del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018. El método de investigación sobre el cual se desarrolla es Cualitativo – Mixto y la técnica empleada fue un encuestado y el instrumento es de una ficha de encuesta para ambos grupos.

Palabras Clave: Uso de Herramientas Digitales, Redes Sociales, Repercusión.



ABSTRACT

The research work called “Use of digital tools of the newspaper Sin Fronteras and its impact on students in the área of Social Sciences UNA Puno - 2018” was proposed as an approach to the problem How does the use of digital tools of the newspaper Sin Fronteras impact, ¿in the university students of the área of Social Sciences of the UNA Puno - 2018? On the other hand, it was aimed to determine the impact of the use of digital tools of the newspaper "Without Borders" on information consumers, since the general hypothesis is the use of digital tools by journalists of the newspaper Sin Fronteras influences students. To obtain these results, a survey of 14 questions was applied, divided into two groups of audiences, the first group consisting of 09 journalists currently working within the “Sin Fronteras” print media and the other group consisting of 242 students from the Social Sciences área of the UNA - Puno 2018 - II. The research method on which it is developed is Qualitative - Mixed and the technique used was a respondent and the instrument is a survey sheet for both groups.

Keywords: Use of Digital Tools, Social Networks, Impact.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Las herramientas digitales se refieren a los materiales o herramientas que utilizan los periodistas de un medio de comunicación escrito, televisivo, radial y medio digital por el cual se transmiten o se da conocer una noticia que suscita en la actualidad.

Anteriormente las únicas maneras de reunir información fueron la entrevista personal, la radio y los documentos impresos. La televisión ofreció un nuevo medio para registrar y presentar, la computadora revolucionó la manera de conservarla, organizarla y producirla.

A partir de la aparición del Internet y la web en las últimas décadas pasadas, han surgido poco a poco nuevas herramientas digitales adecuados para el oficio periodístico, como, por ejemplo: las páginas webs, los blogs, Twitter, Facebook, WasatsApp, Marcadores y muchas más. (Crucianelli, 2013).

Otras herramientas como las cámaras fotográficas, video y grabadoras evolucionaron y se produjeron digitalmente. Los teléfonos celulares no se han quedado atrás y hoy en día sirven como una plataforma que integra todas las herramientas referidas.

El trabajo de investigación denominado “Uso de Herramientas Digitales del diario Sin Fronteras y su repercusión en los estudiantes del área de Ciencias Sociales – UNA Puno 2018” se hace con la finalidad de dar a conocer como es la repercusión del uso de las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario Sin Fronteras hacía sus lectores universitarios.



La investigación se efectuó entorno al uso de las herramientas digitales, el cual se desarrolló a través de la aplicación de herramientas adecuadas como gráficos estadísticos e interpretación de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

Para lograr una respuesta aproximada, se estudió el caso de los periodistas del diario Sin Fronteras y a los estudiantes del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno. Dentro de esta investigación está estructurado en los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Contempla el planteamiento del problema, los antecedentes, objetivos e hipótesis de la investigación a fin de conocer el motivo del estudio.

CAPÍTULO II: Se muestra el marco teórico de la investigación y marco conceptual.

CAPÍTULO III: Describe al aspecto metodológico que se optó en la investigación, el cual viene a ser el método descriptivo, estudio no experimental donde se estudia situaciones existentes.

CAPÍTULO IV: Contiene la exposición y el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, así como la interpretación de cada uno de los resultados. Finalmente, en esta parte del estudio, se detallará las conclusiones y recomendaciones obtenidas, así como la bibliografía requerida para la investigación.

1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el caso del diario Sin Fronteras, las herramientas digitales han abierto un nuevo camino a periodistas de la ciudad de Puno y han impactado profundamente la forma de contar noticias. Para quienes ejercen el periodismo, los programas informáticos que usan a diario y la gran cantidad de recursos en línea a su disposición constituyen soportes indispensables del método de trabajo que deben conocer y dominar, ya que, de su aprovechamiento, puede depender buena parte de la calidad de su trabajo.

En la actualidad el internet ha revolucionado más rápido y esto hace que al reportero le facilite su búsqueda de información en la web. Cualquiera de nosotros podría pasar



horas o días enteros navegando en la superficie de la web, encontrando por lo menos un solo documento útil para el tema que nos ocupa. Se han convertido, para los periodistas y estudiantes universitarios una manera más fácil de adquirir información, así como para la sociedad en general uno de los medios de comunicación más utilizados y vistos, ya que estas redes son comunidades virtuales conformadas por usuarios adultos, jóvenes y niños. Además, permite la interacción entre los usuarios de las “redes sociales”, como Facebook, Messenger o Twitter, abrió las puertas de la contribución a la información, que las personas supieron aprovechar y lo siguen haciendo. La gente común puede hacer contribuciones reveladoras, al proporcionar datos sobre hechos desconocidos o al abrir las puertas a bases de datos que contienen registros documentales de invaluable interés para el periodista y hoy están disponibles en línea gracias a ese proceso democratizador en la “posesión” de la información.

En un contexto en el que el formato de publicación digital está logrando más aceptación y las redacciones digitales e impresas están convergiendo, resulta importante establecer el grado de uso de las herramientas digitales para la labor diaria en el medio impreso.

Frente a esta situación una interrogante sería: ¿Los periodistas del diario impreso se están valiendo de Internet u otras herramientas digitales para su labor diaria? Para lograr una respuesta aproximada, se estudió el caso del diario Sin Fronteras, cuya web o redes sociales probablemente sea la más visitadas por los lectores universitarios de la UNA - Puno.

No se profundizará mucho en el aspecto teórico del periodismo impreso, porque aquí lo fundamental es investigar cómo el auge de las herramientas digitales ha cambiado el ejercicio periodístico en dicho soporte. Asimismo, se establecerá el grado de



repercusión de las herramientas digitales, según la sección a la que pertenecen los redactores.

Esta investigación intenta responder estas preguntas, que se derivan de una principal: ¿Cómo repercute el uso de herramientas digitales del diario Sin Fronteras, en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018 II?

1.2.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

1.2.1.- PROBLEMA GENERAL:

¿Cómo repercute el uso de herramientas digitales del diario Sin Fronteras, en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA- Puno 2018 II?

1.2.2.- PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cómo influyen las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario Sin Frontera, en los lectores universitarios?
- ¿Cómo contribuyen las notas informativas redactadas por los periodistas del diario Sin Fronteras, en los lectores universitarios?
- ¿De qué manera influye el internet en realizar las notas informativas en la labor periodística?

1.3.- HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1.- HIPÓTESIS GENERAL

El uso de herramientas digitales utilizado por los periodistas del diario Sin Fronteras influye positivamente en los estudiantes del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018.

1.3.2.- HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

El uso de las herramientas digitales se enfoca como una forma de comunicación entre los periodistas y sus lectores universitarios para mejorar su integración y participación en la vida social activa.



La aplicación del uso de las herramientas digitales innovadoras fortalece el desarrollo de hábitos de lectura comprensiva en los lectores universitarios.

El uso del internet tiene nuevas actualizaciones para la búsqueda de información ya sea para lo personal o laboral.

1.4.- JUSTIFICACIÓN

En la investigación analizaremos la repercusión de las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario Sin Fronteras en su trabajo cotidiano y cómo éste repercute en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA- Puno 2018. Por lo cual es importante conocer la cantidad de trabajadores del medio escrito y la cantidad de estudiantes que ingresan a las plataformas virtuales del diario Sin Fronteras para obtener resultados más verídicos.

Esta investigación es una respuesta al problema planteado sobre la variedad de las herramientas digitales que utilizan los periodistas y si de alguna manera los estudiantes universitarios acceden a la página web y sus redes sociales que ofrece el medio.

1.5.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1.- OBJETIVO GENERAL

- Comprobar la repercusión del uso de herramientas digitales del diario “Sin Fronteras”, en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018.

1.5.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las herramientas digitales que utilizan los periodistas del Diario “Sin Fronteras” de la ciudad de Puno.
- Fomentar el hábito de lectura en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales de la UNA- Puno.



- Determinar la influencia del internet en la redacción de las notas informativas en la labor periodística del diario Sin Fronteras.

1.6.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Durante la búsqueda de antecedentes bibliográficos en diversos centros de documentación se encontraron investigaciones y textos relacionados con nuestro trabajo.

1.6.1.- ÁMBITO INTERNACIONAL

En el ámbito internacional tenemos a la autora (Ramos Vásquez, 2014), Uso de las herramientas informáticas del periodismo 2.0 y las habilidades del estudiantado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Carrera de Comunicación Social - Ecuador 2014, demostró la incidencia que tienen las herramientas informáticas del periodismo 2.0 para potenciar las habilidades del estudiantado de la carrera de Comunicación Social de la UTA, destacando que los estudiantes no dominan este tipo de herramientas, pero consideran que al obtener el manejo de la web 2.0 se desempeñaran como periodistas digitales.

Se determinó que los estudiantes están de acuerdo con el tipo de formación de herramientas informáticas que reciben, pero señalan que no están obteniendo las habilidades que necesita un comunicador en la actualidad, a lo cual sugieren mantener una actualización permanente, con prácticas en donde les permita poner a prueba los conocimientos que van adquiriendo dentro de las aulas en su diario vivir.

Existe un nivel bajo de preparación en las habilidades del estudiantado de la carrera de Comunicación Social para el dominio de las herramientas informáticas actuales, las cuales permiten realizar periodismo digital, sin embargo, es necesario recalcar que los estudiantes mantienen entusiasmo para aprender el manejo de los productos digitales.



En su gran mayoría los estudiantes al ingresar a los primeros semestres, les gustaría realizar prácticas desde sus inicios, donde puedan acceder a ejecutar productos periodísticos 2.0, como la edición de un blog, utilizar herramientas digitales para editar audio, video y fotografías, permitiendo de este modo conocer periodismo en su realidad, estas prácticas se deberían realizar durante todos los semestres de la carrera, para mejorar las capacidades y corregir los errores posibles durante el tiempo universitario y llegar a un pleno desempeño laboral.

La propuesta de realizar una guía multimedia usando herramientas 2,0 fundamentales para el desempeño de un periodista digital, con la finalidad de entregarles a los estudiantes, desde su ingreso a primer semestre y apoyar las habilidades que poseen, es factible sustentando que les despertara el interés y la pasión al sentirse periodistas digitales y poder crear blog con su propio diseño de fotografías, videos y audios digitales para informar con veracidad y velocidad desde su inicio de la carrera de Comunicación Social, permitiendo relacionar este tipo de desempeño estudiantil con las paginas sociales que permanentemente las están usando.

Se puede con toda seguridad y confianza realizar un blog de información de herramientas periodísticas 2.0, es decir llevar la tecnología y talento digital a las aulas, en donde excede la educación primitiva, con la información básica que puede fomentar el aprendizaje actual y efectivo para conseguir lograr una transformación vigente en los trabajos digitales del estudiantado.

Las herramientas informáticas del periodismo 2.0 es un desarrollo permanente para los estudiantes, este se genera día tras día, pero que necesita la actualización permanente de una guía estable y segura, para desarrollar sus habilidades, y dar confianza a su creatividad, premiando su esfuerzo con el logro de una presentación digital a gran nivel.



1.6.2. ÁMBITO NACIONAL

En ámbito nacional (Barja Marquina , 2016) con la tesis El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP noticias y Epensa, Universidad Nacional Mayor de San Marcos - Facultad de Letras y Ciencias Humanas E.A.P. de Comunicación Social, Lima 2016, llegó a la conclusión que el nuevo periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas de El Comercio, RPP NOTICIAS y Epensa es, en un promedio de 65.3%, de género masculino. Su edad promedio es de 30 años; siendo 22 años, la edad mínima (RPP NOTICIAS); y, 39 años, la edad máxima (Epensa). De igual modo, este periodista, de formación universitaria casi en su totalidad, es bachiller en periodismo proveniente de universidades privadas (en su mayoría de la Universidad San Martín de Porres).

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 y televisión y web.

El periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas de El Comercio, RPP NOTICIAS y Epensa ejerce en su mayoría el cargo de redactor web y post productor web (solo en el caso de RPP NOTICIAS). Los editores de El Comercio y Epensa resaltan también la aparición de nuevos puestos de trabajo tras la implementación de los procesos de convergencia de esos medios: el de editor de Mesa Digital y editor multimedia, respectivamente.



En cuanto a la asistencia del responsable web en los comités editoriales, los editores de los medios analizados entrevistados para esta investigación concuerdan que la presencia en las reuniones se da tanto para la coordinación de informes especiales, así como para la cobertura de noticias diarias. De igual modo, enfatizan que, si bien existe independencia entre las plataformas de los medios analizados y la producción de sus contenidos, esta no se da al 100%. Por otro lado, el número de notas web que realiza el periodista digital en los procesos de convergencia es diferente en cada uno de los tres medios analizados. En el caso de El Comercio es en promedio 200 notas; en RPP, 30 notas; y, en Epena, 100 notas en cada una de sus marcas (Ojo, Correo y El Bocón).

Entre los temas desarrollados habitualmente por el periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas de los medios analizados se encuentran los contenidos de locales y policiales, así como política, deportes, economía y tecnología. Esto se debe, principalmente al consumo de dichos contenidos por los usuarios de las plataformas web de los mencionados medios. En cuanto a los elementos multimedia que más utiliza dicho profesional en los contenidos que elabora, los videos son considerados los más importantes.

En cuanto a la cobertura diaria de noticias, el periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas de El Comercio, RPP NOTICIAS y Epena trabaja en promedio 16 horas al día, cubriendo en algunos casos el turno de madrugada (en Correo y El Comercio). Así, respecto a la política de publicar exclusivas en Internet, en El Comercio y Epena se prefiere guardar la versión completa de la noticia para su plataforma impresa y publicar un fragmento del contenido en la web. En el caso de RPP noticias, las exclusivas son publicadas de manera simultánea en sus tres plataformas.

En cuanto a los cambios en las tareas periodísticas tras la implementación de los procesos de convergencia en los medios analizados, el periodista digital en este contexto



afirma, en su mayoría, que sí se ha dado una permutación en sus labores habituales. El cambio más importante en su labor es el mayor acceso a las fuentes, esto gracias al uso generalizado de Internet en las redacciones de los medios analizados. Por otro lado, en RPP NOTICIAS, dicho profesional tuvo una actitud positiva. El CMS (Content Management System) es considerado la herramienta que más utiliza dicho profesional para desarrollar su labor periodística. En ese sentido, en el caso de El Comercio, ambas plataformas (impresa y web) tienen diferentes CMS pero que se pueden vincular entre sí; en RPP NOTICIAS, todas las plataformas hacen uso de un CMS común; y, en Epena, las plataformas del grupo tienen un mismo CMS.

Un medio en el papel, otro medio en la web. Análisis de casos El Comercio y La República - Facultad de: Filosofía y Ciencias Humanas- Universidad Jesuita Antonio Ruiz de Montoya, 2015 Lima, Perú, (Reyes Quinteros , 2015), concluye que el internet cambió la manera de hacer periodismo y movió las bases de la industria de medios de comunicación. Desde que Internet empezó a tener más importancia en la vida de las personas, la manera de hacer periodismo cambió. Primero, motivó a que surgiera otra rama del oficio como es el periodismo digital. Prácticamente una especialización con la que se debía informar en tiempo real y atender a un nuevo público. Un público que cada vez lograba más protagonismo en la construcción de noticias y que exigía un cambio en la presentación de informes (uso de hipertextos, links, herramientas digitales, titulares más ‘jaladores’, etc.) y la cobertura de temas.

La importancia de tener presencia en Internet por parte de los medios tradicionales (impresos, radio y televisión) se enfocaba en expandir la marca, buscar nuevos lectores y experimentar en un nuevo entorno. La demanda de información y el creciente número de lectores que existían en la web llevó a darle prioridad al entorno digital, donde la noticia no podía esperar al día siguiente para ser publicada.



Esto es importante destacar porque al encontrar su sustento en los anuncios, elcomercio.pe y larepublica.pe necesitan demostrar que son los portales más vistos por usuarios para seducir a potenciales clientes. Y la forma de atraer más lectores es publicando noticias que despierten su atención.

[Larepublica.pe](http://larepublica.pe) y Elcomercio.pe comparten noticias de entretenimiento para generar más tráfico hacia sus páginas web. Para llegar a esta conclusión fue necesaria la entrevista a los editores web de ambos portales. Si bien tanto Fabricio Torres del Águila, de elcomercio.pe, como Jaisia Amaro, de larepublica.pe, manejan su propio discurso, los dos coinciden en la importancia de cubrir los hechos más comentados en la web, vale decir los temas tendencia en las redes sociales, por ser los medios para los que trabajan de lo más influyentes en el país.

Hemos podido comprobar que los dos medios publican como noticia información que aparece en Internet bajo la categoría de “viral”, esto quiere decir que es lo más compartido por los usuarios, sin importar ya el tema que sea tratado. Las fuentes de información para estos casos casi siempre se repiten: Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Vine, las redes sociales más usadas por las personas en el mundo.

Los titulares para este tipo de publicaciones casi siempre inician con el nombre de la red social Twitter: memes se burlan de Murakami por no conseguir el Nobel; YouTube: GoPro grabó el ataque de leona a venado; Instagram: Kelly Lee Dekay y su increíble cintura de 40 cm, ya que el motor de búsqueda de Google reconoce primero las palabras más digitadas por los usuarios. Esto es lo que permite a las webs poder liderar en la lista de medios más vistos, debido a que sus notas son fáciles de encontrar y aparecen como primera opción.

Larepublica.pe y elcomercio.pe han ampliado su plancha informativa para abarcar noticias de entretenimiento, pero no las priorizan por sobre a otras secciones. Hemos



podido registrar que las secciones de entretenimiento en elcomercio.pe y larepublica.pe no generan más notas que otras categorías. Para comprobar esto hicimos un conteo de noticias por sección durante cuatro semanas en un determinado contexto: las Elecciones Municipales y Regionales de 2014. ‘Luces’ y ‘TV+’, las secciones de entretenimiento por excelencia de elcomercio.pe, publicaban de 20 a 25 notas en promedio, al igual que ‘Política’, ‘Regionales’, ‘Portafolio’ y ‘Lima’.

El Comercio y La República no mantienen el mismo filtro informativo en las secciones de sus versiones digitales (elcomercio.pe y larepublica.pe, respectivamente). “Nosotros tenemos la web de noticias más vista y rebotada por lejos del Perú. Aunque creo que todavía tenemos que lograr que tenga el mismo ADN de El Comercio impreso. Eso no ha sido siempre el caso y eso es algo que tiene que corregirse”. Estas fueron las palabras que el actual director periodístico de El Comercio, Fernando Berckemeyer, utilizó para referirse a la situación del medio en la primera entrevista que ofreció para el mismo periódico. Nunca alejado de la realidad que en nuestro estudio comprobamos. El entretenimiento, según ellos, era solo una cuestión accesorio que se cubre porque los usuarios también quieren ese tipo de información. Sin embargo, hemos comprobado que ello va más allá de satisfacer el interés de los lectores, sino de generar ingresos desde la web.

Las plataformas digitales de El Comercio y La República se han distanciado de la imagen que han construido con los años las ediciones impresas la suma de lo mencionado anteriormente tiene esta consecuencia. Ya Berckemeyer lo reconoció en la entrevista que citamos y es por eso que, con la intención de restablecer el prestigio ganado por el periódico, desde que asumió la dirección de El Comercio se han visto algunos cambios en el trato de la información de elcomercio.pe como darle un mayor énfasis al análisis político y a aclarar la complejidad de casos de interés nacional. Pero los resultados no se



darán de un día para otro. Los portales web que se financian a través de los ingresos por publicidad necesitan del tráfico para subsistir, pero esto no quiere decir que arriesguen su imagen para cumplir tal objetivo. Quizá porque no han hallado otra manera, larepublica.pe y elcomercio.pe experimentan tanto con los contenidos que publican que olvidan que, si bien son medios generalistas, se han caracterizado por jerarquizar la información desde su respectiva línea editorial, tan alejada del escándalo y el entretenimiento.

1.6.3. ÁMBITO LOCAL

Este ámbito tenemos a (Lipa Cerdan, 2016) el uso del muro de la red social Facebook de los periodistas de Juliaca, Facultad de Ciencias Sociales de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, concluyó que el muro personal de los periodistas es usado netamente para publicar actividades personales, entre mensajes, fotos, comentarios y memes, por otro lado, la información y el trabajo profesional es dejado de lado cuando se conectan a la red social Facebook.

Para el periodista, las redes sociales ofrecen una oportunidad para conectarse con la gente, mostrar sus historias, informarse sobre hechos en tiempo real y complementar la cobertura de un hecho. Sin embargo, esto no se da de esa forma en un 100% ya que de acuerdo a la investigación muestra a un periodista dándoles prioridad a los amigos y familiares, dejando de lado la búsqueda y posteo de información. Los periodistas son conscientes de las ventajas que ofrece una red social tan grande a nivel mundial como lo es Facebook, sin embargo, no lo aprovechan como tal, los factores que intervienen son muchos, entre ellos la brecha digital, es decir el acceso que tienen al internet, el tiempo y el limitado espacio que tienen para redactar editar y finalizar la redacción de una nota informativa, otro factor es la cantidad información que se publica en la red social.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1.- MARCO TEÓRICO

2.1.1.- BREVE HISTORIA DEL INTERNET

En 1975, ARPAnet comenzó a funcionar como red, sirviendo de base para unir centros de investigación militares y universidades, y además se trabajó en desarrollar protocolos más avanzados para diferentes tipos de ordenadores y cuestiones específicas. En 1983 se adoptó el TCP/IP como estándar principal para todas las comunicaciones, y en 1990 desapareció ARPAnet para dar paso junto a otras redes TCP/IP a Internet. Por aquel entonces también comenzaron a operar organizaciones privadas en la Red (Bahillo, 2019).

Dos de las partes del software de Internet son particularmente importantes e innovadores: el software de Protocolo Internet (IP) que proporciona la comunicación básica y el software de Protocolo de Control de Transmisión (TCP) que proporciona facilidades adicionales que necesitan las aplicaciones. El éxito de Internet se basa en que contrario a las redes antiguas, es un sistema abierto, porque las especificaciones necesarias para desarrollar el software TCP/IP o utilizar Internet están disponibles para todos.

A principios de 1983, ARPA expandió Internet para incluir todas las unidades militares que se conectaban a ARPANET. Tal fecha marcó una transición para Internet pues comenzó a cambiar de una red experimental a una red útil. Al mismo tiempo que Internet se consolidaba, las redes locales Ethernet eran desarrolladas. La tecnología de redes locales maduró en ese mismo año cuando aparecieron las primeras estaciones de trabajo para escritorio y las redes locales se multiplicaron.



En 1987, se celebró un contrato para administrar y actualizar la red, con la compañía Merit Network Inc., que operaba la red educativa Michigan, en colaboración con IBM y MCI; de esta manera la vieja red fue mejorada con líneas telefónicas de mayor velocidad.

2.1.1.1.- ARPANET: La Primera Red Entre Computadoras

Para el autor (Máxima Uriarte , 2018), ARPANET fue una red financiada por el Ministerio de Defensa de los Estados Unidos. Su objetivo era poder organizar e intercambiar la enorme cantidad de información que el Ministerio tenía disponible. Comenzó a funcionar en 1972, a través de una red telefónica. Junto con esta red fue creado el protocolo TCP y el protocolo IP.

2.1.1.2.- Correo Electrónico

Ray Tomlinson fue el creador del correo electrónico y la primera vez que lo utilizó fue en 1971, es decir, antes del establecimiento de Internet. El primer mensaje enviado fue QWERTYUIOP, que es la primera línea de un teclado. Tomlinson también creó el sistema de dirección: usuario@servidor. El nombre inicial de esta forma de comunicación fue SNDMSG (*send message*, que significa “enviar mensaje”)

2.1.1.3.- USENET

El nombre USENET es un acrónimo de Users Network, que significa red de usuarios. Era un sistema global de discusión a través de Internet que permitía crear grupos de noticias ordenados de forma jerárquica.

Tom Truscott y Jim Ellis, que eran estudiantes de la Universidad de Duke, lo crearon en 1979 para facilitar el intercambio de información y conocimiento entre estudiantes.



2.1.1.4.- Gopher y los Sistemas de Localización

Los sistemas de localización con forma de árbol fueron reemplazados por la World Wide Web.

Fue uno de los primeros intentos de organizar el acceso a la información de Internet a través de menús. La organización que ofrecía era en forma de árbol: un nodo general da acceso a “ramas” más específicas que a su vez dan acceso a “hojas” que contienen información textual. Sin embargo, sistemas de localización con forma de árbol, entre los que también se encontraban Archie y WAIS, fueron reemplazados por la World Wide Web.

2.1.1.5.- Navegadores

- Primer navegador. ViolaWWW. 1992. Creado por Pei-Yuan Wei, en la Universidad de California.
- Primer navegador gráfico. Mosaic. Se utilizaba en los sistemas operativos Microsoft Windows y Macintosh. 1993. Creado en el NCSA por Marc Andreessen y Eric Bina.
- Netscape. 1994. Creado por Marc Andreessen en el NCSA, de la Universidad de Illinois.
- Internet Explorer. Creado en 1995 por Microsoft. Le ganó a su principal competidor, Netscape, por ser incluido sin cargo en el sistema operativo Windows.

2.1.1.6.- Buscadores

- Google es el buscador que cambió el criterio de orden por relevancia.
- Wandex. Creado en 1993 y desarrollado por Mathew Gray en el MIT.
- Lycos. Proyecto universitario que llegó a tener éxito comercial.



- WebCrawler. Creado en 1994, permite buscar, además de los títulos de las páginas, el contenido de los textos. Creado por Brian Pinkerton en la Universidad de Washington.
- Yahoo! Fundado en 1995. Además de ser un buscador incorporó el servicio de correo electrónico.
- AltaVista. Fundado en 1995 y posteriormente comprado por Yahoo!
- Google. Fundado en 1998. Cambia el criterio de orden: relevancia.

2.1.2.- CARACTERÍSTICAS DEL INTERNET

Tenemos que partir por la explicación de algunos términos o conceptos indispensables, para la cibernética y computación, en cuanto a su aplicación para el Internet, tales como: red, ordenador, host, dirección IP. (Esebbag Benchimol & Martínez Valero, 1998).

- Red. - Es un conjunto de ordenadores, conectados entre sí, que pueden comunicarse compartiendo datos y recursos.
- Ordenador. - Para efectos prácticos homologaremos al ordenador con la computadora personal.
- Host. - Es una expresión en inglés que traducida literalmente significa anfitrión, es cualquier ordenador que puede enviar o recibir información a otro ordenador.
- Dirección IP. - Es el número asignado a cada ordenador, que sirve para distinguirlo de cualquier otro ordenador en el mundo.
- Expuesto lo anterior podemos decir que el Internet es una red de redes de ordenadores, que permite a éstos comunicarse de forma directa y transparente, compartiendo información y servicios a la mayor parte del mundo.



2.1.3.-DIFERENCIA ENTRE INTERNET Y WORLD WIDE WEB

Para (Snell, 1995), los términos Internet y World Wide Web (WWW) son usados como si significaran lo mismo, pero la realidad es que estos dos términos no son sinónimos. Es una red masiva de redes, infraestructura de redes que conecta a millones de computadoras unidas de forma global; formando una sola red en la que una computadora puede comunicarse con otra siempre y cuando estén las dos computadoras conectadas al Internet.

World Wide Web, o Red, es una forma de acceder a información por medio del internet. Es un modelo de compartir información, creado encima del internet. La red usa el protocolo Hypertext Transfer Protocol (http), uno de los lenguajes hablados en la Internet, para transmitir datos. La red también utiliza los navegadores, como Explorer o Netscape, para acceso a documentos Web como lo son las páginas Web; las cuales están ligada a través de Hiperlinks. Los documentos Web también contienen gráficas, sonidos, texto y video.

2.1.4.- INTERNET:

Según (Starmedia, 2003), las comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es el ordenador personal desde el que usted accede y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la Red y facilitan información. El fundamento de Internet es el TCP/IP, un protocolo de transmisión que asigna a cada máquina que se conecta un número específico, llamado "número IP" (que actúa a modo de "número teléfono único").

El protocolo TCP/IP comenta el autor, sirve para establecer una comunicación entre dos puntos remotos mediante el envío de información en paquetes. Al transmitir un mensaje o una página con imágenes, por ejemplo, el bloque completo de datos se divide en pequeños bloques que viajan de un punto a otro de la red, entre dos números IP determinados, siguiendo cualquiera de las posibles rutas.



2.1.4.1.- La World Wide Web

Según (Starmedia, 2003), la World Wide Web es tal vez el punto más visible de Internet, y hoy en día el más usado junto con el correo electrónico, aunque también es de los más recientes. Originalmente denominado Proyecto WWW y desarrollado en el CERN suizo a principio de los 90, partió de la idea de definir un "sistema de hipermedios distribuidos". La WWW puede definirse básicamente como tres cosas: hipertexto, que es un sistema de enlaces que permite saltar de unos lugares a otros; multimedia, que hace referencia al tipo de contenidos que puede manejar (texto, gráficos, vídeo, sonido y otros) e Internet, las base sobre las que se transmite la información, proporciona algunas opciones interesantes: se puede circular saltando de un sitio a otro y volviendo rápidamente a los sitios que se acaban de visitar, además el usuario puede completar campos (por ejemplo, una encuesta) y enviarlos por correo electrónico con sólo hacer clic sobre el botón "enviar" que ve en su pantalla. Por otro lado, la Web también facilita el acceso a información gráfica, películas o sonido de forma automática.

La Web es el lugar de Internet que más crecimiento está experimentando últimamente: se calculó que para el año 2003 existían más de 50 millones de páginas Web en la Red, y su número continúa creciendo a un ritmo vertiginoso. La Web, al facilitar la búsqueda de información, ha hecho que otros servicios de Internet como Gopher, Archie o WAIS se usen cada vez menos. Hace énfasis en que cada vez son más las empresas que publican información en la Web y encontrarla es también cada vez más fácil: casi todos los nombres de los sitios Web comienzan por el URL que indica que se trata una página Web en formato HTML (`http://`) seguido de las letras características de la Web (`www`), el nombre de la empresa (por ejemplo, `ibm`) y terminan con el identificador de empresa o país. Es decir, si usted conecta con `http://www.ibm.com` visitará las páginas de IBM en



Estados Unidos, y con <http://www.ibm.mx>, las de IBM México. Actualmente son menos las empresas de gran tamaño que no tienen su propia página Web.

2.1.5.- PÁGINA WEB:

Por otro lado, (Millenium, 2013), la página web, es un documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto. Este documento HTML que tiene su propia dirección Web, o URL, acceso a la primera página usualmente solicitada en un sitio Web, la cual es llamada "home page". Usando lo que se conoce como "frames", varias páginas pueden ser vistas en los navegadores.

El autor afirma que una página Web es la unidad básica del World Wide Web, la cual contiene 3 características:

Una página Web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos. Estos documentos pueden ser elaborados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación, y por las propias personas en lo individual.

Una página Web es una pieza electrónica de información que es vista a través de una computadora que está permanentemente conectada a la Internet, permitiendo que los navegadores la vean.

Una página Web provee información al observador; esta información es producida a color y puede tener animación, imágenes, productos inclusive puedes hacer compras directamente de la misma. Virtualmente no hay límite a lo que puede ser mostrado en una página Web.



2.1.6.- SITIO WEB

Según (Millenium, 2003), es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. Estos sitios son empleados por las instituciones públicas y privadas, organizaciones e individuos para comunicarse con el mundo entero. En el caso particular de las empresas, este mensaje tiene que ver con la oferta de sus bienes y servicios a través de Internet, y en general para hacer más eficientes sus funciones de mercadotecnia.

2.1.7.-HERRAMIENTAS DIGITALES

Según los autores (Sánchez & Corral , 2014), son todos aquellos software o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, donde le damos uso y realizamos todo tipo de actividades y una de las grandes ventajas que tiene el manejo de estas herramientas, es que pueden ayudar a interactuar más con la tecnología de hoy en día, nos ayuda a comunicarnos y hacer otro tipo de cosas por medio de ella, con el fin de desarrollar competencias y habilidades en los estudiantes para ser utilizadas en la educación, que además de ser un apoyo para el aprendizaje, también da paso a la innovación de una búsqueda hacía mejores manejos sobre estos materiales.

Por tanto, una definición del significado de esta nueva denominación, además de señalar algunas de las nuevas herramientas digitales que pueden ayudar a todo periodista a la hora de enfrentarse a una noticia multimedia que requiera presentar datos, gráficos y estadísticas de la manera más sencilla y atractiva posible para los lectores del siglo XXI.

Según los autores (Bartolomé & Grané, 2009), la web participativa desde la educación, a menudo tenemos una visión sesgada de las tecnologías de la información y la comunicación en nuestro campo de trabajo. Y podemos llegar a pensar que trabajamos arrastrados por esta corriente de innovaciones tecnológicas que 'invaden' nuestra casa,



nuestra escuela, nuestra aula y nuestro mundo. Las TIC promueven cambios en nuestra manera de trabajar, de pensar, de relacionarnos, de aprender, de comunicarnos. Pero no debemos olvidar que es nuestra manera de pensar, de comunicar, de innovar e investigar que crean estas tecnologías y las hacen evolucionar. Porque somos nosotros los que empujamos la creación, el cambio, el uso y la innovación de las TIC. El cambio evidente actual de las TIC, específicamente de los entornos Web en este inicio de siglo, la llamada Web social y participativa o Web 2.0 según (O'Reilly , 2005), aborda directamente esta perspectiva que permite a los usuarios ser los protagonistas en la creación de contenidos textuales, interactivos y audiovisuales. Por esta razón desde el campo de la tecnología educativa no podemos dejar de conocer las posibilidades del 'nuevo entorno', no simplemente para poder analizarlas o describirlas en un libro como éste sino para ser partícipes del desarrollo de las comunicaciones, de los procesos de aprendizaje y de la socialización en red. Intentamos desde este apartado conocer las bases y los principios de la Web social, conocer algunas de las herramientas más destacadas y reflexionar sobre el papel de la Web 2.0 en Educación, y a la vez el papel de la Educación en esta Web ampliada y participativa.

El término "Web 2.0" fue "inventado" por Tim O'Reilly i Dale Dougherty en 2004 durante una sesión de brainstorming preparando una conferencia que organizaría O'Reilly Media para trabajar en el análisis de los cambios sociales y comunicativos que se estaban sucediendo en la Web desde el 2000, lo que ellos estaban llamando la "nueva Web". Y a partir de esta primera Web 2.0 Conference, el termino fue diseminado por todo el mundo y también rápidamente patentado por el equipo de O'Reilly Media, (aunque esta es otra historia y es para otro libro). Por supuesto existe una controversia con el 'nombre' Web 2.0 y se apuntan diversas posibilidades, aunque este es el término más extendido y usado y ha motivado nomenclaturas posteriores para esta Web ampliada que intentamos



describir desde aquí. Quizá el debate no es tanto con el nombre como con el concepto. La Web como entorno social y participativo ha sido el más trabajado y analizado.

"Son ideas de la Web 2.0 la democracia en Internet, la distribución de información y conocimiento por canales informales, así como el permiso de modificar y adaptar los productos que existen en el mercado a las necesidades particulares de cada individuo" (Hernández , 2007).

Vivimos un momento en que el distribuir y el compartir información es posible gracias a unas herramientas, unos recursos que funcionan sobre la Web y permiten que cualquier persona pueda participar de esta evolución hacia una forma de trabajar, de comunicar, de aprender diferente.

2.1.7.1.- Fin de las Actualizaciones de Software:

Cada vez existirán más aplicaciones online. Hace unos meses Adobe lanzaba su programa estrella por Internet, (no sin pocas controversias por las condiciones de uso) y durante este último año las aplicaciones Webtop no han hecho más que crecer. Esto nos lleva a diferentes planteamientos tecnológicos que tienen claras repercusiones en nuestras formas de trabajar: en primer lugar, la necesidad de estar conectados continuamente a la red para poder trabajar, o construir o divertirnos. En segundo lugar, un cambio de modelo económico del software, ¿quién pagará ahora por un programa como Photoshop si lo único que necesita es retocar un poco una fotografía y puede hacerlo gratuitamente desde una Web? Una tercera idea, la mejora constante de los programas en red ponen de relevancia el concepto de la beta perpetua en todas las aplicaciones, que van mejorando de manera transparente para el usuario, y desaparecen las versiones que es necesario pagar, bajarse e instalar.



2.1.7.2.- La Web como Plataforma

Según (De la torre A. , 2006), la web como plataforma, nos muestra cómo ésta ya no es una Web de contenidos donde leer información sino una Web que permite 'hacer cosas con los datos', una plataforma donde realizar actividades. Y esto es importante, los alumnos y los profesores, los educadores y los aprendices, no usan la Web solo para leer, navegar y consultar usan la Web también para 'hacer', para crear contenidos (textuales, visuales, audiovisuales, interactivos), para compartirlos, para jugar, para opinar, para expresarse, para conocer gente, para comunicarse, para editar vídeo, para crear su propio canal de contenidos.

2.1.7.3 -. La Blogosfera

El fenómeno de los blogs merece un apartado en esta selección de herramientas, ya que no ha sido solamente un impulso para la Web 2.0 en general, sino que ha impactado de forma muy especial en la visión y participación más educativa de esta Web 2.0. Desde el británico Schoolblogs.com iniciado en 2017, hasta los ya anuales premios EduBlogs que organizan en nuestro país el colectivo Ciberespiral, la evolución del número de blogs educativos ha ido creciendo exponencialmente en los últimos años. Los blogs son herramientas que han tenido una gran acogida y están siendo utilizados para difundir y compartir contenidos por expertos analistas de la tecnología educativa, especialistas de cualquier materia en Educación, maestros y maestras, educadores en general, colectivos educativos (grupos afines, escuelas, aulas, alumnos). El desarrollo de habilidades de trabajo colaborativo, la construcción del discurso, la necesidad de aprender a buscar información, seleccionarla, y recrear nueva información para ser publicada, la disciplina y los hábitos de trabajo constante, el fomento de la lectura, el trabajo sobre el yo y sobre el entorno más próximo, el enlace con las posibilidades audiovisuales del medio, ... hacen



de los blogs en grandes herramientas para el trabajo cotidiano en el aula, y a la vez una herramienta útil y esencial para los entornos de elearning.

2.1.7.4.- Edición de Fotografía

Según la autora (Crucianelli, 2013), la edición de fotografía, todos sabemos qué cosa es PhotoShop: un programa de descarga creado por la compañía Adobe, acaso el mejor y más famoso del mundo en su tipo. Aunque su propósito principal es la edición fotográfica, también puede ser usado para crear efectos especiales con muy buena calidad. La misma empresa tiene productos dentro de la misma familia de herramientas, como Adobe Illustrator, de mucha utilidad para la edición de gráficos. Pero lo que no todo el mundo sabe es que hay una herramienta en línea, sencilla y muy práctica.

2.1.7.5.- Herramientas para Audio y Video

Muchos reporteros desean conservar un video de You Tube en su computadora, puede ser una entrevista periodística, imágenes registradas por usuarios en torno a una noticia, un documental, etc.

Los links que generan los videos alojados en este servicio sirven para acceder a recursos que capturan la imagen y permiten su descarga en archivos de mayor o menor calidad. En algunos casos, estos recursos operan como ejecutores de descarga y conversores al mismo tiempo, mientras que otros más completos permiten además una edición sencilla, como funciones para cortar secciones de un video o audio, así como añadir efectos o títulos.

2.1.8.- REDES SOCIALES

Según (Gallego, 2010), la red social es un conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad.



Para (Dans, 2010), las redes sociales son una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos, en los cuales, los nodos representan a individuos (a veces denominados actores) y las aristas, relaciones entre ellos. Las relaciones pueden ser de distinto tipo, como intercambios financieros, amistad, relaciones sexuales o rutas aéreas. También es el medio de interacción de distintas personas, como, por ejemplo, juegos en línea, chats, foros, spaces, entre otros. Las redes sociales facilitan en gran medida esta interacción, pueden clasificarse en redes sociales personales, que agrupan a un conjunto de contactos y amigos con intereses en común, y redes sociales profesionales, redes que se centran más en la creación de contactos profesionales afines a cada usuario.

2.1.8.1.- Redes Sociales y Software

Según (Baeza Yates , Velasco M, & Monsalve M., 2008), las redes computacionales surgen como una forma de potenciar la comunicación en redes humanas de trabajo. El desarrollo de Internet y el aumento en la capacidad computacional de los servidores ha permitido el desarrollo de diversos formatos para redes tecnológicas que soportan el funcionamiento de redes sociales y la construcción de nuevas redes sociales.

Las redes sociales computacionales están permitiendo a las personas crear nuevas dinámicas de comunicación más potentes que las anteriores. Diferentes estudios han descubierto que estas redes de software permiten a las personas tanto fortalecer sus redes sociales actuales como formar nuevas redes de manera efectiva. Hoy en día podemos analizar prácticamente cualquier servicio o sistema de Internet en términos de redes sociales.

Para los autores (Christakis & Fowler , 2010), todas estas redes tecnológicas serían inútiles si no se nutrieran de la comunicación entre las personas; incluso hay



quienes han expresado esto en términos matemáticos. Bob Metcalfe, uno de los inventores de Ethernet, determinó, en relación con las redes de telecomunicaciones, que la utilidad de la red crece en relación al cuadrado de la cantidad de usuarios conectados (Ley de Metcalfe). Posteriormente, David Reed descubrió que esta fórmula quedaba corta para describir Internet, ya que además de permitir comunicaciones persona a persona permite la creación de grupos.

2.1.8.2.- Aplicaciones de Redes Sociales

A continuación, describimos algunos de los ejemplos más comunes de redes sociales mediatizadas por software: (De la torre L. , 2012).

- Correo electrónico (E-mail): Es una herramienta omnipresente que permite comunicarnos tanto con nuestra familia, amigos, compañeros de trabajo, como con los líderes de opinión y autoridades que antes resultaban inalcanzables. Un análisis de nuestro uso del correo y nuestra libreta de direcciones permitiría generar una imagen de nuestras redes sociales: la frecuencia de los mensajes revelaría la fuerza de las aristas en nuestra red. Las listas de correo electrónico también conforman redes sociales organizadas en torno a temas particulares.
- Mensajería Instantánea (IM): La comunicación sincrónica que estos sistemas permiten implica una fuerza todavía mayor en las relaciones de las que supone el correo electrónico. La estructura básica de estos sistemas es la lista de contactos, donde organizamos a las personas más relevantes de nuestra red social con quienes queremos (o debemos) estar comunicados de manera permanente. Este grupo comprende herramientas de mensajería por texto (¡ICQ, MSN, AIM, Y! IM) así como las más recientes de voz y video (Skype, gTalk).



- La Web Mundial (WWW): Los sitios que componen esta red pertenecen a personas individuales, o bien a organizaciones de éstas. Un análisis de los links entre sitios web nos podría dar señales interesantes acerca de las relaciones entre las personas o instituciones que los publican.
- Comunidades en línea: Algunos sitios web permiten crear un perfil personal e ir agregando una lista de contactos para participar con ellos en diferentes formas. LinkedIn es un sitio de conexiones profesionales que permite generar recomendaciones laborales de gran credibilidad es una aplicación similar en español. Orkut permite organizar redes de contactos y grupos para la participación en foros. Fotolog permite a millones de personas en el mundo publicar sus fotografías y seguir las fotos de sus amigos.

Facebook: Es una comunidad online cerrada, donde los perfiles pueden editarse para ser visibles sólo a tus amigos. Se presenta como una plataforma sobre la que se pueden montar aplicaciones para que las personas se comuniquen en variados formatos. Facebook goza de gran popularidad y crecimiento, y ha tenido una importante penetración en Chile a partir de fines de 2007. Facebook permite, a través de la opción ver amigos comunes, explorar el fenómeno del mundo pequeño en tus redes sociales.

Blogs: Estas bitácoras personales cuentan con diferentes tipos de conexión hacia otras personas. Un blog cita a otro como fuente de información, puede opinar acerca de lo que otro ha publicado, y muchos blogs muestran explícitamente una lista de sus blogs relacionados o amigos. Son tres formas de describir relaciones entre los blogs que revelan y crean redes sociales. El análisis de estos links y su frecuencia dará cuenta de la red social entre sus autores.



Clasificación Social (Folksonomies): Las bibliotecas utilizan palabras clave como un elemento crítico en sus sistemas de clasificación de documentos. Algunos sitios Web permiten a cualquier usuario agregar una palabra clave o descriptor a determinado objeto en su colección. De esta manera, son los mismos usuarios quienes organizan los elementos del sistema, tanto de manera individual como colectiva. El sistema genera automáticamente links para todos estos tags, lo que permite a los usuarios navegar el sistema con gran flexibilidad.

Filtros Colaborativos: El análisis de actividad en una web mediante minería de datos revela patrones de comportamiento y hace posible generar sistemas de recomendaciones personalizadas que se ajustan a las preferencias particulares de una persona de acuerdo a la actividad del universo de usuarios del sistema. Amazon fue una de las primeras webs en explotar esta técnica para recomendar libros. Cuando uno visita la ficha de un libro en Amazon.com, el sistema sugiere recomendaciones personalizadas de acuerdo a las características del libro y el historial del usuario en el sitio, lo que considera compras y revisiones anteriores, en un análisis cruzado con la actividad de otros usuarios.

2.1.9.- REDES ANTISOCIALES:

Según autor (Grunberg, 2018), la innovación tecnológica se desarrolló en ciclos. La primera etapa suele ser el encandilamiento. Después de un tiempo nos preguntamos cómo podíamos trabajar, entretenernos o comunicarnos sin esa nueva tecnología. La velocidad de difusión de nuevas tecnologías aumenta sin cesar. Por ejemplo, la difusión global del teléfono fijo llevo 100 años, pero la del teléfono celular menos de 20.

Al principio las nuevas tecnologías disruptivas parecen míticas, en el sentido de según (Grunberg, 2018), los mitos son una forma de presentar una ideología como si fueran parte inevitable de la naturaleza en lugar de una creación humana. Algunas de estas



nuevas tecnologías se difunden tan rápido y se integran tanto a nuestras vidas que no las cuestionamos de la misma manera que no cuestionamos la exigencia de los árboles o los ríos. Pero todo cambio tecnológico tiene consecuencias.

Una de las tecnologías más recientes, más difundidas y más peligrosas son las redes sociales, hace 10 años menos del 7 % de la población utilizaba las redes sociales, ahora más del 70 %. Las redes sociales se han vuelto el principal medio por el cual las personas se informan (o se desinforman), se comunican (o se agreden), se conocen (solo entre personas similares) o generan campañas activistas en gran escala.

Todas las tecnologías tienen ideas embebidas que definen sus impactos culturales, por ejemplo, una de las ideas de la televisión es que solo podemos confiar en los que vemos, lo que ha tenido como consecuencia un culto a la inmediatez y a la desvalorización del contexto, las redes sociales se basan en ideas potencialmente perjudiciales para la vida en sociedad. Por ejemplo, la forma natural de agruparnos es entre personas con opiniones similares que no existen límites al tono o al contenido de lo que se puede decir, que todas las opiniones tienen el mismo valor, independiente de su (in) coherencia o (carencia de) fundamentación o que lo esencial de las relaciones humanas es cuantificable (cantidad de amigos o seguidores, de “me gusta”, de publicaciones).

La comunicación humana en las redes sociales esta moldeada por esas ideas. Frases cortas, terminantes, imperativas, redacción entrecortada, combinación de palabras y emoticones en una forma de “neo-tecno-sintaxis”. Todo el mundo se siente llamado a opinar y pocos a escuchar. El objetivo no es convencer sino desacreditar. El autovalidación se basa en la cantidad de seguidores y de respuestas positivas. El riesgo es que con el tiempo esa forma de comunicación digital se transforme en la comunicación humana por defecto. Parafraseando a McLuhan, “nos transformamos en lo que usamos”, diseñamos nuestras herramientas, pero ellas nos modifican a nosotros.



La tecnología brinda ventajas que debemos aprovechar, pero al mismo tiempo tiene impactos culturales que no debemos ignorar. Aprovechar los primeros y contener los segundos es nuestro desafío para preservar una sociedad democrática y humana en el nuevo siglo.

Según el autor (Damivago, 2017), las “Redes Antisociales” es un manifiesto del absurdo y nefasto comportamiento que tiene el ser humano el día de hoy, un ser humano que prefiere publicar todo a través de su muro de Facebook, un ser humano que se preocupa más de una máquina que de una persona que tiene al lado, un ser humano que prefiere ver vídeos y programas con contenido basura a leer un buen libro, dicho todo esto, es un ser humano bastante idiota ¿No creen?.

Pero en mi humilde opinión yo creo que además de denunciar y burlarse obviamente de las situaciones anteriormente mencionadas, lo que quiere hacer el autor es que los lectores reflexionemos un poco a cerca de nuestro comportamiento y podamos solucionar esta falta de empatía con el que tenemos al lado y esta evidente adicción al monstruo de las bien llamadas «Redes Antisociales», que no hacen otra cosa que separarnos de las personas.

Según el autor (Calatayud , 2014), las redes antisociales, son aplicaciones que ayudan a evitar a la gente que no se quiere ver o que permiten odiar a ciertos “amigos”, empiezan a proliferar como contrapartida a la omnipresencia y la falta de privacidad de plataformas como Facebook o Twitter.

Si las redes sociales han puesto en contacto a millones de personas y han modificado y modernizado la forma en que se relacionan, ahora les ha surgido una réplica con cierto tono misántropo, unas herramientas que pretenden reducir estos contactos. Son las redes antisociales: aplicaciones como “Cloak”, presentada esta semana, que rastrea dónde están



las personas con quienes el usuario no quiere encontrarse y le avisa cuando se aproximan a él para que pueda escapar.

La herramienta funciona conectada a Foursquare e Instagram y ubica a los contactos que el usuario tiene en estas redes en función de la última vez que entraron en ellas. “Las grandes redes sociales pueden haber tocado techo”, afirma a Efe Chris Baker, uno de los diseñadores de Cloak, quien asegura que este tipo de aplicaciones va en aumento.

Después de ver cómo hay quienes relatan su vida al detalle en Twitter, vive cámara en mano para publicar sus fotos en Instagram o hacen un poco de todo en Facebook, cada vez más gente busca justo lo contrario. También los emprendedores empiezan a ver un hueco de mercado en las redes antisociales, donde la tecnología se pone al servicio de la misantropía.

2.1.9.1.- Tipos de Redes Antisociales

Según (Baker E, 2014), las redes antisociales: aplicaciones como "Cloak", presentada esta semana, que rastrea dónde están las personas con quienes el usuario no quiere encontrarse y le avisa cuando se aproximan a él para que pueda escapar. La herramienta funciona conectada a Foursquare e Instagram y ubica a los contactos que el usuario tiene en estas redes en función de la última vez que entraron en ellas. Pero lo que diferencia a Cloak es su componente antisocial: ofrece a quien la utiliza la posibilidad de activar una alerta para que la aplicación le avise cuando aquellos que considera "indeseables" están cerca.

A finales del año pasado diseñó una herramienta para Facebook llamada "Hate With Friends", que permite al usuario manifestar el odio que siente por sus "amigos" dentro de esa red social y averiguar si el rechazo es compartido.

También participó en la creación de "unbaby.me", un programa con el que los internautas, aburridos de ver cómo sus contactos de Facebook subían constantemente



fotos de recién nacidos, pueden sustituir las fotos de bebés por imágenes de las cosas que se les antojen a los gatos son la opción por defecto.

Posteriormente, Baker desarrolló esa idea en "Rather", que amplió los horizontes de "unbaby.me" y pasó a reemplazar cualquier contenido que el usuario prefiere no ver (no sólo bebés) cuando entra en Facebook por otros que le resulten más atractivos.

Para el programador, estas aplicaciones "no necesariamente" tienen que considerarse antisociales, sino que son herramientas que "mejoran" las redes sociales.

"Solucionan problemas sociales, son una cosa que aumenta otra. Una funda de plástico para el iPhone no va contra los teléfonos inteligentes, sólo mejora un poco su uso" (Baker E, 2014).

2.1.10.- CRISIS Y REDES SOCIALES

Para el autor (Serrano, 2015), la comunicación a través de las redes sociales supone en la actualidad un aspecto clave de la gestión de la comunicación durante una crisis y, por ende, de la gestión exitosa de la propia crisis.

Luis Serrano, director del área de Comunicación de Crisis en Llorente y Cuenca, explica cómo las redes sociales cambian las reglas del juego: El paradigma comunicativo ha cambiado. Hasta no hace mucho era relativamente sencillo hacerse con el control, de una pequeña crisis de comunicación y, frenarla a tiempo. Sin embargo, la situación se ha complicado sobremanera. Un nuevo elemento se ha sumado a la situación: internet y las redes sociales. Ya no podemos ejercer fácilmente el control de la información en las organizaciones.

Por su inmediatez y capacidad de difusión, las redes sociales se han convertido poco a poco en una herramienta de comunicación clave en casos de dificultad, como parte del proceso de comunicación, es de vital importancia el dedicar recursos y esfuerzos a su gestión durante una crisis, pero no se deben olvidar ni el antes ni el después. Se debe tener



en cuenta que las mismas redes pueden ser el canal donde se origine o desencadene dicha crisis.

2.2.- MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. DEFINICIÓN DEL INTERNET

Según (Starmedia, 2003), son comunicaciones concretas se establecen entre dos puntos: uno es el ordenador personal desde el que usted accede y el otro es cualquiera de los servidores que hay en la Red y facilitan información. El fundamento de Internet es el TCP/IP, un protocolo de transmisión que asigna a cada máquina que se conecte.

Para (Snell N. , 1995), es una red masiva de redes, infraestructura de redes que conecta a millones de computadoras unidas de forma global; formando una sola red en la que una computadora puede comunicarse con otra siempre y cuando estén las dos computadoras conectadas al Internet.

2.2.2.- HERRAMIENTAS DIGITALES

Para (Ramos Vásquez, 2014), las herramientas digitales, 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.

Según (Vázquez, 2013), son todos aquellos software o programas intangibles que se encuentran en las computadoras o dispositivos, donde le damos uso y realizamos todo tipo de actividades y una de las grandes ventajas que tiene el manejo de estas herramientas, es que pueden ayudar a interactuar más con la tecnología de hoy en día, nos ayuda a comunicarnos y hacer otro tipo de cosas por medio de ella, con el fin de abrir competencias y habilidades en los estudiantes para ser utilizadas en la educación, que además de ser un apoyo para el aprendizaje.



2.2.3.- REDES SOCIALES

“Las redes sociales son lugares en internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, afirma (Celaya, 2008).

Las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuáles, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir y difundir información con públicos o grupos específicos.

“Una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro” (Boyd , 2007).

2.2.3.1.- Facebook

Para (Vaillard & De la torre , 2012), a pesar de que los participantes conocen las diferentes redes sociales, los objetivos y los usos de cada una de ellas y las han probado en alguna oportunidad, la mayoría elige Facebook como su red social predilecta. Facebook es la red más utilizada, por su capacidad de interactuar con amigos y conocidos, y compartir fotos e información. Los usuarios preguntados dicen que los ayuda a expandir su círculo de amigos, retomar vínculos perdidos, mantener contacto con gente que vive en el exterior y les permite “no perderse de nada”.

2.2.3.2.- Twitter

Se caracteriza por ser un espacio de carácter descriptivo de emociones, actividades cotidianas y foros de debates sobre temas puntuales como política y negocios, en el cual los participantes no necesariamente deben conocerse. Es una red social poco utilizada por la mayoría de los participantes.

2.2.3.3.- Página Web

Según (Starmedia, 2003), las WWW son las conocidas "páginas Web". Una ventana muestra al usuario la información que desea, en forma de texto y gráficos, con los enlaces marcados en diferente color y subrayados.

Para el autor (Millenium., 2003), una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red.

Tipos de Página Web

Básicamente existen dos tipos de páginas web: estáticas y dinámicas. Las estáticas forman parte de épocas anteriores, puesto que son de contenido fijo y no son aptas a actualizaciones constantes.

En el caso de las dinámicas, pueden ser construidas en HTML o en otra extensión, como por ejemplo PHP. En este último caso se permite la interacción en tiempo real, apto para algunas páginas web con estas necesidades específicas, como pueden ser los foros.

Elementos principales de una página web

Texto: a veces redactado por un único autor y otras veces por los usuarios de la misma en el caso de algunas páginas dinámicas con lenguaje como PHP.

Imágenes: GIF, JPG y PNG son los tres formatos que suelen utilizarse normalmente.

Audio y vídeo: suele utilizar las extensiones MIDI, WAV o MP3. También se utilizan las incrustaciones de archivos almacenados en otros sitios, como por ejemplo se hace al añadir vídeos de Youtube.

Otros: existen además otros elementos que han ido aumentando y evolucionando también con el paso de los años y las nuevas tecnologías. Estos son Adobe Flash.



2.2.3.4.- Sitio Web

Según (Millenium., 2003), es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Según (Forest Online, 2001), Sitio Web provee información al observador, esta información es producida a color y puede tener animación, imágenes, productos inclusive puedes hacer compras directamente de la misma. Virtualmente no hay límite a lo que puede ser mostrado en una página Web.

2.2.3.5.- Portal

Según (Millenium., 2003), es un término, sinónimo de puente, para referirse a un Sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las gentes que se conectan al World Wide Web. Son sitios que los usuarios tienden a visitar como sitios ancla. Los portales tienen gran reconocimiento en Internet por el poder de influencia que tienen sobre grandes comunidades.

2.2.3.6.- Definición HTML

Según (Heilmann , 2008), el HTML (HYPERTEXT MARKUP LANGUAGE), es un lenguaje para describir el contenido de los documentos de la web. Utiliza una sintaxis especial que contiene marcadores (conocidos como "elementos") que rodean al texto que hay dentro del documento para indicar a los agentes de usuario cómo deben interpretar esta parte del documento.

El html es sólo una representación textual del contenido y de su significado general. Por ejemplo, el código para el encabezamiento "aspecto del html" es el siguiente: `<h2 id="htmllooks">aspecto del html </h2>`.



La parte `<h2>` es un marcador (que se conoce como "etiqueta") que significa "lo que sigue se debe considerar como un título de segundo nivel". `</h2>` es una etiqueta que indica dónde acaba el título de segundo nivel (y se conoce como "etiqueta de cierre"). La etiqueta de apertura, la etiqueta de cierre y todo lo que hay entre ellas se conoce como "elemento". Mucha gente utiliza los términos elemento y etiqueta indistintamente, lo cual no es del todo correcto. `id="htmllooks"` es un atributo; ya hablaremos de los atributos más adelante.

La mayoría de los navegadores incorporan una opción "código fuente" o "ver el código fuente", normalmente bajo el menú "ver". Si vuestro navegador incorpora esta opción, seleccionadla y dedicad unos momentos a mirar el código fuente html de esta página.

2.2.3.7.- Definición PHP

PHP es un lenguaje de programación muy potente que, junto con html, permite crear sitios web dinámicos. Php se instala en el servidor y funciona con versiones de Apache, Microsoft IIS, Netscape Enterprise Server y otros.

La forma de usar php es insertando código php dentro del código html de un sitio web. Cuando un cliente (cualquier persona en la web) visita la página web que contiene éste código, el servidor lo ejecuta y el cliente sólo recibe el resultado. Su ejecución, es por tanto en el servidor, a diferencia de otros lenguajes de programación que se ejecutan en el navegador. Php permite la conexión a numerosas bases de datos, incluyendo MySQL, Oracle, ODBC, etc. Y puede ser ejecutado en la mayoría de los sistemas operativos (Windows, Mac OS, Linux, Unix).



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.- MÉTODOS Y MATERIALES DE INVESTIGACIÓN

3.1.1.- DISEÑO METODOLÓGICO DE INVESTIGACIÓN

El método a usar es cuantitativo y cualitativo, es decir mixto (Hernández Sampiere, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010), se refieren que “las investigaciones con enfoque mixto consisten en la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno. Pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales”

3.1.2.- TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se utilizó en la investigación es descriptivo, pues el “El objetivo de estudio es representar algún hecho, acontecimiento o fenómeno por medio del lenguaje, graficas o imágenes de tal manera que se pueda tener una idea cabal del fenómeno en particular, incluyendo sus características, sus elementos o propiedades, comportamientos o particularidades” (Hernández Sampiere, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

Según (Mora Vargas, 2005), el método de investigación descriptivo - explicativo es la recolección de datos para probar hipótesis acerca del estado o situación actual de un tema de estudio. Como su nombre lo indica, su función es solo describir, trazar o narrar un fenómeno. El cual consiste en recopilar información, ya sea mediante la guía de observación o mediante la solicitud de datos a través de cuestionarios, encuestas, entrevistas, etc.

3.1.3.- POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.3.1.- Muestra de la Investigación

$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$	DONDE: Nivel de confianza = (95%) Z= 1.96 (corresponde al 95%) e: error muestral = (0.06) P= 0.5 Q= 0.5	$n = \frac{1.96^2 (0.5)(0.5)}{0.06^2}$
--------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------

La muestra tiene un margen de error del 6% y nivel de confianza del 95%.

El nivel de investigación es micro y macro social, porque se realizaron con dos tipos de públicos interno y externo.

En lo micro Social: se trabajó con 09 periodistas del Diario Sin Fronteras, que está ubicado en el Jr. Arequipa N° 888 de la ciudad de Puno.

En lo macro social: se trabajó con 242 estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA- Puno 2018 - II (Administración, Contabilidad, Sociología y Comunicación), entre los 18 a más años, quienes mediante una encuesta concretaron los resultados obtenidos por la investigación.

3.1.3.2.- Población

La población de estudiantes del área de Ciencias Sociales es de 7,399 alumnos y la población de Administración, Contabilidad, Sociología y Comunicación es de 2539 matriculados.

La población de periodistas del diario “Sin Fronteras” es de 10

3.1.4.- UNIDAD DE ANÁLISIS

Periodistas del diario Sin Fronteras y lectores universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018 II.

3.1.5.- DIMENSIONES

- Uso de herramientas digitales



- Repercusión en los lectores universitarios.

3.1.6.- TÉCNICA E INSTRUMENTO.

3.1.6.1.- Técnica

- Encuestas

3.1.6.2.- Instrumento

- Cuestionario

3.1.7.- DESCRIPCIÓN Y RAZÓN SOCIAL DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN

Presentamos los datos del medio de comunicación según el editor general del diario Sin Fronteras, Kevin Moncada (2014)

3.1.7.1.- RESEÑA HISTÓRICA

- Editora Multimédios SAC fue creada el 17/04/2012, y lanza al mercado a Diario Sin Fronteras Arequipa el 25/07/2013
- Surge con la finalidad de brindar a la población del sur del Perú una nueva alternativa en medios de comunicación.
- Siendo los socios fundadores los señores: Cnel. (r) Manuel Magno Vera Ponce, Econ. René Guillermo Manrique Cusirramos y Lic. Mario Pautrat Calderón.
- En la actualidad sus oficinas periodísticas, comerciales y administrativas se encuentran ubicadas en Urb. Adepa B-3, distrito de José Luis Bustamante y Rivero.
- La planta industrial, está ubicada en Asociación Pro Vivienda PIP Jr. N°3 Zona A, Mz. S, Lote 5 y 6, distrito de Yura, provincia de Arequipa, departamento de Arequipa.
- Siendo su Gerente General y Representante Legal el Lic. Mario Pautrat Calderón.



3.1.7.2.- BASE LEGAL

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-09114. Objetando que este diario, recién se está mandando al mercado y todo acerca de la legalización está en proceso.

3.1.7.3.- DATOS COMPLEMENTARIOS

- “SIN FRONTERAS”
- Departamento: Puno
- Ciudad: Puno – Juliaca
- Dirección: Puno: Av. Arequipa 736 Juliaca: Jr. Jáuregui 289 2do piso
- Teléfono: 206079 – 323239
- Web: www.diariosinfronteras.pe

3.1.7. 4.- MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y VALORES

MISIÓN:

- Difundir el acontecer noticioso con transparencia, imparcialidad, equilibrio y compromiso con el desarrollo regional y nacional; contribuyendo con la educación y cultura de la población.

VISIÓN:

- Ser una empresa líder en comunicaciones, plural y objetiva, logrando un reconocido prestigio a nivel nacional.

OBJETIVOS:

- Ser un medio de comunicación social, dedicado a las actividades de difusión escrita, radial y televisiva de las noticias y actividades comercializadoras, buscando que los servicios prestados estén orientados a lectores y clientes, con excelencia y asertividad.



- De igual manera la empresa tiene como objetivo la impresión, edición y distribución de toda clase de publicaciones.

VALORES:

- Honestidad
- Lealtad
- Libertad
- Respeto
- Veracidad e Imparcialidad
- Responsabilidad
- Disciplina
- Trabajo en equipo
- Orientación al servicio
- Creatividad
- Ética

3.1.7.5.- ORGANIGRAMA:

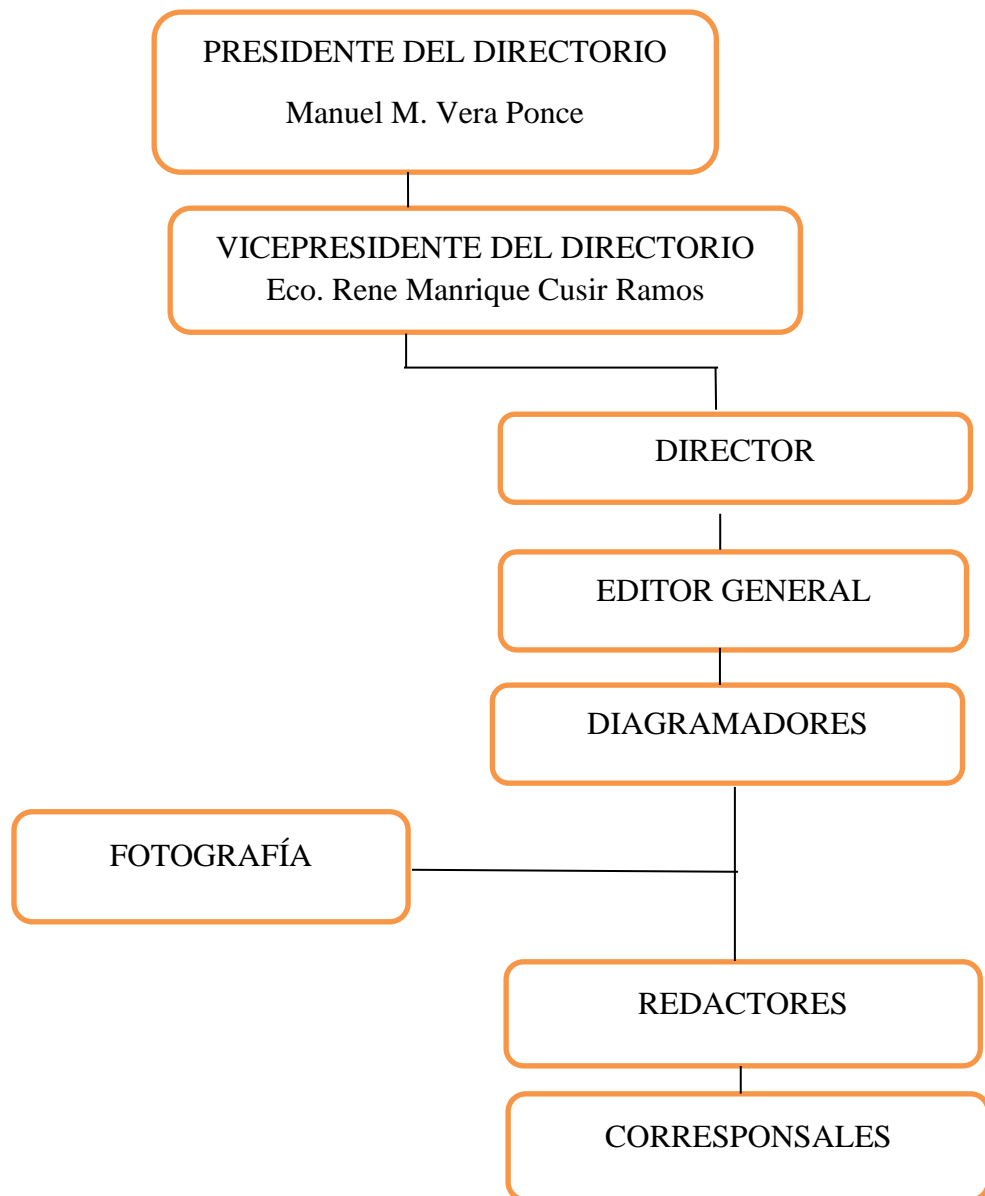


Figura: Organigrama del diario Sin Fronteras

Fuente: Diario Sin Frontera



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados que a continuación se exponen y analizan, son comprobantes de la aplicación del instrumento del cuestionario de encuestas; concluido con la tabulación de los encuestado, donde el público interno son los periodistas del diario Sin Fronteras de la ciudad de Puno y el público externo son los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2018.

ENCUESTA:

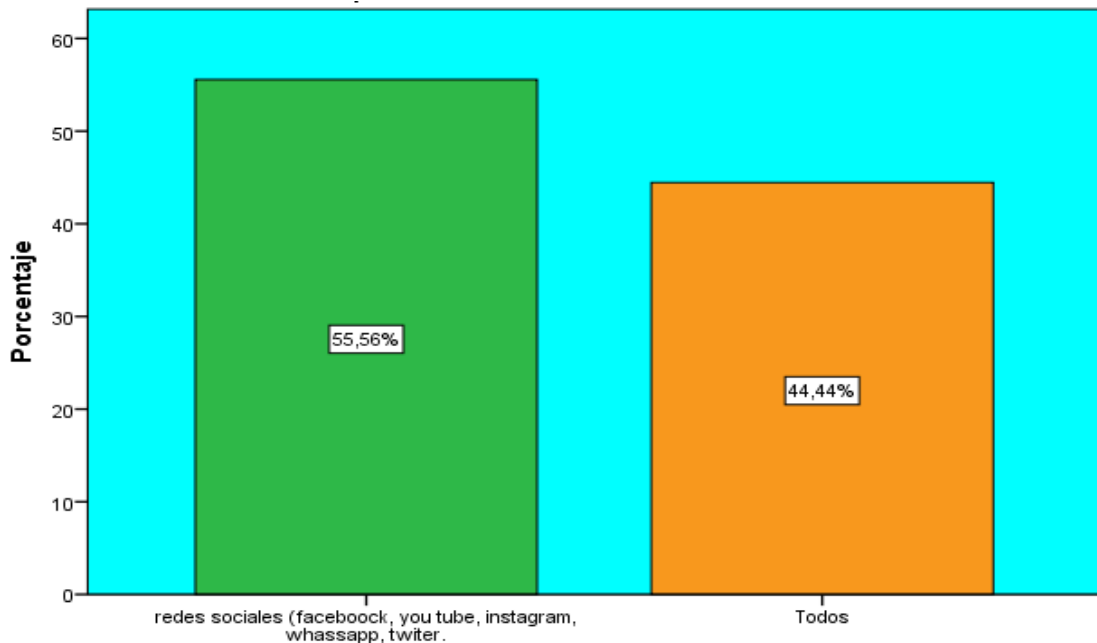
Tabla 1 *¿Qué herramientas digitales considera usted que está a su alcance como periodista en el diario Sin Fronteras?*

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Redes sociales (Faceboock, Youtube, Instagram, Whassapp, Twiter)	5	56	55,6 %
Todos	4	44	44,4 %
Total	9	100	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicado a los periodistas del diario Sin Fronteras de la ciudad de Puno

Elaboración: Propia

Figura 1 A su alcance como periodista



Fuente: Encuesta aplicado a los periodistas del diario Sin Fronteras de la ciudad de Puno

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los que ejercen la profesión de periodismo, en este medio de comunicación escrito, respecto a las herramientas digitales que considera que se encuentran a su alcance como periodista en el diario, encontramos que el 56% (5) indica que usualmente están a su alcance son las redes sociales tales como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram y Whatsapp, los cuales son medios digitales que se utilizan con frecuencia en los jóvenes en el cual se logra difundir fácilmente los acontecimientos sociales a nivel regional, nacional e internacional. En cambio, un 44% (4) indican que tienen a su alcancen todas las herramientas digitales, añadiendo a las ya antes mencionadas, como los marcadores en Chrome, Firefox, Safari y las ediciones multimedia tales como Picassa, PS Online, Photoshop, Adobe Premier, entre otras, que ayudan a mejor la edición y redacción de la información que trasmiten a la población.

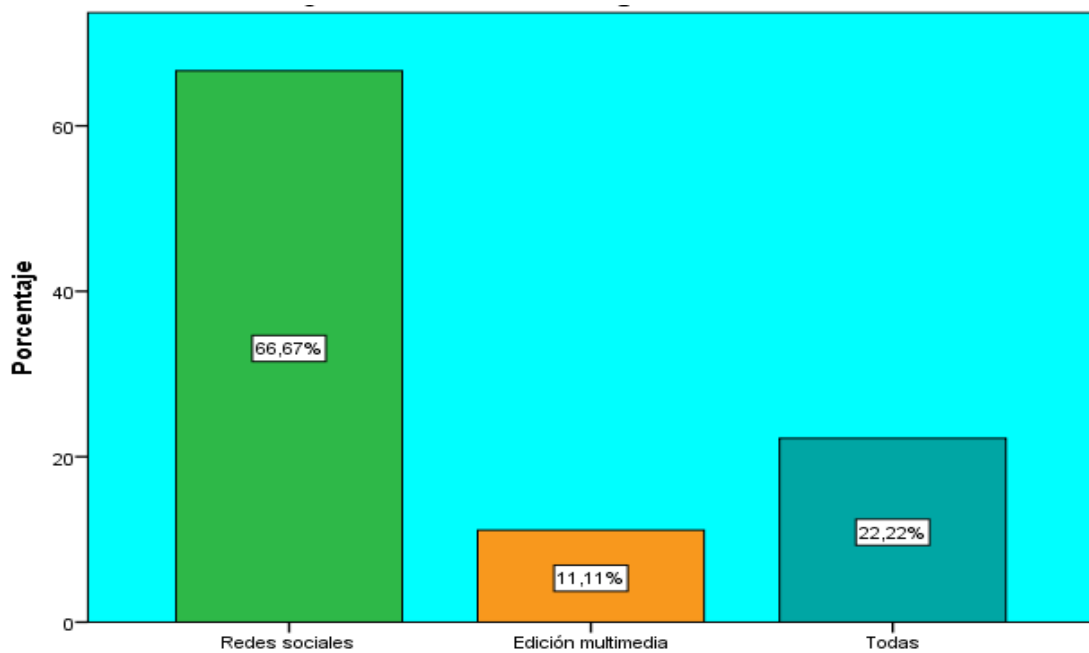
Tabla 2 ¿Cuál de ellas utiliza regularmente?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Redes sociales	6	67	66,7 %
Edición multimedia	1	11	11,1 %
Todas	2	22	22,2 %
Total	9	100	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicado a los periodistas del diario Sin Fronteras de la ciudad de Puno

Elaboración: Propia

Figura 2 Utiliza regularmente



Fuente: Encuesta aplicado a los periodistas del diario Sin Fronteras de la ciudad de Puno

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicada la encuesta a los que ejercen la profesión de periodismo en este medio de comunicación escrito, respecto a que herramientas digitales utilizan con mayor frecuencia, encontramos que un 67% (6) de los encuestados respondieron las redes sociales tales como Facebook, Whassapp, Instagram, You tube, entre otros.

El 22% (2) de los encuestados refieren que utilizan todas las herramientas digitales tanto redes sociales, marcadores o edición multimedia, finalmente un escaso 11% (1) señala que utiliza frecuentemente la edición multimedia.

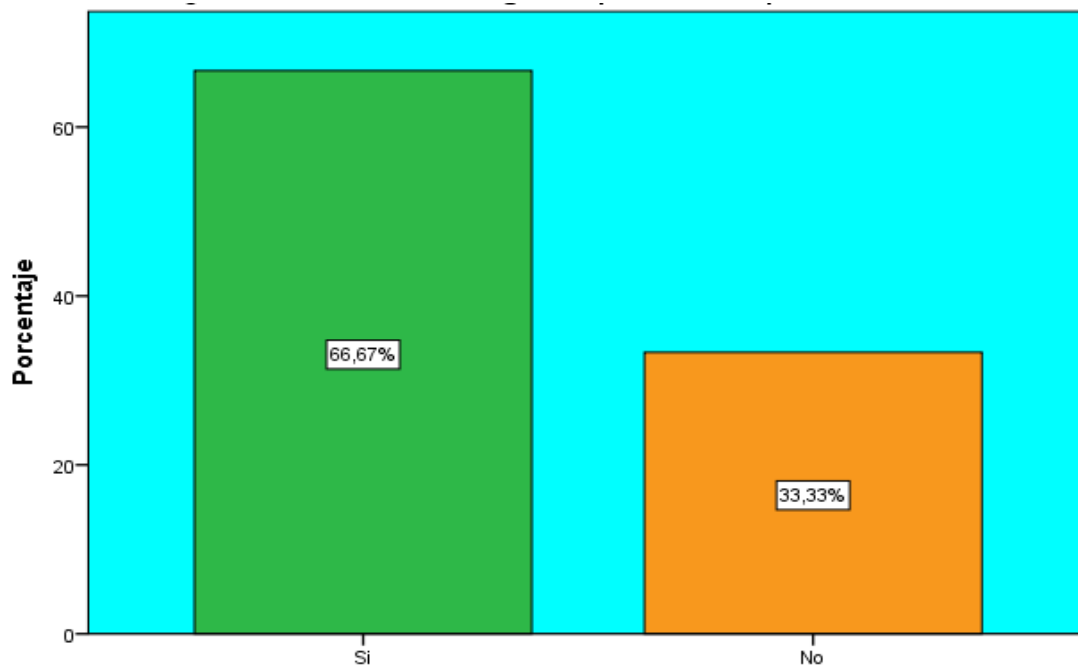
Tabla 3 ¿Fuera de su profesión como periodista y de la labor en el diario Sin Fronteras? ¿Utiliza herramientas digitales para su uso personal?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si	6	67	66,7%
No	3	33	33,3%
Total	9	100	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

Figura 3 *Uso personal*



Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los que ejercen la profesión de comunicación social, en este medio

de comunicación escrito, respecto al uso personal de las herramientas digitales fuera del contenido o labor periodística en el diario Sin Fronteras, encontramos que un 67% (6) de los encuestados refieren que si utilizan mayormente los medios digitales para su vida personal indicando que: “Redes sociales, edición multimedia. (Si), Facebook, Chrome (si), Para cualquier tipo de trabajo, al margen del diario, es indispensable (si), Twitter, YouTube, WhatsApp, Instagram, otros. (Si).

Mientras que un 33% (3) señala que no usa las herramientas digitales para su desenvolvimiento personal.

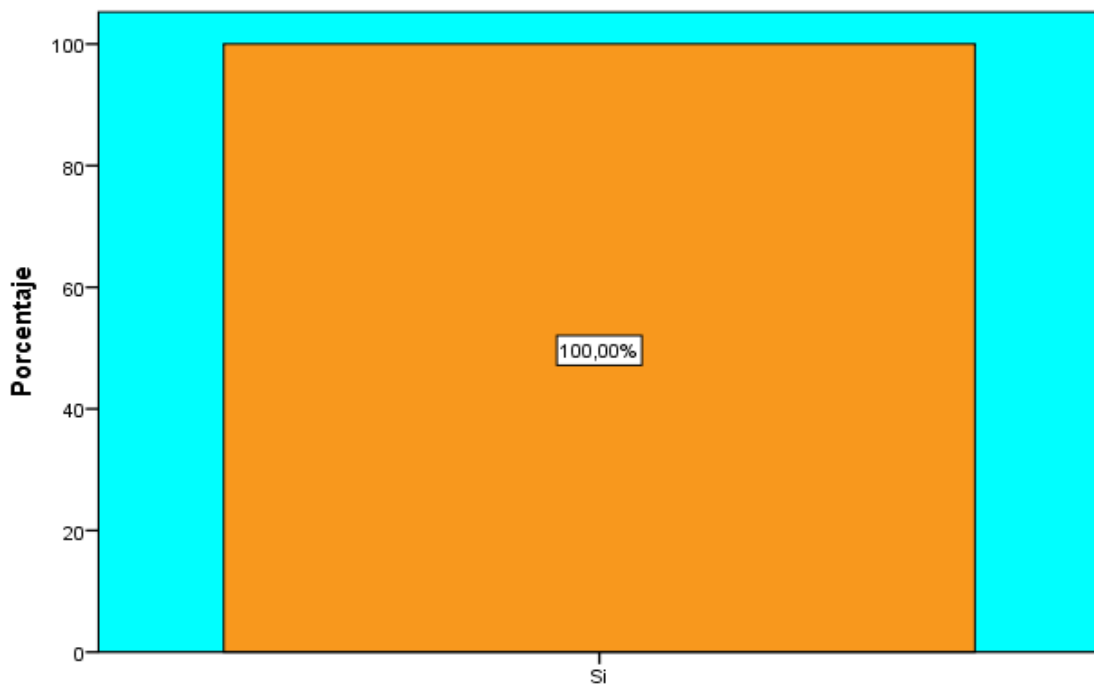
Tabla 4 ¿Considera que utilizar estas herramientas le da alguna ventaja como periodista?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si	9	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

Figura 4 Ventaja como periodista



Fuente: Encuesta realizada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los que ejercen la profesión de periodismo en este medio de comunicación escrito, respecto al uso de las herramientas digitales como una ventaja periodista, en la cual encontramos que el 100% (9) de los encuestados refieren que es positivo el uso de las herramientas digitales, siendo una ventaja para el ejercicio de su profesión, añadiendo a su respuesta lo siguiente: “Ayuda a que el periodista esté constantemente informado. (Si), Permite un mayor alcance de la población (si), Más agilidad en conformación. (Si), Rapidez de información (si), Son herramientas que ayudan a llegar a los lectores de manera más rápida. (Si)”. Podemos observar que, con sus respuestas, el uso es frecuente de estas herramientas digitales no solo ayuda a mejorar la labor del periodista, sino que también refuerza la redacción y edición de la imprenta o lugar de trabajo en el que se desenvuelven.

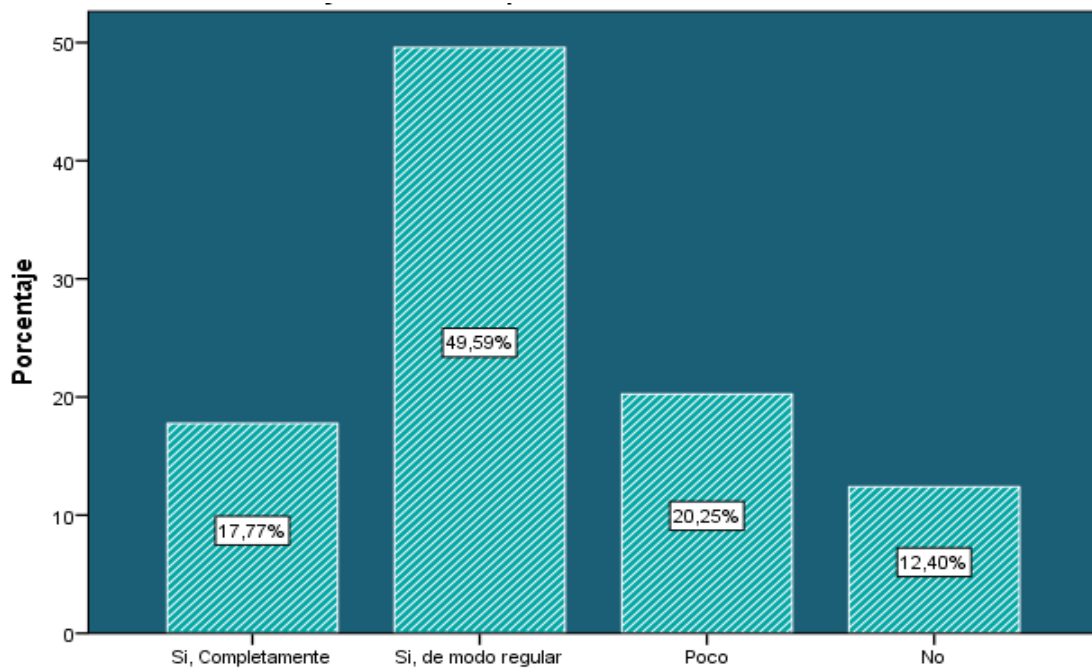
Tabla 5 *¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras influyen en su comprensión de los hechos?*

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si, Completamente	43	17,8	17,8%
Si, de modo regular	120	49,6	49,6%
Poco	49	20,2	20,2%
No	30	12,4	12,4%
Total	242	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 5 *Influye en su comprensión de los hechos*



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del Diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA - Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los alumnos universitarios, respecto al contenido y redacción sobre los hechos y/o acontecimientos y la percepción o forma de comprensión de lo redactado he leído, encontramos que el 49.6 (120) de los encuestados refieren que si influye de modo regular en cuanto a la comprensión y forma de interpretación de las notas informativas.

En cambio, el 20.2% (49) de los estudiantes encuestados refieren que es muy poca la manera que influye la redacción de las notas informativas, por otra parte, un 17.8% (43) de los encuestados indican que, si influye completamente la redacción en cuanto al modo de interpretación sobre los hechos, finalmente un escaso 12.4% (30) afirman que no influye de ninguna manera.

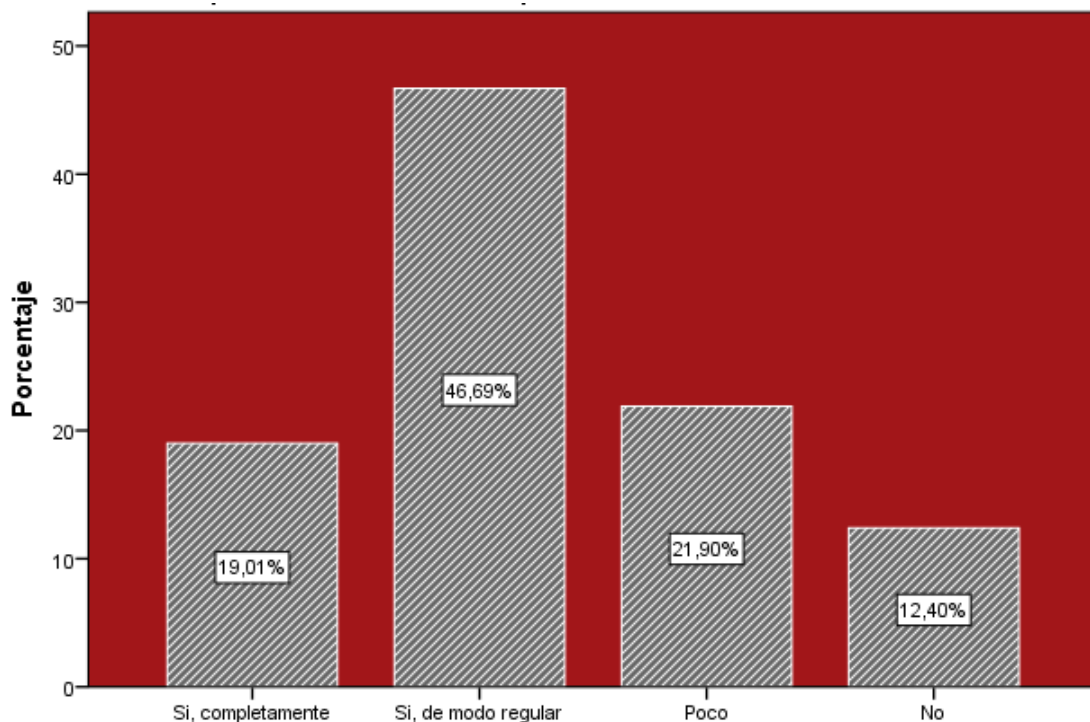
Tabla 6 ¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras le permiten informarse rápidamente de los hechos?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si, completamente	46	19,0	19,0%
Si, de modo regular	113	46,7	46,7%
Poco	53	21,9	21,9%
No	30	12,4	12,4%
Total	242	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 6 Informarse rápidamente de los hechos



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los alumnos universitarios, respecto a las notas informativas que se redactan en el diario, si le permite informarse rápidamente acerca de

las noticias, encontramos que el 46.7% (113) de los encuestados refieren que, si le permite informarse sobre los acontecimientos, pero de manera regular.

Un 21.9% (53) de los estudiantes afirma que pocas veces son las que se pueden informarse de las noticias que se publican en el diario, por otra parte, el 19% (46) de los encuestados refieren que, si se informa de manera rápida acerca de los acontecimientos, mediante las notas periodísticas que publican en la página web, finalmente el 12.4% (30) de los estudiantes indican que no logran informarse de las noticias.

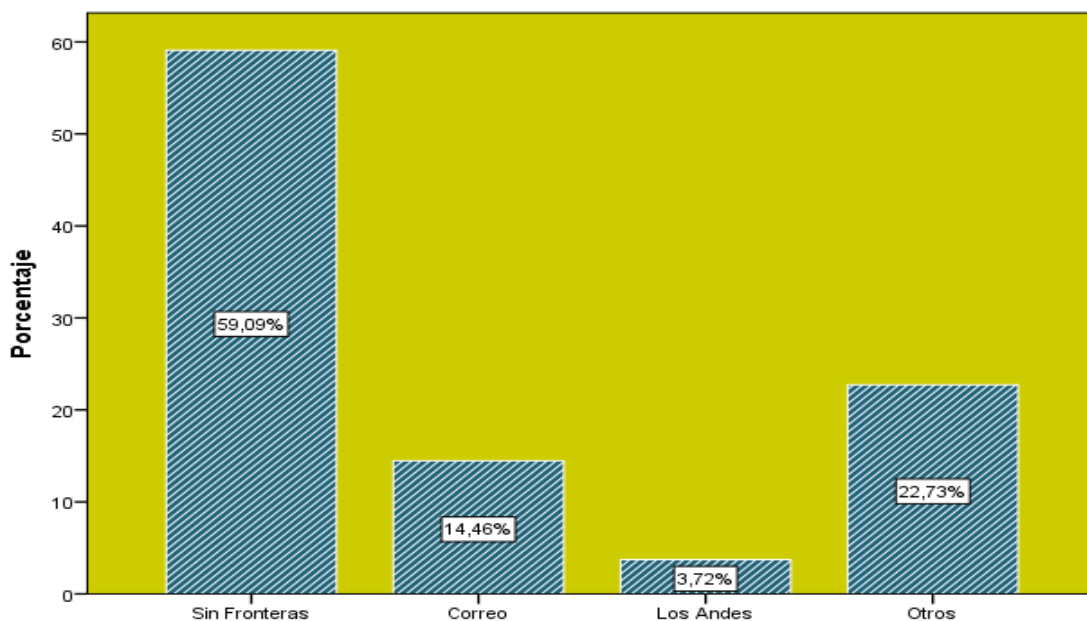
Tabla 7 ¿Ud. que diario adquiere normalmente?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Sin Fronteras	143	59	59,1%
Correo	35	15	14,5%
Los Andes	9	4	3,7%
Otros	55	23	22,7%
Total	242	100,0	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 7 Adquiere normalmente



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado a los alumnos, respecto al diario que adquieren normalmente.

Encontramos que el 59.1% (143) de los estudiantes encuestados indican que adquieren el diario Sin fronteras para informarse las noticias ocurridas dentro o fuera de la región, por otra parte, el 22.7% (55) de los encuestados indican que adquieren otro diario que no ha sido mencionado en las alternativas como la república, Perú 21 entre otros. Mientras que un 14.5% (35) de los estudiantes refieren que obtienen el diario Correo, finalmente un 3.7% (9) de los encuestados afirman que adquieren normalmente el diario Los Andes.

Todos estos diarios ya mencionados son a nivel regional, pero también estos medios de comunicación escrito informar noticias a nivel nacional e internacional.

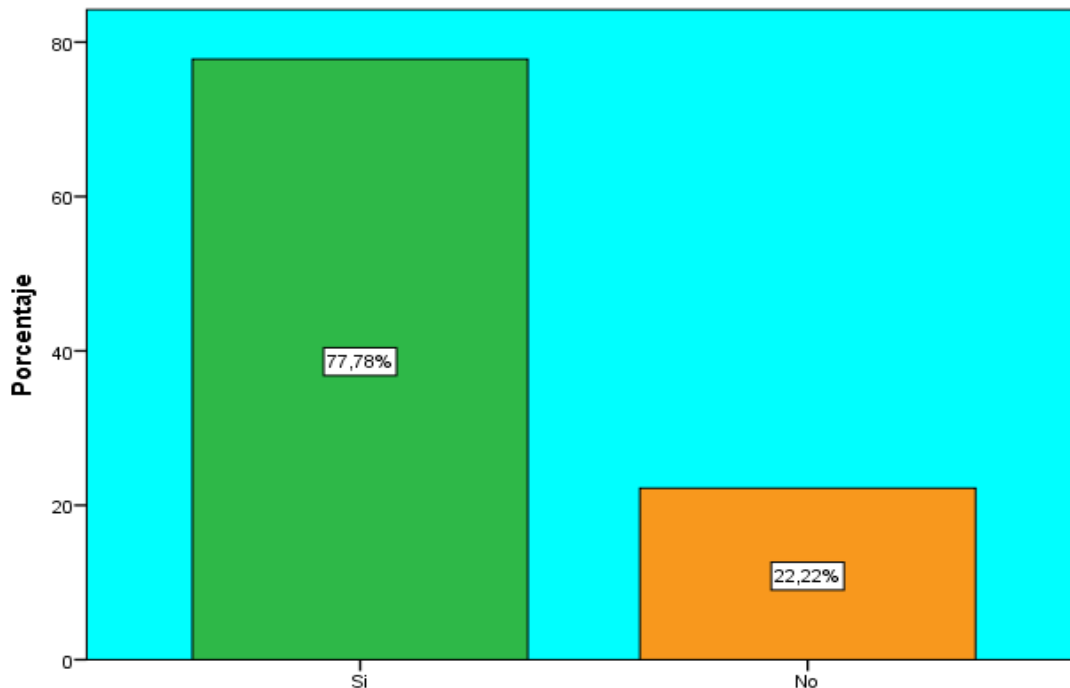
Tabla 8 *¿Influye las redes sociales en su trabajo periodístico?*

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si	7	78	77,8%
No	2	22	22,2%
Total	9	100	100,0%

Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

Figura 8 Trabajo periodístico



Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado la encuesta a los que ejercen la profesión de comunicación social, en el medio escrito, respecto a la influencia que tienen las redes sociales en su trabajo periodístico.

Encontramos que el 78% (7) de los encuestados indican que, si influyen las redes sociales en su labor periodístico, puesto que tal como lo expresaron: “A veces ayudan como fuente de información, (si), Facilita verificar datos (si), Circula bastante información, pero tiene que ser verificada, (Si), Intercambio de información (si)”.

En cambio, el 22% (2) de los encuestados señalan que no influye de ninguna manera las redes sociales en su labor periodística.

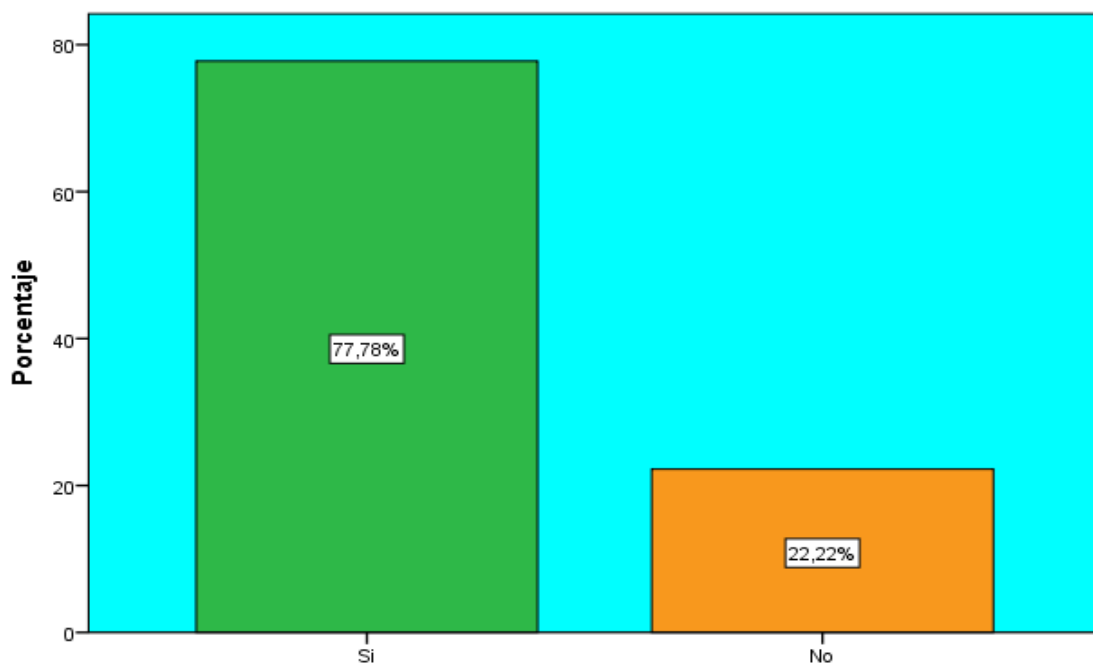
Tabla 9 ¿Considera que la abundancia de información en el internet influye en su trabajo periodista?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si	7	78	7,8 %
No	2	22	22,2 %
Total	9	100	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

Figura 9 Abundancia de información



Fuente: Encuesta aplicada a los periodistas del diario Sin Fronteras

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, en este contexto aplicado a los que ejercen la profesión de Ciencias de la Comunicación Social, en un medio escrito, respecto a la abundancia de información en el internet y la influencia en su trabajo, encontramos que el 78% (7) de los encuestados indican que si influye en su labor periodística indicando también que: Facilita y ayuda a tener más

información a nivel nacional e internacional. (Si), Tengo a disposición la información para contrastar datos (si), para toda información puede ser verídica o no por ello es necesario la verificación (si).

Lo contrario sucede con un 22% (2) de los encuestados que refieren que la abundancia de información en el internet, no influye en su labor periodística, argumentando que: “Mucha información es tergiversada la noticia a redactar (no).

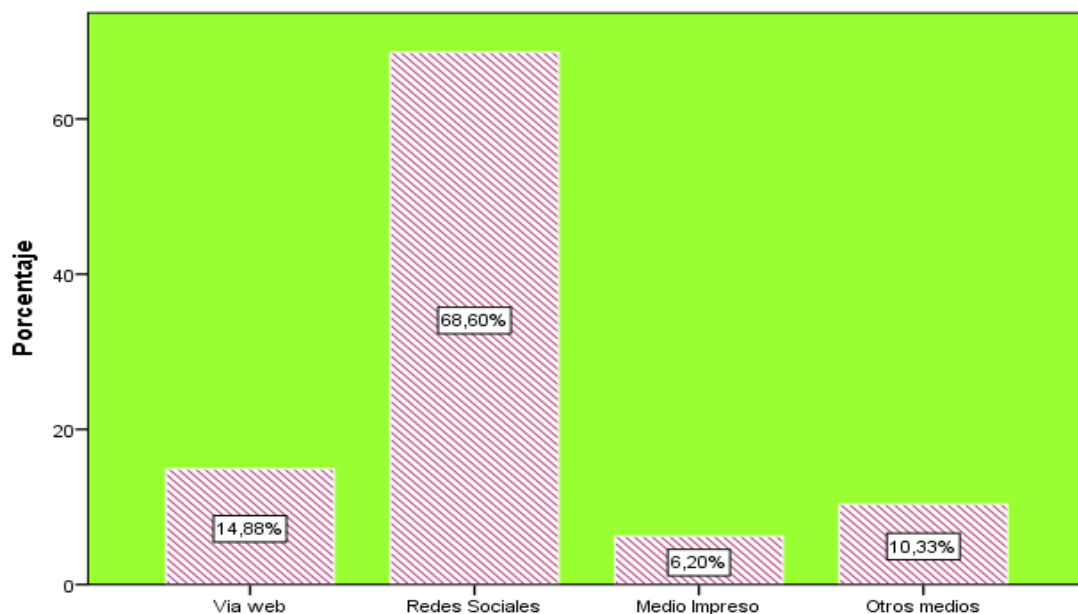
Tabla 10 ¿Ud. de qué manera se llega a informar sobre las noticias ocurridas en la ciudad de Puno?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Vía web	36	14,9	14,9
Redes Sociales	166	68,6	68,6
Medio Impreso	15	6,2	6,2
Otros medios	25	10,3	10,3
Total	242	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 10 Informarse de las noticias



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA - Puno 2018, en este contexto aplicado a los alumnos, respecto la manera como se informan sobre las noticias ocurridas en la ciudad de Puno, encontramos que el 68.6% (166) de los encuestados indican que se informan sobre las noticias mediante las redes sociales por la rapidez de la información.

Mientras que un 14.9% (36) de los encuestados indican que se informan acerca de los hechos trascendentes ocurridos en la ciudad a través de la página web por la facilidad de ingresar a los celulares.

Por otra parte, el 10.3% (25) de los encuestados refieren que se informan mediante otros medios que no fueron indicados, finalmente un 6.2% (15) de los estudiantes respondieron que se informan mediante los medios impresos, tales como periódicos, revistas, entre otros.

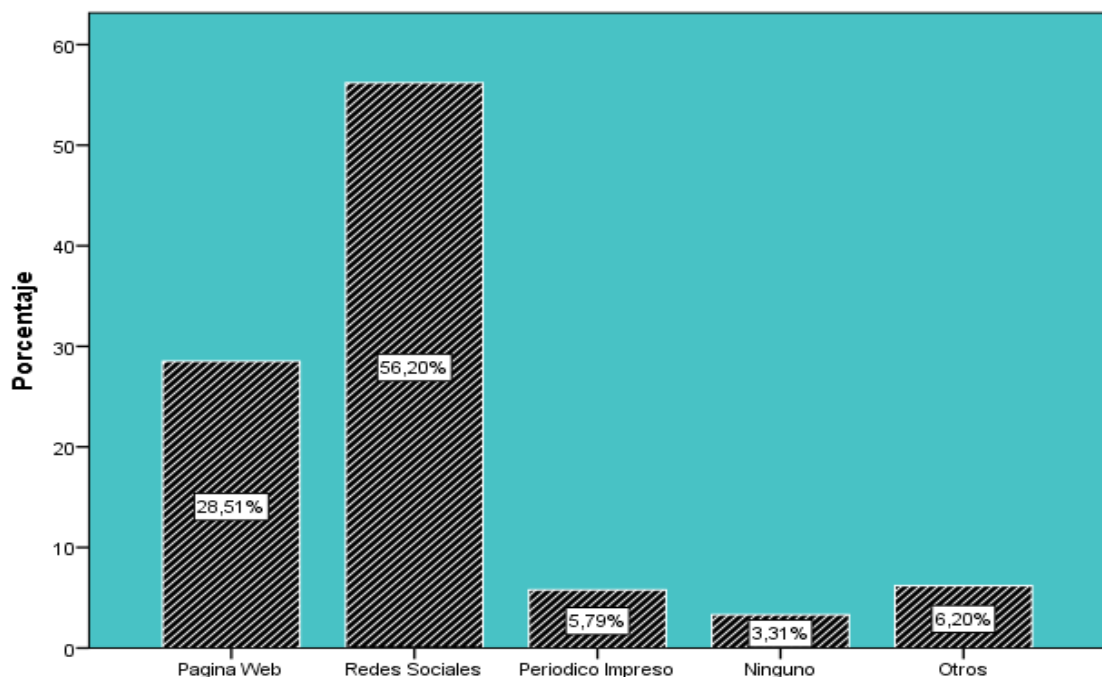
Tabla 11 *¿Qué medio considera Ud. para informarse rápidamente de una noticia?*

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Página Web	69	28,5	28,5 %
Redes Sociales	136	56,2	56,2 %
Periódico Impreso	14	5,8	5,8 %
Ninguno	8	3,3	3,3 %
Otros	15	6,2	6,2%
Total	242	100,0	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 11 *Informarse rápidamente de una noticia*



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales, UNA – Puno 2018, respecto al medio que considera los encuestados para poder informarse de manera inmediata sobre las noticias o acontecimientos en la ciudad de Puno, encontramos que el 56.2% (136) señala que las redes sociales son el principal medio por donde podrían informarse de manera inmediata acerca de las noticias y/o acontecimientos.

Por otra parte un 28.5(69) de los encuestados refieren que se podría informar de manera inmediata por alguna página web, mientras que un 6.2% (15) de los encuestados indican que otros son los medios por el cual se podrían informar de manera inmediata, mientras que un 5.8% (14) de los encuestados indican que se informan de manera inmediata mediante los periódicos impresos, finalmente un 3.3% (8) de los estudiantes

indican que no lograr o no podrían informarse mediante ningún medio puesto que todos le parecen demorosos en cuantos a las noticias.

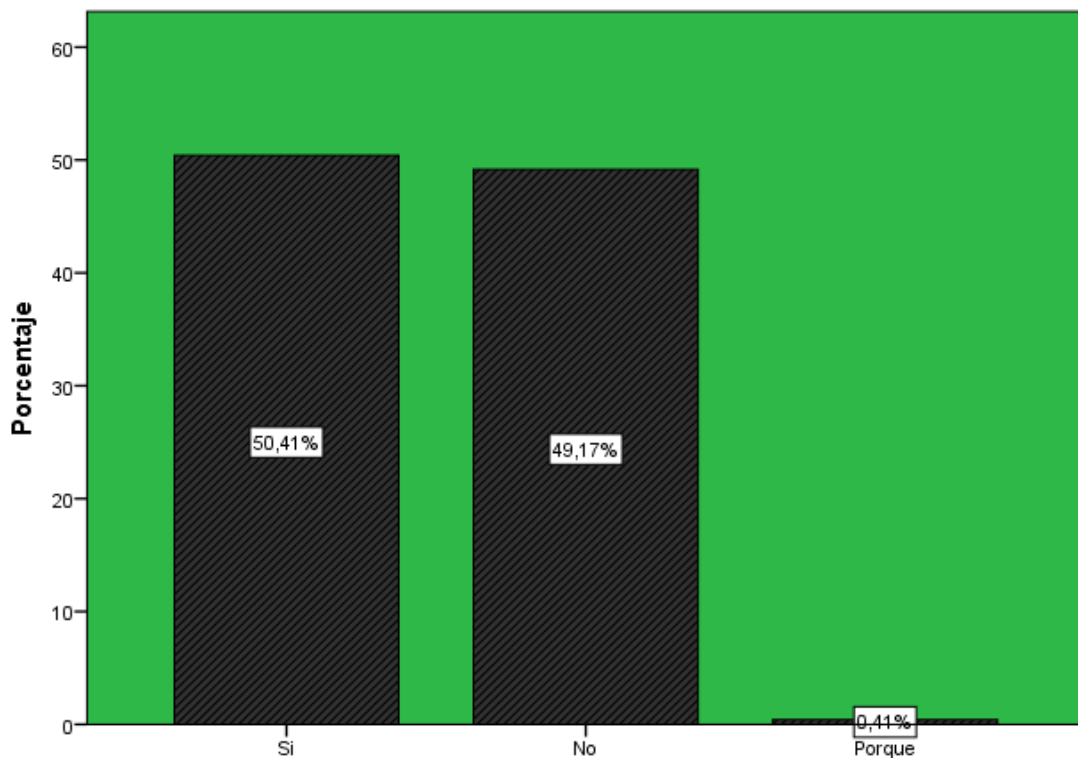
Tabla 12 ¿En alguna oportunidad Ud. accedió a la página web del diario Sin Fronteras?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
Si	122	50	50,4 %
No	119	49	49,2 %
Porque	1	4	4 %
Total	242	100,0	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 12 Accedió a la página web



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales de la UNA-Puno 2018, en este contexto aplicado a los estudiantes, respecto, si en algún momento accedieron a la página web del diario.

En cual encontramos que el 50.4% (122) de los encuestados mencionaron que, si ingresaron a la página web del diario Sin Fronteras, para poder acceder a la información sobre los hechos y/o acontecimientos ocurridos en los diversos lugares, por otra parte, un 49.2% (119) de los estudiantes encuestados refieren que no ingresaron a la página web de dicho diario por que lo adquieren físicamente.

Finalmente, el 4% (1) de los estudiantes menciona que lo ha visto pero no accedió a la página web del diario Sin Fronteras.

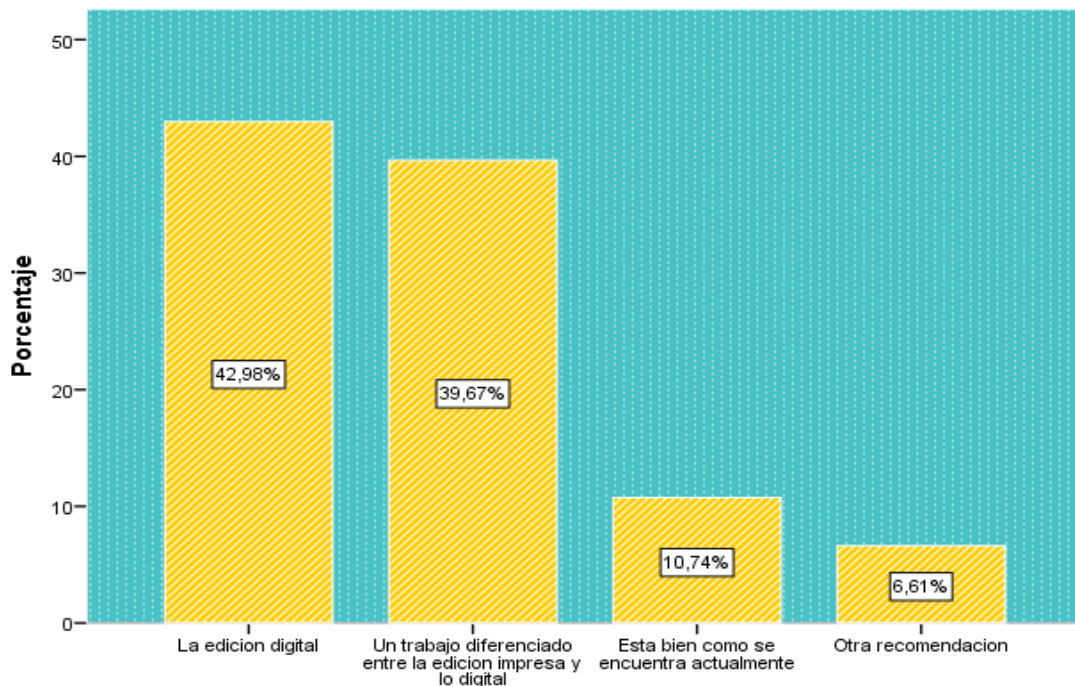
Tabla 13 *¿Cree Ud. que el diario Sin Fronteras debe apostar por lo digital?*

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO
La edición digital	104	43	43,0 %
Un trabajo diferenciado entre lo impresa y digital	96	40	39,7 %
Está bien actualmente	26	11	10,7%
Otra recomendación	16	7	6,6 %
Total	242	100	100,0 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

Figura 13 *Apostar por lo digital*



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno 2018

Elaboración: Propia

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En relación a la repercusión del uso de las herramientas digitales del diario Sin Fronteras en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018, en esta encuesta aplicado para los alumnos universitarios en cuanto a la actualización o implementación que debe apostar el diario Sin Fronteras en cuanto a lo digital diferenciado de lo impreso.

Se obtuvo que el 43% (104) de los estudiantes encuestados refieren que el diario debe apostar por la edición digital para mejorar el trabajo que ofrece a la sociedad, por otra parte, el 39.7% (96) de los encuestados indican que se debería arriesgar por el trabajo diferenciado entre la edición impresa y lo digital para aun mejorar el servicio.

Mientras el 10.7% (26) señalan que el diario Sin Fronteras se encuentra actualmente bien como esta, sin alguna recomendación o cambio, finalmente un 6.6% (16) de los estudiantes indican que se recomienda otra modificación o aporte.



RESPUESTAS A PREGUNTAS ABIERTAS DE LA ENCUESTA:

<p>3. ¿Considera que utilizar estas herramientas le da alguna clase de ventaja como periodista?</p>	<ul style="list-style-type: none">- Facilita el trabajo (si)- Información completa (si)- Si- Se tiene información a la mano (si)- Ayuda a que el periodista esté constantemente informado. (si)- Permite un mayor alcance de la población (si)- Más agilidad en conformación. (si)- Rapidez de información (si)- Son herramientas que ayudan a llegar a los lectores de manera más rápida. (si)
<p>4. Fuera de su profesión como periodista y de su labor en el diario Sin Fronteras, ¿Utiliza herramientas digitales para uso personal?</p>	<ul style="list-style-type: none">- Redes sociales, edición multimedia. (si)- No- Si- Facebook, chrome (si)- Para cualquier tipo de trabajo, al margen del diario, es indispensable (si)- Twitter, youtube, whatsapp, instagram, otros. (si).- No- Redes sociales y/o internet (si)- Facebook, Instagram (si)



<p>5. ¿Influyen las redes sociales en su trabajo periodístico?</p>	<ul style="list-style-type: none">- A veces ayudan como fuente de información. (si)- No- Agenda Settings (si)- Facilita verificar datos (si)- Circula bastante información, pero tiene que ser verificada. (si)- Intercambio de información (si)- No- Corroboración de información (si)- Si
<p>6. ¿Considera que la abundancia de información en internet influye en su trabajo?</p>	<ul style="list-style-type: none">- Como referencias (si)- Pluralidad (si)- Informa y desinforma (si)- Tengo a disposición la información para contrastar datos (si)- Para toda información puede ser verídica o no por ello es necesario la verificación. (si)- Mucha información es tergiversada, es necesario corroborar la nota periodística. (no)- No- Facilidad (si)- Facilita y ayuda a tener más información a nivel nacional, internacional. (si)



CONCLUSIONES

PRIMERA: La repercusión del uso de las herramientas digitales del diario “Sin Fronteras” en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018, se tuvo una aceptación positiva, debido a que gracias a la tecnología y al acceso a redes inalámbricas, los estudiantes utilizan en mayor cantidad los medios virtuales para poder informarse, siendo el diario Sin Fronteras uno de los tantos que tiene página web para que los estudiantes puedan acceder a las noticias con mayor facilidad y al instante.

SEGUNDA: Las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario “Sin Fronteras” de la ciudad de Puno, son las redes sociales como (Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, también la edición multimedia y las herramientas tradicionales como la cámara fotográfica, cámara de video, el celular, la grabadora de audio. De esta manera el periodista tiene mayor información y veracidad en la redacción de las notas periodísticas.

TERCERA: Los estudiantes universitarios prefieren informarse mediante los internet como la página web y las redes sociales donde se incluyen videos, fotografías y gráficos. Por el cual el hábito de lectura es buena y ascendente, además en las redes sociales se lee información redactada de modo periodístico de noticias en desarrollo.

CUARTA: Las herramientas digitales son muy necesarias para los periodistas del diario Sin Fronteras tanto en lo laboral y personal para intercambiar y verificar información con otros datos informativos y así tener veracidad en la redacción de las notas periodísticas que publican por las redes sociales y la página web. Además, se comprobó que la mayoría de los periodistas del diario Sin Fronteras son licenciados en Ciencias de la Comunicación Social de la UNA- Puno, la cual facilita el desenvolvimiento profesional de cada uno y la facilidad de comprensión de la información para los lectores.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Para quienes deseen investigar sobre las herramientas digitales que utilizan los diarios informativos, deben realizar una comparación de los diarios a nivel regional para saber qué medio impreso es el que utiliza con mayor frecuencia las plataformas virtuales para llegar a su público.

SEGUNDA: A los profesionales en Ciencias de la Comunicación Social de la UNA - Puno especializados en el área de periodismo seguir actualizándose, sobre las próximas herramientas digitales que se innoven posteriormente para realizar un trabajo periodístico con mayor profundidad, veracidad en los hechos y tener el respaldo del público lector en beneficio del diario Sin Fronteras.

TERCERA: A los periodistas del diario Sin Fronteras, al realizar una nota periodística que obtengan la versión verídica de ambas partes involucradas antes de publicar la noticia y así no se pueda tergiversar la información recabada por el medio de comunicación.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baeza Yates , R., Velasco M, J., & Monsalve M., M. (Junio de 2008). “Cómo funciona la web “universidad de Chile. Recuperado de https://www.academia.edu/19852353/C%C3%B3mo_funciona_la_Web
- Bahillo, L. (20 de setiembre de 2019). Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>
- Baker E, C. (2014). “Redes antisociales, nuevas tecnologías”. Recuperado de <https://www.elespectador.com/tecnologia/redes-antisociales>
- Barja Marquina , L. D. (2016). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los peruanos en los procesos de convergencia de plataformas.El Comercio, RPP Noticias y Epsilon. Recuperado de https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4830/Barja_ml.pdf?sequence=1
- Bartolomé, A., & Grané, M. (2009). “Herramientas digitales en una Web ampliada”. En Juan de Pablos (2009). Tecnología Educativa (La formación del profesorado en la era de Internet). Málaga: Aljibe. Recuperado de http://www.lmi.ub.edu/personal/bartolome/articuloshtml/2009_Bartolome_Mariana_Herramientas.pdf
- Boyd , E. Y. (2007). Social network sites. Recuperado de <http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitiosde-redes-sociales-definicionhistoria-y-ayuda-a-su-estudio-i/>
- Calatayud , A. (2014). “Las redes antisociales, tecnología al servicio de la misantropía” Cuba. Recuperado de <http://www.ventanapolitica.cu/articulo/las-redes-antisociales-tecnologia-al-servicio-de-la-misanthropia>



- Celaya, J. (2008). La empresa en la Web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. España: Grupo Planeta. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Cerdan, R. L. (2014). El uso del muro de la red social Facebook de los periodistas de Juliaca, Facultad de Ciencias Sociales de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano Puno 2014.
- Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2010). El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan, Taurus, Madrid. Madrid: Taurus.
- Crucianelli, S. (2013). Herramientas Digitales para Periodistas. Recuperado de <https://www.periodismociudadano.com/2a-edicion-del-libro-herramientas-digitales-para-periodistas-de-sandra-crucianelli/>
- Damivago, V. D. (2017). Redes Antisociales, Chile. 100 pag. Recuperado de <https://ñoñoverso.cl/redes-antisociales-una-conexion-nos-separa/>
- Dans. (noviembre de 2010). Concepto de Redes Sociales - 287. Recuperado de <https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-Post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autore.>
- De la torre, A. (2006). Definición de Web 2.0. Bitácora de Aníbal de la Torre. Recuperado de http://www.adelat.org/index.php?title=conceptos_clave_en_la_Web_2_0_y_
- De la torre, L. (2012). El uso de las redes sociales virtuales en niños, niñas y adolescentes, Pontifical Catholic University of Argentina. Recuperado de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pbQaiLOxdd0J:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4817208.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe&client=opera>



- Esebbag Benchimol, C., & Martínez Valero, J. (1998). INTERNET. Madrid: Ayala Multimedia. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1449/internet.htm>
- Forest Online, N. (2001). Sitio web. Recuperado de https://issuu.com/decam7/docs/proyecto_de_titulo
- Gallego, F. D. (2010). Redes Sociales. Recuperado de <https://raynomar29.wixsite.com/redessocialesdesalud/single-post/2015/11/07/Concepto-De-Redes-Sociales-Autores>
- Grunberg, J. (9 de diciembre de 2018). “Redes Antisociales”. Recuperado de <https://www.ort.edu.uy/innovaportal/file/77195/1/las-redes-antisociales.pdf>
- Heilmann , C. (8 de julio de 2008). Equipo docente del grado de Multimedia. Publicado en: estilos, html, cabecera, externo, script. Recuperado de <https://mosaic.uoc.edu/ac/le/es/m3/ud1/index.html>
- Hernández , P. (2007). Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea, México. Recuperado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/Web20.htm>
- Hernández Sampiere, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). Metodología de la Investigación. México, Bogota: Mcgraw-Hill. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigación%205ta%20Edición.pdf
- <https://www.masadelante.com/faqs/php>. (s.f.). Recuperado de ¿Qué significa php? - Definición de php:
- Lipa Cerdan, R. (2016). EL USO DEL MURO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK DE LOS PERIODISTAS DE JULIACA 2014. Recuperado de



http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3283/Lipa_Cerdan_Rolan.do.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, L. y. (2014). HERRAMIENTAS DIGITALES Madrid - España. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/ba7c/79ff67eee68a00b1a96a6c96e27a2c6b7>

Máxima Uriarte , J. (18 de octubre de 2018). "Historia de Internet" - Características. Recuperado de <https://www.caracteristicas.co/historia-de-internet/>

Millenium. (Marzo de 2003). DISEÑO WEB, SITIO WEB. Recuperado de <http://www.informaticamilenium.com.mx/index.html>

Millenium. (2013). Página Web. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/216177231/Pagina-Web>

Millenium., I. (marzo de 2003). Diseño Web. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/herszenborn_m_n/capitulo_2.pdf

Mora Vargas, A. I. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigación Educación (Vol. vol. 29). Costa Rica: Revista educación. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44029206.pdf>

O'Reilly , T. (2005). hat Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Recuperado de <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-Web-20.html>

Ramos Vásquez, J. R. (3 de julio de 2014). Uso de las Herramientas Informáticas del Periodismo 2.0 y las Habilidades del Estudiantado de la Carrera de Comunicación



- Social de la Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/7886>
- Ray, T. (2002). Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución - España. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>
- Reyes Quinteros , Á. E. (2015). Un medio en el papel, otro medio en la web. Análisis de casos El Comercio y La República - Facultad de: Filosofía y Ciencias Humanas- Universidad Jesuita Antonio Ruiz de Montoya. Recupero de <http://repositorio.uarm.edu.pe/handle/UNIARM/13>
- Sánchez , E., & Corral , K. (2014). Funciones de las Herramientas Digitales. Recuperado de http://eliasanchez.weebly.com/uploads/2/4/4/0/24403216/tarea_2._uso_clasificacion_y_funciones_de_la_herramientas_digitales
- Serrano, L. (2015). “Twitter. La espina dorsal de la comunicación de crisis”. Recuperado de <https://ideas.llorenteycuenca.com/2015/03/twitter-la-espina-dorsal-de-la-Comunicación-de-crisis>
- Snell. (1995). DIFERENCIA ENTRE INTERNET Y WORLD WIDE WEB. Recuperado el 2018, de <https://www.coursehero.com/file/p4cddh7/A-principios-de-1983-ARPA-expandió-Internet-para-incluir-todas-las-unidades/>
- Snell, N. (1995). Internet: ¿Que hay que saber?, España, Prentice Hall.
- Starmedia. (2003). ¿definición qué es internet? Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/herszenborn_m_n/capitulo_2.pdf



Starmedia. (Abril de 2003). ¿QUE ES EL INTERNET? Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/herszenborn_m_n/capitulo_2.pdf

Vaillard, L., & De la torre , L. (2012). ¿Qué son las redes sociales? Recuperado de <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Vázquez, G. (2 de mayo de 2013). Importancia de las herramientas digitales para la educacion. Recuperado de <http://herramientas-digitales-educacion.blogspot.mx/>



ANEXOS



ANEXO N° 1: ENCUESTAS



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

E.P. DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



Estimados periodistas tengan la amabilidad de responder las siguientes preguntas con la verdad, agradecemos anticipadamente su apoyo.

Marque con una (X) la respuesta que usted vea conveniente.

Sexo: M F

Edad:

Sección en la que trabaja:

1.- ¿Qué herramientas digitales considera usted que están a su alcance como periodista de Sin Fronteras?

- a) Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y Whatsapp)
- b) Los marcadores (Chrome, Firefox, Explorer, Safari, etc)
- c) Edición Multimedia (Picassa, PS Online, Photoshop, Adobe Premier, etc)
- d) Otras:
- e) Todas.

2.- ¿Cuál de ellas utiliza regularmente?

- a) Redes sociales
- b) Marcadores
- c) Edición multimedia
- d) Todas.

3.- ¿Considera que utilizar estas herramientas le da alguna clase de ventaja como periodista?

- a) Sí
- b) No

Por qué.....

4.- Fuera de su profesión como periodista y de su labor en el diario Sin Fronteras, ¿utiliza herramientas digitales para uso personal?

- a. Sí.
- b. No.

Especifique cuáles.....

5.- ¿Influyen las redes sociales en su trabajo periodístico?

- a. Sí
- b. No

¿De qué manera?.....

6.- ¿Considera que la abundancia de información en Internet influye en su trabajo?

- a. Sí
- b. No

¿De qué manera?.....



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO – PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
E.P. DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



Estimado estudiante tenga la amabilidad de responder las siguientes preguntas con la verdad, agradecemos anticipadamente su apoyo.

Marque con una (X) la respuesta que usted vea conveniente.

Sexo: M F Edad: E. P.:

1.- ¿Ud. De qué manera se llega a informar sobre las noticias ocurridas en la Ciudad de Puno?

- a) vía web
- b) redes sociales
- c) medio impreso
- d) Otros medios:

2.- Ud. ¿Qué diario impreso adquiere normalmente?

- a) Sin Fronteras
- b) Correo
- c) Los Andes
- d) Otro:

3.- ¿Qué medio considera Ud. ¿Para Informarse rápidamente de una noticia?

- a) página web
- b) red social (noticia en proceso)
- c) periódico impreso
- d) ninguno
- e) Otro:

4.- ¿En alguna oportunidad Ud. Accedió a la página web del diario Sin Fronteras?

- a) sí
- b) no
- Porqué.....

5.- ¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras le permiten informarse rápidamente de los hechos?

- a) Sí, completamente
- b) Sí, de modo regular
- c) Poco
- d) No

6.- ¿Considera Ud. que las notas informativas redactadas del diario Sin Fronteras repercuten en su comprensión de los hechos?

- a) Sí, completamente
- b) Sí, de modo regular
- c) Poco
- d) No

7.- ¿Cree usted que en algún momento el medio impreso será reemplazado por el medio digital?

- a) Si
- b) Parcialmente
- b) No
- Porqué.....

8.- ¿Cree usted que el diario Sin Fronteras debe apostar por?

- a) La edición digital
- b) Un trabajo diferenciado entre la edición impresa y la digital
- c) Está bien como se encuentra actualmente.
- d) Otra recomendación.....

ANEXO N° 2: PÁGINA WEB:

www.diariosinfronteras.pe/category/puno/

Sin Fronteras
Tu diario regional

INICIO AREQUIPA MOQUEGUA ICA PUNO TACNA POLICIAL ECONOMIA NACIONAL MUNDO DEPORTES PO

PUNO

Puno: Docentes de Cepre y miembros del CCA en la red "Los Profes del Altiplano"

EDICIÓN DIGITAL

Ahora también podés leer Sin Fronteras en

Perú

Windows

Periódicos Peruanos

digital.gruposinfronteras.pe

Sin Fronteras
Tu diario regional

Busca tu Edición Puno 2019 Enero Consultar

2019-01-31 2019-01-30 2019-01-29 2019-01-28 2019-01-27 2019-01-26

2019-01-25 2019-01-24 2019-01-23 2019-01-22 2019-01-21 2019-01-20

ANEXO N° 3: REDES SOCIALES

The screenshot shows the Facebook profile page for 'Sin Fronteras PUNO'. The profile picture is a blue circle with the text 'Sin Fronteras PUNO'. The cover photo is a collage of images from the region, including a bridge, a boat, a church, and a mountain, with the text 'Sin Fronteras Tu diario regional -PUNO' and 'ESTAMOS EN TODO EL SUR DEL PERÚ PUNO REGION www.diariosinfronteras.pe'. The page has 1,044 likes and 1,119 followers. The 'Comunidad' section shows an invitation to like the page and a list of people who follow it, including Victor Manuel Titi Viza.

This screenshot shows the same Facebook profile page for 'Sin Fronteras PUNO', but with a different cover photo. The cover photo is a grid of newspaper front pages from 'Sin Fronteras', featuring headlines such as 'SE ACERCA EL DÍA...', 'AUDIO DE LA HUERFANA...', 'Rescatan 2 mil ranas gigantes', and 'Extraña muerte de varón'. The page has 1,119 followers and a 'Transparencia de la página' section. The 'Información' section includes the phone number (054) 426077, the website www.diariosinfronteras.pe, and the date the page was created (8 de abril de 2019).

ANEXO N° 4: MATRÍZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Problema General ¿Cómo repercute el uso de herramientas digitales del diario Sin Fronteras, en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018?</p>	<p>Objetivo General Comprobar la repercusión del uso de herramientas digitales del diario “Sin Fronteras”, en los estudiantes universitarios de Ciencias Sociales de la UNA – Puno 2018</p>	<p>Hipótesis General Uso de las herramientas digitales por los periodistas del diario Sin Fronteras influye en los estudiantes del área de Ciencias Sociales de la UNA Puno-2018</p>	<p>Variable Independiente: Uso de herramientas digitales</p>	<p>-repercusión - periodistas - estudiantes</p>	
<p>Problemas Específicos ¿Cómo influyen las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario Sin Frontera, en los lectores universitarios?</p>	<p>Objetivos Específicos Identificar las herramientas digitales que utilizan los periodistas del diario “Sin Fronteras” de la ciudad de Puno.</p>	<p>Hipótesis Específicos El uso de las herramientas digitales se enfoca como una forma de comunicación entre los periodistas y sus lectores universitarios para mejorar su integración y participación en la vida social activa.</p>	<p>Variables dependientes: Identificar las herramientas digitales</p>	<p>-internet -página web -redes sociales</p>	<p>Encuestas: Cuestionario de preguntas</p>
<p>¿Cómo contribuyen las notas informativas redactadas por los periodistas del diario Sin Fronteras, en los lectores universitarios?</p>	<p>Fomentar el hábito de lectura en los estudiantes universitarios del área de Ciencias Sociales de la UNA- Puno 2018</p>	<p>La aplicación del uso de las herramientas digitales innovadoras fortalecerá el desarrollo de hábitos de lectura comprensiva en los lectores universitarios.</p>			
<p>¿De qué manera influye el internet en realizar las notas informativas en la labor periodística?</p>	<p>Determinar la influencia del internet en la redacción de las notas informativas en la labor periodística del Diario Sin Fronteras.</p>	<p>El uso del internet tiene nuevas actualizaciones para la búsqueda de información ya sea para lo personal o laboral.</p>			