

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN: 1134-1629 - ISSN-e: 1988-2696

<http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.54254>EDICIONES
COMPLUTENSE

Condicionantes en la calidad de los contenidos de los cibermedios ecuatorianos: convergencia periodística, agenda temática e inmediatez¹

Javier Odriozola Chené²; Consuelo Aguirre Mayorga³; Juan David Bernal Suárez⁴

Recibido: 23 de julio de 2015 / Aceptado: 5 de febrero de 2016

Resumen. El objetivo de este artículo es determinar los elementos que condicionan la calidad de los contenidos en los relatos ciberperiodísticos. Para ello, se analiza una muestra de quince cibermedios con diferente origen mediático. El estudio considera que la calidad en los contenidos, fundamentalmente, se ve influenciado por tres aspectos. En primer lugar, los procesos de convergencia que determinan la capacidad de adaptación al ciberperiodismo. En segundo lugar, la prominencia de determinados temas y su relación con el desarrollo de ciertas características asociadas a la calidad periodística. En tercer lugar, la inmediatez como elemento homogeneizador en todos los cibermedios. Por tanto, nos encontramos ante dos elementos que provocan un desarrollo heterogéneo de la profesión periodística en Internet y un tercer elemento que contribuye a la presentación homogénea de los relatos ciberperiodísticos.

Palabras clave: Cibermedios; agenda-setting; análisis de contenido; Ecuador; calidad de contenido de las noticias; convergencia periodística.

[en] Conditioning Factors on the Content Quality of the Ecuadorian Online Media: Journalistic Convergence, Thematic Agenda and Immediacy

Abstract. This paper aims to determine the conditioning factors of the quality of news stories in digital journalism. The research addresses the quality of fifteen online media, and assesses them according with their original media outlet: radio, television or print. The study finds that quality content mainly is influenced by three aspects. First, the convergence processes that determine the ability of the media to adapt to online journalism. Second, the prominence of certain themes and their relationship with the development of some characteristics associated with quality journalism. Third, the immediacy as an homogenizer element in all online media. Thereby, we identify two elements

¹ El presente artículo se enmarca dentro del proyecto “Medición de calidad de contenidos periodísticos digitales en medios de comunicación ecuatorianos” desarrollado por el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador). Este proyecto de investigación tiene por objetivo determinar el cumplimiento, por parte de los cibermedios ecuatorianos, de estándares de calidad tanto del periodismo digital como del periodismo denominado tradicional.

² Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador)
E-mail: javiero@uhemisferios.edu.ec

³ Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador)
E-mail: consueloa@uhemisferios.edu.ec

⁴ Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador)
E-mail: juandavidb@uhemisferios.edu.ec

that cause a heterogeneous development of the journalistic profession on the Internet and a third element that contributes to the uniform presentation of news stories in digital journalism.

Keywords: Online media; agenda setting; content analysis; Ecuador; news content quality; media convergence.

Sumario. 1. Introducción. 2. Marco teórico; 2.1. La *agenda-setting* como marco para el estudio de las agendas mediáticas; 2.1.1. La competición de los temas en las agendas mediáticas; 2.2. ¿Qué es periodismo de calidad?; 2.2.1. Los estándares tradicionales de medición de la calidad de los contenidos de los relatos periodísticos; 2.3. El nuevo ecosistema mediático y la diferente adaptación de la profesión periodística determinada por los procesos de convergencia; 2.3.1. Elementos diferenciadores del ciberperiodismo. 3. Hipótesis. 4. Metodología; 4.1. Muestra utilizada; 4.2. Variables y categorías de análisis. 5. Resultados; 5.1. Análisis de las variables relacionadas con la calidad de contenido de las noticias; 5.2. Análisis de las variables relacionadas con la adaptación a las características del ciberperiodismo. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Odriozola Chené, Javier; Aguirre Mayorga, Consuelo; y Bernal Suárez, Juan David (2016): “Condicionantes en la calidad de los contenidos de los cibermedios ecuatorianos: convergencia periodística, agenda temática e inmediatez”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 1103-1121.

1. Introducción

El periodismo se ha transformado debido al desarrollo de contenidos con características específicas para adaptarse a los formatos de Internet (Navarro, 2004). Los contenidos se han adaptado a la modalidad de recepción de los mismos y, en general, a los desarrollos y paradigmas de las Nuevas Tecnologías de la Información (Navarro, 2004). Entre los desarrollos, se encuentran la actualización de noticias en tiempo real, la no secuencialidad de la lectura con el uso del hipertexto, la interactividad y la personalización. Esto ha venido acompañado por cambios en la dinámica de producción de contenidos y en la relación de los medios con las audiencias.

En este panorama, la radio, la televisión y la prensa pasaron de ser medios en sí mismos a formar parte de un “medio de medios” que es Internet (Sánchez Zuluaga, 2012). En este contexto, los medios tradicionales se han encontrado con desafíos y oportunidades: han tenido que adaptar sus formatos, contenidos y procesos a la Web. Una vez más, la tecnología ha permeado al medio, este a los formatos y estos últimos a los contenidos.

En Ecuador no existe un desarrollo de líneas de investigación sobre medición de calidad de contenidos periodísticos. Los análisis de contenido realizados han tenido el propósito de establecer cómo los medios trabajan la información sobre minorías y colectivos sociales, con el propósito de observar si se cumplen o no sus derechos. Son contadas las investigaciones que han analizado la calidad periodística *per se*, con el propósito de tener un impacto en la comunidad periodística y mejorar tanto rutinas como prácticas.

2. Marco teórico

2.1. La Agenda-Setting como marco para el estudio de las agendas mediáticas

Pese a que la investigación se fundamenta en su carácter descriptivo y analítico, no puede dejar de encuadrarse dentro de un paradigma teórico; en este caso la *agenda-setting*.

McCombs y Shaw (1972), en un estudio centrado en la influencia mediática sobre votantes indecisos en las elecciones presidenciales de 1968 en EE.UU, constataron que el grado de énfasis puesto en los temas por las informaciones influye en la prioridad que les concede a dichos temas el público. El amplio desarrollo de esta teoría en diferentes investigaciones ha llevado a su expansión a diferentes fases del proceso comunicativo (Mc Combs, 2006: 271-272) desde diferentes perspectivas (McCombs & Evatt, 1995: 14). En estos estudios, "la agenda mediática se vuelve la variable dependiente, el resultado que tiene que ser explicado" (McCombs, 2006: 189). Hay que destacar que la pertinente aplicación de esta teoría a los nuevos medios surgidos en Internet ha quedado demostrada en diversos estudios (Althaus & Tewksbury, 2002; Wang, 2002; Roberts, Wanta & Dzwo, 2000).

2.1.1. La competición de los temas en las agendas mediáticas

El desarrollo de la agenda setting se ha realizado desde cuatro perspectivas en función de dos dimensiones: "el foco de atención, [...] que puede englobar al conjunto entero de ítems que definen la agenda o bien limitarse a uno sólo, y la medida de relevancia pública de los ítems de la agenda, que describen a un grupo entero [...] o las respuestas individuales" (McCombs, 2006: 70). De su combinación se derivan cuatro perspectivas de investigación: competición, historia natural, autómatas y retrato cognitivo (McCombs, 2006: 71-73).

La perspectiva de competición examina "una colección de temas que compiten por una buena posición en la agenda" (McCombs, 2006: 72). A esta perspectiva debemos asociar el concepto del "principio de suma cero" según el cual el amplio número de acontecimientos sociales que se producen, por un lado, y la limitada capacidad de atención de la agenda pública, por el otro, provoca la intensa competición entre los acontecimientos (Zhu, 1992: 825). Tradicionalmente, a este aspecto había que añadirle la limitación de espacio o tiempo que se producía en las agendas de los medios impresos, televisivos y radiofónicos (Zhu, 1992: 827). Por tanto, pese a que en los cibermedios, el problema del espacio se supera por la construcción hipertextual y la utilización de bases de datos (Fidalgo, 2004: 12), nos encontramos con que "el alcance y el tiempo disponible de la atención pública [de los usuarios] imponen severas restricciones" (McCombs, 2006: 85). Por tanto, la competición entre temas continúa vigente en el entorno cibermediático.

Por último, en el estudio de la configuración de las agendas mediáticas, es necesario tener en cuenta el diferente comportamiento de los temas y su evolución temporal en función de su capacidad de mantener la atención del público (Downs, 1972). De esta manera, la visibilidad mediática de los temas varía dependiendo si se desarrollan como: crisis, crisis simbólicas, problemas o no – problemas (Neuman, 1990: 171-172).

2.2. ¿Qué es periodismo de calidad?

A la hora de abordar la calidad periodística, nos encontramos con múltiples factores que marcan el trabajo periodístico: ética, rigor informativo, multiplicidad de fuentes, criterio profesional, investigación periodística, capacitación, responsabilidad, pluralismo, instrumentos deontológicos, aportes al sistema democrático... (Red de Periodismo de Calidad, 2006: 5). Tal y como constata McQuail (1992), los estándares utilizados para medir la calidad periodística son muy diversos.

De manera general, puede afirmarse que tres son las acepciones que han alcanzado una mayor relevancia a la hora de investigar sobre el periodismo de calidad: calidad periodística –journalistic quality–, calidad de las noticias –news quality– y calidad de los contenidos de las noticias –news content quality– (Ramírez de la Piscina, Gorrosarri, Aiestarán, Zabalondo & Aguirre, 2014: 250). Esta heterogeneidad se traslada también a la propia configuración de las investigaciones centradas en el análisis del periodismo de calidad. Así, nos encontramos con que los factores que determinan la calidad periodística varían en nombre y número en las diferentes investigaciones realizadas (Bogart, 1989; Wimmer & Dominick, 1996; McInerney & Bird, 2004; De Pablos & Mateos, 2004; Red de Periodismo de Calidad, 2006).

2.2.1. Los estándares tradicionales de medición de la calidad de los contenidos de los relatos periodísticos

Diferentes investigaciones han abordado los criterios que determinan la calidad de los contenidos digitales. Los periodistas suelen asociar el tiempo destinado a la producción periodística con la calidad de sus contenidos. Así, una mayor disposición de tiempo permite poner en práctica una serie de rutinas que aumentan la calidad de los productos: (a) realizar entrevistas; (b) la comunicación telefónica para la obtención de información, concertar entrevistas...; (c) atender a eventos relacionados con las historias que se escriben; (d) acudir a consejos de redacción; (e) leer para obtener material de contexto; (f) pensar, organizar el material y esperar para obtener información y material adicional; (g) viajar a los lugares donde se producen los acontecimientos (Picard, 1998: 77-78). Por su parte, Shapiro (2010) establece cinco principios básicos que permiten aumentar la calidad de los contenidos periodísticos: (a) descubrimiento – búsqueda de la información –; (b) examen – someter esa información a escrutinio –; (c) interpretación – descifrar la historia que cuentan los hechos –; (d) estilo – uso de un lenguaje moldeado para la historia –; (e) presentación – enganchar a la comunidad con la historia construida (Shapiro, 2010: 104).

En cuanto a los indicadores observables en los contenidos periodísticos, la variedad temática y la profundidad de la agenda ha sido utilizada como instrumento de medida de la calidad en los contenidos periodísticos (Bogart, 1989). Este aspecto se vuelve más importante debido a la consolidación del info-entretenimiento en los espacios informativos. “Con frecuencia, el interés humano ha suplantado al interés público, y los sucesos y deportes reciben una mayor atención que la información económica o social” (García, 2007: 59). Este hecho

provoca una homogeneización de contenidos, estructura y estilo en las agenda cibermediáticas (Odriozola & Llorca: 2014, Odriozola, 2014). Por su parte, Lacy y Fico (1991) evalúan la utilización de contenidos provenientes de agencias frente a los contenidos caracterizados por una labor interpretativa realizada por el propio periodista del medio. La utilización de los diversos géneros periodísticos permite alcanzar los diferentes objetivos de la profesión periodística (Martínez, 2004) además de facilitar diferentes aproximaciones a los acontecimientos en función de los propios intereses informativos de la audiencia. Por último, la variedad en el uso de fuentes también contribuye a la calidad, debido a que esta forma se evita que determinados sujetos refuercen su visibilidad mediática y se configuren como los sujetos legitimados en la reconstrucción de los acontecimientos (Casero, 2008). De esta manera, se evita que los medios de comunicación se conviertan en “órganos pasivos que desarrollan escasa o nula reacción ante las comunicaciones de los grupos ejecutadas a través de sus gabinetes de comunicación” (Castillo, 2004, p: 205).

Como modelo de análisis conjunto de algunos de estos indicadores cabe destacar el trabajo realizado por Russell, Thorson, Duffy y Choi (2014). En esta investigación, se relaciona los procesos de convergencia mediática con la calidad periodística tomando como indicadores las siguientes variables: (a) extensión; (b) tipo de historia – en función de la carga interpretativa del contenido –; (c) autoría; (d) contenido – referido a la temática abordada –; (e) localización geográfica; y (f) utilización de recursos multimedia (Russell, Thorson, Duffy y Choi, 2014: 13-16).

2.3. El nuevo ecosistema mediático y la diferente adaptación de la profesión periodística determinada por los procesos de convergencia

Debemos tener en cuenta que con la aparición de Internet, los medios de comunicación han necesitado adaptarse a un nuevo ecosistema mediático que ha modificado la manera en que la que el público se relaciona con los medios. Estas relaciones y el propio desarrollo de los medios de comunicación se ve condicionado por tres tipos de factores: “intermediáticos – estudio de los medios y sus relaciones –, contextuales – estudio del espacio y de la forma, es decir, cómo ocurren los consumos mediáticos – y tecnoambientales – estudio de las interfaces y de la acción del consumidor en el ecosistema– (Canavilhas, 2011: 16).

De esta manera, los medios de comunicación tradicionales – prensa, televisión y radio – se han introducido en Internet con nuevos productos informativos. A estos cibermedios provenientes de medios de matriz tradicional se les han sumado otros medios nacidos en la red: los nativos digitales. La incorporación de estos medios mediante los procesos de convergencia no puede ser entendida como un producto, sino que “en el fondo toda convergencia periodística es un proceso [...] [siendo necesario] analizar los pasos que se producen en el marco de las empresas periodísticas en el camino hacia la convergencia, singularmente mediante los procesos de integración de redacciones” (Masip, Díaz-Noci, Domingo, Micó-Sanz & Salaverría, 2010: 574).

Por tanto, la adaptación de los medios de comunicación a las características del ciberperiodismo estará determinada por una serie de factores que condicionan el desarrollo de las rutinas periodísticas en las redacciones digitales. Para Domingo

(2004), los principales factores son: organizacionales, económicos, culturales y materiales.

Esta configuración de la convergencia como un proceso condicionante de las rutinas productivas informativas y determinante en la adaptación de los medios al ciberperiodismo, se constata tanto a nivel internacional (Benson, Blach-Orsten, Powers, Willig & Vera, 2012) como en Ecuador (Rogel, Pereira & Yaguache, 2015).

2.3.1. Elementos diferenciadores del ciberperiodismo

Debemos tener en cuenta que la aparición de los cibermedios conlleva la aparición de nuevos parámetros que son necesarios medir a la hora de evaluar un periodismo de calidad. Tres son los rasgos distintivos del ciberperiodismo sobre los cuales se asienta la disciplina: la multimedialidad, la interactividad –en particular, la participación– y la hipertextualidad (Masip *et al.*, 2010: 569). Pese a que, la incorporación de elementos multimedia no tiene por qué mejorar el proceso comunicativo (Hoogeveen, 1997), sí que puede aumentar la relevancia de la noticia haciéndola, a ojos del público, más atractiva e interesante (Canavilhas, 2007). En cuanto a la interactividad, la puesta en marcha de espacios de participación marcan la última gran tendencia en la evolución del ciberperiodismo (Masip *et al.*, 2010: 570). Por último, al hablar de hipertextualidad, es necesario constatar la influencia de los medios impresos, que han potenciado lo que ya había de multilineal y de lectura transversal en su soporte tradicional (Palacios: 2005).

En el ámbito latinoamericano se observa que “los periódicos latinoamericanos más emblemáticos muestra una inclusión transversal de elementos multimedia básicos, pero también da cuenta de medios que son más reticentes a adoptar herramientas más interactivas y participativas” (Bachmann & Harlow, 2012: 48). Este hecho también ha sido constatado en Ecuador (Aguirre y Bernal, 2014).

Finalmente, uno de los elementos que, actualmente, ha visto reforzada su importancia en el desarrollo de la profesión periodística es la inmediatez. “No hay que olvidar que la noticia es tal, además, si es actual. Una información, por más exacta y profunda que sea, si no se presenta en el momento indicado, simplemente tendrá valor documental pero no noticioso” (Atamara, 2012: 102). En el entorno digital se produce un efecto “canibalístico”, potenciado por la inmediatez y la actualización constante de contenidos, que consiste en la monitorización constante de los contenidos de la competencia (Bozckowski & De Santos, 2007: 169).

3. Hipótesis

La hipótesis principal de este artículo sostiene que los cibermedios ecuatorianos se están adaptando de manera heterogénea al desarrollo de la profesión periodística en Internet, tanto en los aspectos relacionados con la concepción tradicional de calidad de contenidos de las noticias como en lo referente a las propias características del soporte. Internet. Esta desigual adaptación está determinada por: los procesos de convergencia que han ido desarrollando los cibermedios provenientes de medios tradicionales –prensa, radio y televisión– y los propios cibermedios nativos digitales que incorporan rutinas de trabajo ya asentadas en la profesión

periodística; además del específico desarrollo periodístico de los temas de la agenda mediática.

Paralelamente, se considera otro factor interviniente, más allá de la convergencia: la inmediatez. Este elemento fundamental en el ciberperiodismo, provoca que, en ocasiones, algunas rutinas periodísticas presenten un desarrollo similar en todos los cibermedios ecuatorianos.

4. Metodología

Dentro de la tipología actual del análisis de contenido nos ubicamos dentro del análisis de contenido temático (Weber, 1990; Riffe, Lacy y Fico, 2005) que permite inferir relaciones más allá de una simple labor descriptiva.

Dado que nuestro objetivo es lograr detectar las estructuras dominantes en el conjunto de la agenda cibermediática ecuatoriana se opta por un análisis de contenido estructuralista que “propone descubrir constantes significativas en las relaciones (manifiestas o latentes) que organizan los elementos del discurso” (Bernete, 2013: 253). De esta manera, se contribuye a desentrañar el proceso de osmosis cívica (McCombs: 2012), profundizando en el entendimiento del ecosistema cibermediático ecuatoriano más allá de la situación específica de cada medio.

4.1. Muestra utilizada

El estudio se centra en analizar los contenidos de 15 cibermedios generalistas de Ecuador que también tienen productos en radio, prensa escrita, televisión, además de una muestra de medios nativos digitales. La muestra está compuesta por cinco medios digitales que se originaron en un soporte escrito: *elcomercio.com.ec*, *eluniverso.com*, *telegrafo.com.ec*, *expreso.ec* y *eltiempo.com.ec*. Cuatro cibermedios que tienen como soporte original la radio: *radiopublica.ec*, *radiohuancavilca.com.ec*, *ecuadoradio.ec* y *radiohcbj.org*. Cuatro medios cuyo soporte matriz es el canal de televisión: *ecuavisa.com*, *teamazonas.com*, *gamatv.com.ec* y *tctelevision.com*. Por último, los medios nativos digitales que integran la muestra son: *ecuadorinmediato.com* y *larepublica.ec*.

La muestra está compuesta por 864 piezas periodísticas publicadas del 6 al 12 de octubre y del 20 al 26 de octubre de 2014. El análisis de contenido se centra en los relatos periodísticos centrados en cinco temas de la agenda cibermediática ecuatoriana: Educación, Fútbol, Presidencia, Salud y Seguridad.

4.2. Variables y categorías de análisis

El modelo se compone de 16 variables de análisis: (a) Tema (C.R.=1) –Educación; Fútbol; Presidencia; Salud; y Seguridad–; (b) Autoría (C.R.=0.905) –Propia; Mixta; Ajena; Sin Firma; y Otros–; (c) Género periodístico (C.R.=0.811) –Noticia; Crónica, Reportaje; Entrevista; Opinión; y Otros–; (d) Número de fuentes (C.R.=0.835) –Ninguna; 1-2; 3-4; 5-6; y más de 6 fuentes–; (e) Presencia de elementos multimedia –Texto ($K=1$); Fotografía ($K=0.9$); Galería de fotos

($K=0.97$); Infografía ($K=1$); Mapa ($K=1$); Línea de tiempo ($K=1$); Vídeo ($K=1$); Audio ($K=1$); Tabla estadística ($K=1$); Ilustración ($K=1$); y Otros ($K=0.95$); (f) Posibilidad de introducir comentarios ($K=1$); (g) Número de comentarios (C.R.=0.988); (h) Posibilidad de compartir en Facebook ($K=1$); (i) Número de veces compartido en Facebook (C.R.=0.882); (j) Posibilidad de compartir en Twitter ($K=1$); (k) Número de veces compartido en Twitter (C.R.=0.847); (l) Presencia de hipervínculos internos ($K=1$); (m) Presencia de hipervínculos externos ($K=1$); y (n) Presencia de etiquetas temáticas ($K=0.88$).

Además contamos con una serie de variables contextuales que ayudan al análisis correcto de los datos: (a) Id; (b) Medio; (c) Fecha; (d) Titular y (d) URL.

5. Resultados

Los cybermedios ecuatorianos construyen sus agendas con el fútbol como elemento central (35,8%). Los acontecimientos relacionados con presidencia (22,6%) y seguridad (22,8%) también son tratados de manera continua. Por su parte, la temática relacionada con educación (11,9%) y salud (6,9%) cuenta con un espacio menor en las agendas cybermediáticas.

Esta repartición del espacio informativo, varía en función del medio de origen. Así, en los cybermedios de matriz impresa, televisiva y en los medios nativos digitales, el fútbol fortalece su presencia. En los de matriz radiofónica, el fútbol desaparece prácticamente de la agenda (3%), ocupando su espacio los temas relacionados con seguridad (61%). Los medios nativos digitales también refuerzan la relevancia de los temas de presidencia (32,5%). En cuanto a los temas secundarios de la agenda cybermediática, se observa que la educación está más presente en los medios de matriz impresa (14,3%), y la salud en los medios de matriz televisiva (12,9%).

Si trazamos una división entre noticias de interés público – Educación, Presidencia y Salud – y noticias de interés humano – Fútbol y Seguridad –, se observa cómo el segundo tipo de relatos dominan en todas las agendas. Los medios nativos digitales son los que presentan un mayor número de acontecimientos de interés público (47,2%) y los medios de matriz radiofónica los que menos los tratan (36%).

Tabla 1. Temas tratados en función del tipo de cybermedio. Elaboración propia

TEMA	ORIGEN DEL MEDIO				Total muestra (n=864)
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	
Educación	14,3%	8,9%	10,4%	9,8%	11,9%
Fútbol	40,7%	47,6%	3%	47,3%	35,8%
Presidencia	21,3%	18,5%	18,9%	32,5%	22,6%
Salud	6%	12,9%	6,7%	4,9%	6,9%
Seguridad	17,7%	12,1%	61,0%	5,5%	22,8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

5.1. Análisis de las variables relacionadas con la calidad de contenido de las noticias

Los relatos periodísticos de los cibermedios ecuatorianos se construyen, fundamentalmente, con contenidos propios (43,5%); si bien, todavía se muestra una tendencia a sustraer al usuario la posibilidad de conocer la autoría del mismo (34,3%).

El análisis según el medio de origen muestra cómo estas cifras se sustentan en el hábito de los cibermedios de matriz impresa y radiofónica de firmar sus textos (59,3% y 68,3%, respectivamente). El uso de agencias se generaliza en los nativos digitales con la construcción de relatos provenientes íntegramente de agencias (22,1%) como mixtos (30,1%). Por su parte, los cibermedios de matriz televisiva no acostumbran a firmar sus textos (72,6%), además de utilizar información proveniente de agencias (20,2%).

Al analizar la autoría de los relatos periodísticos según la temática, se observa que en los temas de presidencia aumenta el uso de la información proveniente en su totalidad (20%) o en parte (16,4%) de agencias. En los textos futbolísticos y en los relacionados con salud es más habitual no firmar los textos periodísticos (42,1% y 43,3%, respectivamente). Finalmente, los temas relacionados con seguridad son los que van firmados con una mayor asiduidad (56,9%).

Tabla 2. Autoría de los relatos en función del tipo de cibermedio. Elaboración propia

AUTORÍA	ORIGEN DEL MEDIO				
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Agencias	5,3%	20,2%	0,6%	22,1%	9,7%
Mixtas	3,1%	0,8%	11%	30,1%	9,4%
Otros	0,5%	2,4%	12,2%	1,2%	3,1%
Propias	59,3%	4%	68,3%	8,6%	43,5%
Sin firma	31,8%	72,6%	7,9%	38%	34,3%
TOTAL	100,0%	100%	100%	100%	100%

Tabla 3. Autoría de los relatos en función del tema tratado. Elaboración propia

AUTORÍA	TEMÁTICA					
	Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	Total muestra (n=864)
Agencias	5,8%	10,4%	20%	6,7%	1,5%	9,7%
Mixtas	10,7%	5,8%	16,4%	6,7%	8,1%	9,4%
Otros	1%	1,6%	3,6%	3,3%	6,1%	3,1%
Propias	44,6%	40,1%	35,9%	40%	56,9%	43,5%
Sin firma	37,9%	42,1%	24,1%	43,3%	27,4%	34,3%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

La utilización de géneros periodísticos varía en función del medio matriz. Sin embargo también debemos tener en cuenta, la utilización de estos en cada temática y el peso que cada temática tiene en función del tipo de cibermedio. De esta

manera, la crónica no es utilizada en los medios de matriz radiofónica, puesto que este género es utilizado por los cybermedios ecuatorianos en las cuestiones futbolísticas (25,2%). Precisamente, los medios de matriz radiofónica limitan el espacio estos acontecimientos periodísticos (3%), lo que explica el escaso uso de la crónica.

La entrevista cobra una gran relevancia en los nativos digitales (17,1%), disparándose su uso respecto a los otros cybermedios. Este uso no se relaciona con ninguna temática, sino que parece responder a una práctica habitual de estos medios que refuerzan la presencia de géneros dialógicos.

La noticia es el género más utilizado. Su uso varía entre un 62,6% en los nativos digitales y un 90,8% en los cybermedios de matriz radiofónica. Los temas más propensos a utilizar este género son los relacionados con Presidencia (84,1%) y Seguridad (80,7%).

Los géneros de opinión son solo utilizados, de manera puntual, por los medios de matriz impresa y radiofónica (1,7% y 1,8%, respectivamente). Los temas que, también de manera puntual recurren a este tipo de construcción periodística son Presidencia, Salud y Seguridad (2,6%, 3,3% y 1,5%, respectivamente).

Por último, el reportaje está más asentado en los medios de matriz impresa y televisiva (12,6% y 15,3%, respectivamente). Por su parte, los temas que más utilizan este género son Educación y Salud (14,5% y 20%, respectivamente).

Tabla 4. Género utilizado función del origen del cybermedio. Elaboración propia

GÉNEROS	ORIGEN DEL MEDIO				
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Crónica	12,6%	11,3%	0%	11,7%	9,8%
Entrevista	1,7%	1,6%	4,3%	17,1%	5,1%
Noticia	69,7%	71,8%	90,8%	62,6%	72,7%
Opinión	1,7%	0%	1,8%	0%	1,2%
Otros	1,7%	0%	0%	0%	0,8%
Reportaje	12,6%	15,3%	3,1%	8,6%	10,4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 5. Género utilizado en función del tema tratado. Elaboración propia

GÉNEROS	TEMÁTICA					
	Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	Total muestra (n=864)
Crónica	0,0%	25,2%	0,5%	0%	3%	9,8%
Entrevista	7,8%	6,8%	3,6%	1,7%	3,6%	5,1%
Noticia	77,7%	58,6%	84,1%	73,3%	80,7%	72,7%
Opinión	0%	0%	2,6%	3,3%	1,5%	1,2%
Otros	0%	1,3%	0%	1,7%	1%	0,8%
Reportaje	14,5%	8,1%	9,2%	20%	10,2%	10,4%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En primer lugar cabe destacar que un 24,1% de los textos periodísticos carecen de fuentes. Este dato se ve aumentado por las crónicas futbolísticas en las que el

periodista se limita a relatar el desarrollo de los encuentros. Lo habitual en los cibermedios ecuatorianos es la utilización de una o dos fuentes (72,5%). Así, los cibermedios de matriz radiofónica utilizan entre una y dos fuentes en todas sus informaciones. Pocas informaciones, se construyen con más de dos fuentes, siendo los cibermedios de matriz impresa los que más recurren a esta mayor variedad de fuentes.

La temática también va a determinar el uso de las fuentes. Así, los temas futbolísticos, son los que, habitualmente, se construyen sin el uso de fuentes (44,30%). Los acontecimientos relacionados con presidencia y seguridad con una o dos fuentes (79,5% y 74,1%, respectivamente). Por último, los relatos sobre temas educativos y de salud son los que se construyen más habitualmente utilizando más de tres fuentes (26,2% y 18,40%).

Tabla 6. Número de fuentes utilizadas en función del origen del cibermedio. Elaboración propia

NÚMERO DE FUENTES	ORIGEN DEL MEDIO				
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Ninguna	31,2%	33,1%	0%	23,3%	24,1%
1-2 fuentes	50,4%	56,4%	100%	69,3%	64,2%
3-4 fuentes	13,5%	8,9%	0%	6,8%	9%
5-6 fuentes	3,9%	0,8%	0%	0,6%	2,1%
Más de 6 fuentes	1,0%	0,8%	0%	0%	0,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 7. Número de fuentes utilizadas en función del tema tratado. Elaboración propia

NÚMERO DE FUENTES	TEMÁTICA					
	Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	Total muestra (n=864)
Ninguna	15,5%	44,3%	11,3%	10%	13,7%	24,1%
1-2 fuentes	58,3%	49,5%	79,5%	68,3%	74,1%	64,2%
3-4 fuentes	23,3%	4,9%	7,2%	16,7%	7,6%	9%
5-6 fuentes	2,9%	1%	2%	1,7%	3,6%	2,1%
Más de 6 fuentes	0%	0,3%	0%	3,3%	1%	0,6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5.2. Análisis de las variables relacionadas con la adaptación a las características del ciberperiodismo

La hipertextualidad ha sido medida en función de tres variables: hipervínculos internos (dentro del propio texto), hipervínculos externos (enlaces fuera del relato que desarrollen otros aspectos del acontecimiento o lo relacionen con otros acontecimientos) y etiquetas temáticas. La utilización de hipervínculos internos no es de uso común en los cibermedios ecuatorianos (25,1%). Su uso aumenta en los cibermedios de matriz televisiva y radiofónica (54,8% y 48,8%, respectivamente),

motivado por la presencia de videos y audios. Los hipervínculos externos son más utilizados (40,5%), siendo los nativos digitales quienes hacen un mayor uso (60,7%). Estos cybermedios, han implementado, también, el uso de etiquetas temáticas (99,4%) muy por encima de la media del conjunto de medios (49,9%), permitiendo la organización y recuperación de la información. El resto de los medios todavía no cuentan con este tipo de organización, en especial los de matriz radiofónica (0%).

Al trazar el análisis desde la perspectiva temática, se observa que los relatos futbolísticos son los que presentan una lectura más lineal con una escasa presencia de enlaces internos (13,6%). Sin embargo, son los que más recurren a enlaces externos (44,3%) y etiquetas temáticas (67,3%). Las etiquetas temáticas son menos utilizadas en los temas relacionados con seguridad (27,9%). Esta escasa utilización está condicionada por la importancia de esta temática en los medios de matriz radiofónica (61,1%), que no utilizan etiquetas temáticas.

Tabla 8. Hipertextualidad en función del origen del cybermedio. Elaboración propia

HIPERTEXTUALIDAD	ORIGEN DEL MEDIO				
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Hipervínculos internos	14,3%	54,8%	48,8%	6,1%	25,1%
Hipervínculos externos	26,9%	51,6%	46,3%	60,7%	40,5%
Etiquetas	54,5%	35,5%	0%	99,4%	49,9%

Tabla 9. Hipertextualidad en función del tema tratado. Elaboración propia

HIPERTEX- TUALIDAD	TEMÁTICA					Total muestra (n=864)
	Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	
Hipervínculos internos	31,1%	13,6%	24,6%	36,7%	37,1%	25,1%
Hipervínculos externos	32%	44,3%	40%	43,3%	38,6%	40,5%
Etiquetas	48,5%	67,3%	46,7%	45%	27,9%	49,9%

El análisis muestra como el relato periodístico en Internet continúa configurándose sobre la base del texto (98,8%) y la fotografía (77,4%). Los cybermedios de matriz impresa son los que menos utilizan la fotografía (57,9%); si bien cuentan con una mayor presencia de galerías fotográficas (8%). Por su parte, los medios de matriz televisiva, hacen un mayor uso de los videos (53,2%) y los radiofónicos del audio (48,8%). El resto de recursos multimedia todavía no son de uso común en los cybermedios; si bien, los de matriz impresa comienzan a incorporar elementos como las líneas de tiempo (20,6%). Cabe destacar que los nativos digitales fundamentan sus relatos en el texto y la fotografía, presentando un escaso uso del resto de posibilidades multimedia.

Al realizar el análisis de la multimedialidad desde la perspectiva temática se observa una cierta homogeneidad en el desarrollo de los temas. Cabe destacar la menor utilización de la fotografía en los temas de salud (47%). Sin embargo estos

temas, muestran una mayor utilización de elementos multimedia como el video (26,7%) y el audio (11,7%). Los temas futbolísticos son los que mayor uso hacen de las líneas de tiempo (18,1%). Por su parte los acontecimientos relacionados con seguridad muestran una alta presencia de audio (23,9%), posiblemente relacionada con su alta presencia en los medios radiofónicos (61%). Por último, los temas de presidencia son los que menos recurren al audio (0,5%) y el video (6,6%), si bien destacan en el uso de tablas estadísticas.

Tabla 10. Multimedialidad en función del origen del cibermedio. Elaboración propia

MULTI-MEDIALIDAD	ORIGEN DEL MEDIO				
	Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Texto	98,3%	99,2%	100%	98,2%	98,8%
Foto	57,9%	98,4%	89,6%	98,2%	77,4%
Galería fotográfica	8%	0,8%	0%	4,9%	4,9%
Infografía	2,2%	0%	0%	0%	1%
Mapas	0%	0%	0%	0%	0%
Línea de tiempo	20,6%	0%	0%	0%	9,8%
Vídeo	1%	53,2%	0%	2,4%	8,6%
Audio	0,2%	0%	48,8%	1,2%	9,6%
Tabla estadística	1,9%	0%	0,6%	0%	1%
Ilustración	0%	0%	0%	1,2%	0,2%
Otro	1%	0%	0%	0%	0,5%

Tabla 11. Multimedialidad en función del tema tratado. Elaboración propia

MULTI-MEDIALIDAD	TEMÁTICA					
	Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	Total muestra (n=864)
Texto	99%	98,4%	99,5%	98,3%	99%	98,8%
Foto	73,8%	79,6%	78%	47%	75,1%	77,4%
Galería fotográfica	6,8%	8,1%	3,6%	1,7%	1%	4,9%
Infografía	1%	0,3%	1,5%	3,3%	1%	1%
Mapas	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Línea de tiempo	8,7%	18,1%	3,6%	8,3%	4,1%	9,8%
Vídeo	8,7%	5,5%	6,6%	26,7%	9,1%	8,6%
Audio	10,7%	1,6%	0,5%	11,7%	23,9%	9,6%
Tabla estadística	1%	1,9%	7,1%	0%	0,5%	1%
Ilustración	0%	0,3%	0%	0%	0,5%	0,2%
Otro	0%	0%	1,5%	0%	0%	0,5%

La posibilidad de interactividad se ve limitada en los cibermedios ecuatorianos al referirnos a la posibilidad de introducir comentarios (24,3%). Esta posibilidad se incrementa en los medios de matriz radiofónica (65,8%) y en los nativos digitales (60,7%). Pese a ello, los usuarios no comentan en las noticias de este tipo de

medios. En cuanto a la interactividad por medio de redes sociales – Facebook y Twitter –, todos los cybermedios ofrecen esta posibilidad en todas sus noticias con una media de participación de Facebook $\bar{x}=32,6$ y Twitter $\bar{x}=9,5$. Los cybermedios de matriz televisiva son los que más tráfico generan (Facebook $\bar{x}=58,8$; Twitter $\bar{x}=16,4$), seguidos de los de matriz impresa (Facebook $\bar{x}=45,5$; Twitter $\bar{x}=12,8$). Sin embargo, las medianas de ambos cybermedios muestran como la participación se concentra en unas determinadas informaciones que concentran la mayor parte de interacciones. Este hecho es más acusado en Facebook que en Twitter.

El análisis de la interactividad en función de las temáticas nos muestra que no existe una relación directa entre la presencia de los temas y las interacciones de los usuarios por medio de Facebook y Twitter. Así los temas más compartidos por Facebook son: Presidencia ($\bar{x}=51,6$), Educación ($\bar{x}=45,7$) y Seguridad ($\bar{x}=39,3$). Al observar la interacción por Twitter, vemos cómo el uso, en función de la temática, varía respecto a Facebook. Los temas más compartidos en Twitter son: Fútbol ($\bar{x}=12,8$); Educación ($\bar{x}=9,1$) y Salud ($\bar{x}=8,3$)

Tabla 12. Interactividad en función del origen del medio. Elaboración propia

INTERACTIVIDAD		ORIGEN DEL MEDIO				
		Matriz Impresa (n=413)	Matriz televisiva (n=124)	Matriz radiofónica (n=164)	Nativos digitales (n=163)	Total muestra (n=864)
Comentarios	Posibilidad interacción	0%	2,4%	65,8%	60,7%	24,3%
	Nº de comentarios	0	248	0	75	359
	Media	0	94,7	0	0,8	1,7
	Mediana	0	142	0	0	0
Facebook	Posibilidad interacción	100%	100%	100%	100%	100%
	Nº de compartidos	18783	7290	115	1991	28179
	Media	45,5	58,8	0,7	12,2	32,6
	Mediana	1	0	0	4	1
Twitter	Posibilidad interacción	100%	100%	100%	100%	100%
	Nº de compartidos	5281	2033	276	581	8171
	Media	12,8	16,4	1,7	3,6	9,5
	Mediana	6	11	0	1	2

Tabla 13. Interactividad en función del tema tratado. Elaboración propia

INTERACTIVIDAD		TEMÁTICA					Total muestra (n=864)
		Educación (n=103)	Fútbol (n=309)	Presidencia (n=195)	Salud (n=60)	Seguridad (n=197)	
Comentarios	Posibilidad interacción	16,5%	15,5%	29,2%	21,7%	39,1%	24,3%
	Nº de comentarios	8	315	34	0	2	359
	Media	0,5	6,6	0,3	0	0,02	1,7
	Mediana	0	0	0	0	0	0

Facebook	Posibilidad interacción	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	N° de compartidos	4708	4924	10067	730	7750	28179
	Media	45,7	15,9	51,6	12,2	39,3	32,6
	Mediana	1	1	2	1	0	1
Twitter	Posibilidad interacción	100%	100%	100%	100%	19700%	100%
	N° de compartidos	942	3957	1530	498	1291	8171
	Media	9,1	12,8	7,8	8,3	4,2	9,5
	Mediana	4	6	2	3	0	2

6. Conclusiones

En primer lugar, se observa cómo la puesta en práctica de algunas características relacionadas con la calidad de contenidos de las noticias y con la adaptación a los elementos diferenciadores del ciberperiodismo muestra un desarrollo heterogéneo determinado por los procesos de convergencia en función del origen del cibermedio. A simple vista, el desarrollo de la agenda temática varía entre los diferentes cibermedios. Sin embargo se observa una cierta homogeneidad en el reparto del espacio entre los temas de interés público y los temas de interés humano. La firma de los relatos periodísticos también varía, siendo más habitual la firma propia en medios de matriz impresa y radiofónica, el uso de agencias en los nativos digitales y la ausencia de firma en los televisivos. Por tanto, los cibermedios de matriz impresa y radiofónica se configuran como aquellos con una mayor capacidad de generar contenidos propios. La utilización de diferentes géneros obedece a cuestiones no relacionadas con los procesos de convergencia; si bien, se observa que los nativos digitales destacan por el uso de géneros dialógicos –entrevistas–. En cuanto a las cuestiones relacionadas con la hipertextualidad, se constata una tónica general en la preferencia de una construcción sustentada en hipervínculos externos más que en hipervínculos internos, limitando el desarrollo de la lectura no secuencial de los relatos periodísticos. El uso de etiquetas no está asentado de manera homogénea; mientras que en los nativos digitales es una práctica totalmente asentada, en los cibermedios de matriz radiofónica todavía no se ha puesto en práctica. La multimedialidad nos muestra el peso de los procesos de convergencia en la utilización de lenguajes propios de los medios matriz, aprovechando los contenidos ya generados para estos soportes. Cabe destacar, la falta de multimedialidad de los nativos digitales, que si bien carecen de contenidos desarrollados para soportes como la radio y la televisión, tampoco destacan en la utilización de otros recursos propios del ciberperiodismo como las infografías, líneas de tiempo, mapas... Por, último, la interactividad se sustenta en la participación de los usuarios mediante la difusión de contenidos en Facebook y Twitter. La utilización de estas redes sociales genera un mayor tráfico en unos medios –impresos y televisivos– que en otros.

En segundo lugar, debemos tener en cuenta que el desarrollo de la calidad periodística está también determinado por los propios temas abordados en los cibermedios. Así, la generación de contenidos propios, medida por medio de la firma, muestra cómo en los temas cercanos relacionados con seguridad se aumenta

esta capacidad en todos los cibermedios. También se puede asociar el aumento en el uso de un determinado subgénero periodístico con el tema tratado. Así los temas de Presidencia y Seguridad se constituyen más habitualmente como noticias. La crónica aumenta su protagonismo en el Fútbol; y el reportaje cuenta con una mayor presencia en temas de Educación y Salud. El estudio muestra una relación inversa entre la presencia de los temas y el número de fuentes utilizadas, que explicaremos al hablar de la inmediatez. Por último, dentro de los aspectos relacionados con las características del ciberperiodismo, solo la interactividad muestra una relación con los temas tratados. Nuestro análisis muestra unos temas más propensos a ser compartidos por medio de Facebook –Educación, Presidencia y Seguridad– y otros más propensos a ser difundidos por Twitter –Fútbol–.

En tercer lugar, mencionábamos la inmediatez como un elemento que también marca la calidad de las noticias. Este aspecto provoca el dominio absoluto de la noticia como género fundamental de los relatos ciberperiodísticos y la escasez en el uso de fuentes de información. Aquí debemos relacionarlo con los temas tratados. En los temas menos importantes de las agendas cibermediáticas, aumenta el uso del reportaje, puesto que no se ven sometidos a una actitud de informar rápidamente sobre temas que se están tratando en otros cibermedios. Como consecuencia, aumenta el tiempo disponible para que el periodista profundice en los temas, favoreciendo una visión menos uniforme del acontecimiento mediante el uso de un mayor número de fuentes. Otro aspecto influenciado por la inmediatez es la falta de hipervínculos internos en la mayoría de los cibermedios ecuatorianos.

En definitiva, la calidad de los contenidos periodísticos en los cibermedios ecuatorianos está fuertemente influenciada por los procesos de convergencia que cada tipo de cibermedio está desarrollando, lo que provoca un heterogéneo desarrollo de aspectos como: la creación de contenidos propios y el desarrollo de la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Los propios temas también influyen en alguna de estas características, principalmente, en la variedad en el uso de géneros y en la difusión de contenidos por medio de redes sociales. El punto común de todos los cibermedios es el sometimiento a la inmediatez, reforzada en el ciberperiodismo. Este hecho provoca la consolidación de la noticia como subgénero hegemónico, la escasez en la variedad de fuentes en todos los cibermedios y la construcción de relatos periodísticos tradicionales que imposibilitan la lectura no secuencial.

7. Referencias bibliográficas

- Aguirre, Consuelo y Bernal, Juan David (2014): “Contenidos periodísticos digitales: hacia un modelo de medición de calidad”. *Comhumanitas: Revista científica de comunicación*, vol. 5. Quito, Ecuador, Universidad de Los Hemisferios, 75-90.
- Althaus, Scott L. & Tewksbury, David (2002): “Agenda Setting and the ‘New’ News. Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times”. *Communication Research*, 29 (2), 180-207. Thousand Oaks, CA, Sage.
- Atamara, Tomás R. (2012): “La prudencia en la inmediatez del acto informativo [en línea]”. *Ecos de la Comunicación*, 5 (5). Buenos Aires, Pontificia Universidad Católica

- Argentina: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/prudencia-inmediatez-acto-informativo.pdf> [Consulta: 11 de abril de 2015]
- Bachmann, Ingrid y Harlow, Summer (2012): "Interactividad y multimedialidad en periódicos latinoamericanos". *Cuadernos de información*, 30, 41-52. Santiago, Chile, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Benson, Rodney; Blach-Orsten, Mark; Powers, Matthew; Willig, Ida; and Vera, Sandra (2012): "Media Systems Online and Off: Comparing the Form of News in the United States, Denmark, and France". *Journal of Communication*, 62, 21-38. Malden, MA, Wiley.
- Bernete, Francisco (2013): "Análisis de contenido (cuantitativo y cualitativo)" en Lucas Marín, Antonio y Noboa, Alejandro (coords.): *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*. Montevideo, Uruguay, Fundación de Cultura Universitaria, 221-262.
- Bogart, Leo (1989): *Press and Public. Who reads what, when, where, and why in American Newspapers*. Hillsdale, Michigan, Lawrence Erlbaum.
- Boczkowski, Pablo J. & De Santos, Martin (2007): "When more media equals less news. Patterns of content homogenization in Argentina's leading print and online newspapers". *Political Communication*, 24 (2), 167-180. Philadelphia, PA, Taylor & Francis.
- De Pablos, José Manuel y Mateos, Concha (2004): "Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV: Patologías y tabla de "medicación" para recuperar la calidad de la prensa". *Ámbitos*, 11-12, 341-365. Sevilla, España, Universidad de Sevilla.
- Canavilhas, João (2011): "El nuevo ecosistema mediático". *Index.comunicación*, 1, 13-24. Madrid, España, Universitas.
- Canavilhas, João (2007): *Web journalism: from the inverted pyramid to the tumbled pyramid*. Covilha, Portugal, Labcom: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-inverted-pyramid.pdf> [Consulta: 2 de febrero de 2015]
- Casero, Andreu (2008): "Modelo de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 111-128 Madrid, España, Ediciones Complutense.
- Castillo, Antonio (2004): "Comunicación estratégica e institucional. Estrategias de comunicación". *ZER: Revista de estudios de comunicación*, 17, 189-207. Bilbao, España, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Domingo, David (2004): "Rutinas profesionales y valores en las redacciones de medios digitales catalanes: periodismo digital en contextos reales", en el *II Congreso Online del Observatorio de la Cibersociedad*, del 2 al 14 de noviembre, Barcelona, España, Observatorio para la Cibersociedad.
- Downs, Anthony (1972): "The issue-attention cycle". *The public interest*, 28, 38-55. New York, National Affairs.
- Fidalgo, António (2004): "Jornalismo online segundo o modelo de Otto Groth". *Pauta Geral*, 11 (6), 1-13. S. Salvador da Bahia, Universidade Estadual de Ponta Grossa.
- García, José Alberto (2007): "El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 35, 47-63. Universitat Autònoma de Barcelona & Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona.
- Hoogeveen, Martijn (1997): "Toward a Theory of the Effectiveness of Multimedia Systems". *International journal of human-computer interaction*, 2 (3), 151-168. Philadelphia, PA, Taylor & Francis.
- Lacy, Sthepen & Fico, Frederick (1991): "The link between newspaper content quality and circulation". *Newspaper Research Journal*, 12 (2), 46-57. Columbia, SC, Association for Education in Journalism and Mass Communication.

- Martínez Albertos, José Luis (2004): “Aproximación a la teoría de géneros periodísticos”, en Cantavella, Juan y Serrano, José: *Redacción para periodistas. Informar e interpretar*. Barcelona, España, Ariel, pp. 51-75.
- Masip, Pere; Díaz-Noci, Javier; Domingo, David; Micó-Sanz, Josep Lluís; y Salaverría, Ramón (2010): “Investigación internacional sobre ciberperiodismo. Hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia”. *El profesional de la información*, 19 (6), 568-576. Barcelona, España, EPI-SCP.
- McCombs, Maxwell (2012): “Civic osmosis. The social impact of media”. *Comunicación y Sociedad*, XXV (1), 7-14. Pamplona, Universidad de Navarra.
- McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Paidós.
- McCombs, Maxwell y Evatt, Dixie (1995): “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting”. *Comunicación y Sociedad*, VIII (1), 7-32. Pamplona, Universidad de Navarra.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald (1972): “The agenda-setting function of mass media”. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187. Oxford, Oxford University Press.
- McInerney, Claire R. & Bird, Nora J. (2005): “Assessing Website Quality in Context: Retrieving Information about Genetically Modified Food on the Web”. *Information Research*, 10 (2), paper 213: <http://InformationR.net/ir/10-2/paper213.html>. [Consulta: 15 de noviembre de 2014]
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*. Thousand Oaks, CA, Sage.
- Navarro Lizy (2004): “1994-2004: Diez años del periodismo on line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 10, 159-174. Madrid, España, Ediciones Complutense.
- Neuman, W. Russell (1990): “The threshold of public attention”. *Public Opinion Quarterly*, 54 (2), 159-176. Chicago, USA, American Association for Public Opinion Research / Oxford University Press.
- Odriozola, Javier (2014): “The International Online Media Agenda. New Media, Old Agenda” in Larrondo, Ainara; Meso, Koldo & Tous, Anna (cords.): *Shaping The News Online: A comparative research on international quality media*. Covilha, Portugal, Labcom, en: <http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/119#sthash.zMnc70mg.dpuf> [Consulta: 9 de marzo de 2015]
- Odriozola, Javier & Llorca, Germán (2014): “The Homogeneity Process in the Online Media Agenda. A Comparative Analysis of Spanish and Foreign Online Media”. *Comunicación y Sociedad*, 27 (3), 19-41. Pamplona, Universidad de Navarra.
- Palacios, Marcos (2005): “Natura non facit saltum: promessas, alcances e limites do desenvolvimento do jornalismo on-line e da hiperficação”. *E-Compós*, 2. <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/27/28> [Consulta: 3 de marzo de 2015]
- Picard, Robert G. (1998): “Measuring and interpreting productivity of journalists”. *Newspaper Research Journal*, 19 (4), 71-84. Columbia, SC, Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- Ramírez de la Piscina, Txema; González, María; Aiestaran, Alazne; Zabalondo, Beatriz; y Aguirre, Antxoka (2014): “Periodismo de calidad en tiempos de crisis: Un análisis de la evolución de la prensa europea de referencia (2001-2012)”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 248-274. La Laguna, Tenerife, España, Universidad de La Laguna.
- Red de Periodismo de Calidad (2006): *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad*. México, Universidad Iberoamericana.

- Riffe, Daniel; Lacy, Sthepen; & Fico, Frederick (2005): *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. Nueva York, Lawrence Erlbaum.
- Rivera, Diana; Pereira, Xosé; y Yaguache, Jenny (2015): “Rutinas de producción informativa en los ciberdiarios de referencia de Ecuador: El Universo, El Mercurio, El Diario y Crónica de la Tarde”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 14-27. La Laguna, Tenerife, España, Universidad de La Laguna.
- Roberts, Marilyn; Wanta, Wayne; and Dzwo, Tzong-Horng (2002): “Agenda setting and issue salience online”. *Communication Research*, 29 (4),452-465. Thousand Oaks, CA, Sage.
- Russell, Frank M.; Thorson, Esther; Duffy, Margaret; and Choi, Heesook (2014): “Converging on Quality: Integrating the St. Louis Beacon and St. Louis Public Radio Newsrooms”, in McGill, Jennifer (coord.): *AEJMC 2014 Conference. Newspaper and Online News*, del 6 al 9 de agosto, Montreal, Canadá, AEJMC.
- Sánchez, Uriel Hernando (2012): “Modelos de Comunicación en la era digital”, en Sánchez, Uriel Hernando; Botero, Luis Horacio; y Giraldo, Andrés Felipe: *Modelos de comunicación digital*. Medellín, Colombia, Universidad de Medellín, pp. 69-86.
- Shapiro, Ivor (2010): “What’s a Good Story? Recognizing Quality in Journalist’s Work”, in Benedetti, Paul; Currie, Tim; and Kierans, Kim: *The New Journalist: Roles, Skills and Critical Thinking*. Toronto, Emond Montgomery, pp. 99-112.
- Wang, Tai-Li (2000): “Agenda Setting Online. An Experiment Testing The Effects of Hyperlinks in Online Newspapers”. *Southwestern Mass Communication Journal*, 15 (2), 59-70. Texas, Southwest Education Council for Journalism and Mass Communication.
- Weber, Robert Philip (1990): *Basic content analysis*. Thousand Oaks, CA, Sage.
- Wimmer, Roger D. & Dominick Joseph R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona, España, Bosch.
- Zhu, Jian-Hua (1992): “Issue competition and attention distraction. A zerosum theory of agenda setting”. *Journalism Quarterly*, 69 (4), 825-836. Iowa, American Association of Schools and Departments of Journalism.

Javier Odrizola Chené, doctor en Periodismo por la Universidad del País Vasco, es Profesor a tiempo completo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador). Editor de *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*.

Consuelo Aguirre Mayorga, magister por FLACSO-Ecuador y doctoranda en la Universidad Austral (Argentina), es Profesora a tiempo completo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador).

Juan David Bernal Suárez, magister por la Universidad Andina Simón Bolívar, es Profesor a tiempo completo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Los Hemisferios (Quito, Ecuador). Director de la Carrera de Comunicación.