



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL**



**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2022.**

AUTOR:

BETTY EPIFANIA SOLÍS MADRID

TUTOR:

RELFA MAGDALENA NAVARRETE ORTEGA

QUEVEDO - LOS RÍOS – ECUADOR

2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador
y darme fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los
anhelos más deseados.

A mis padres y hermanas por el amor, trabajo y sacrificio de cada uno en
todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y
convertirme en lo que soy.

BETTY EPIFANIA SOLÍS MADRID



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme en la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres, por ser los principales promotores de mi sueño, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a los docentes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión

BETTY EPIFANIA SOLÍS MADRID



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
EXTENSIÓN QUEVEDO
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELLECTUAL

Yo, SOLIS MADRID BETTY EPIFANIA, portadora de la cédula de ciudadanía 1105124695, en calidad de autora del Informe Final del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título de licenciada en COMUNICACIÓN SOCIAL, declaro que soy autora del presente trabajo de investigación, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema:

REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, 2022.

Por la presente autorizo a la Universidad Técnica de Babahoyo, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen.

SOLIS MADRID BETTY EPIFANIA

CI. 1105124695





UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



Quevedo, 24 de marzo de 2023

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL INFORME
FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIA A LA
SUSTENTACIÓN.

En mi calidad de Tutor del informe final del proyecto de investigación, designado por el Consejo Directivo con Oficio Cir. **005-UIC-FCJSC-2023**, con fecha 2 de febrero del 2023, por RESOLUCIÓN ordinaria del honorable Consejo Directivo de la facultad de ciencias jurídicas, sociales y de la educación celebrada el 31 de enero del 2023.

Certifico que:

El/La egresado(a) **SOLIS MA DRÍD BETTY EPFANIA**, ha desarrollado el documento probatorio de dimensión práctica del informe final denominado:

REDACCIÓN PERIÓDICA Y SECTORES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2022.

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regular esta actividad académica, por lo que se ratifica el contenido definitivo del informe final del proyecto de investigación y lo que se entrega a la coordinación de la Carrera de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación, para la defensa del mismo.

Msc. **RELFÁ MAGDALENA NAVARRETE ORTEGA**
DOCENTE DE LA FCJSE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



RESUMEN

El presente trabajo investigativo relacionado a la redacción periodística y la influencia que puede llegar a tener en los medios de comunicación digitales, tuvo como objetivo *analizar de qué manera la redacción periodística influye en los medios de comunicación digital de la ciudad de Quevedo*. Para determinar el objetivo planteado se utilizó un tipo de investigación explicativa, descriptiva, documental y de campo, donde la población sujeta a estudio fue el medio digital AlDia.com, quien tiene un total de 15 periodistas colaboradores quienes a través de una encuesta tipo cuestionario la que constaba de un total de 10 preguntas nos ayudarían a obtener los resultados de nuestra investigación. Como principales resultados de nuestra indagación se pudo determinar que la redacción periodística si influye en los medios digitales puesto que en la forma de escribir y presentar los hechos noticiosos a la ciudadanía está en juego la credibilidad del mismo medio que lo difunde además de la ética profesional del periodista encargado de recopilar la información y realizar el texto a publicarse.

Palabras claves: Redacción, digital, comunicación, medio digital.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



ABSTRACT

The present investigative work related to journalistic writing and the influence that it can have on digital media, had the objective of analyzing how journalistic writing influences digital media in the city of Quevedo. To determine the proposed objective, a type of explanatory, descriptive, documentary and field research was used, where the population subject to study was the digital media AlDia.com, which has a total of 15 collaborating journalists who through a questionnaire-type survey which consisted of a total of 10 questions would help us to obtain the results of our investigation. As the main results of our investigation, it was possible to determine that the journalistic writing does influence the digital media since in the way of writing and presenting news events to the public, the credibility of the same medium that disseminates it is at stake, as well as professional ethics. of the journalist in charge of compiling the information and producing the text to be published.

Keywords: Writing, digital, communication, digital medium.



Quevedo, 23 de marzo, 2023

**CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS
FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO**

Ex un caidod de Tulcw dc'l esludiitiie, SOLIS 81ADR ID BE'FTY EPIPANIA, una ver revisado el informs final del ptoyecto de investigacibn cuyo tema es! REDA€'CI h PERIODISTICA ¥ SH INFLUENNIA EN LOS MEDIOS DN' COMUn•ICACifn DIGITAL DE LA CIUDAD DE QIJEVEDO, AhO 2022, certifico que este trabajo invesii\$ativo fue analizado por el Sisiema Aniiplagio, obteniendo como porcentaje de sirnilitud de [10%], iesultados que evidenciaron las fuentes principales y seciindarias que se deben considerar para ser citadas y referenciadas de acierdo a las normas de redaccj6n adoptadas por la institucion.

Considerando que, ed el tfabajo final el porcentaje mWiino pemiitido segiin ei A riiculo 61 de la Normativa de la Unidad de Iniegraci6n Currfculsr de Is Lioiversidad T4caica de Babahoyo considera hasta el 20%, se APROEBA et trabajp de titulacion para que eJ estudiante continde a fa fasc de defense.

Se adjunta el informe del sisiema antiplagio conio evidencia del porceniajñ indicado.

Msc. NAVARRETE ORTEGA RELVA MAGDALENA

DC)Ci'n'ri'D l.,,tl'CJS5?



TESIS-BETTY SOLÍS

10%
similitudes



Texto entre comillas

= 1% similitudes con

el texto original

Nombre del documento: BETTY SOLÍS (1).docx

Residente: Betty Solís Madrid

Número de palabras: 19.634

Documento: 44c0766b791e121435ba47519582edf5652867e

Tipo de carga: url_submission

Tamaño del documento original: 364,26 kb

Fecha de fin de análisis: 23/3/2023

Ubicación de las similitudes en el documento



Fuente\$ print per a ¥ detectada s

URL

Similitudes

Similitudes

Similitudes

Fuentes adicionales

100% similitudes



www.clubensayos.com | LA EFECTIVIDAD: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, SUS FASES

https://www.clubensayos.com/Temas/.../LA-EFECTIVIDAD-CONCEPTO-CARACTERISTICAS-SUS-FASES

Es fuente similitudes



Fuentes con similitudes fortuitas

URL

Similitudes

Similitudes

Similitudes

Fuentes adicionales

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes fueron mencionadas en el documento pero no se detectaron similitudes

1 https://portalmer.uninaja.es/descargar/articulos/0280879.pdf

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO.....	2
CERTIFICADO DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	3
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD DE OTRAS FUENTES EN EL SISTEMA DE ANTIPLAGIO	7
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND.....	8
INTRODUCCIÓN	14
1. CAPÍTULO I DEL PROBLEMA	17
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	17
1.2.1. Contexto Internacional.....	17
1.2.2. Contexto Nacional.....	18
1.2.3. Contexto Local	20
1.2.4. Contexto Institucional	21
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	21
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	22
1.4.1. Problema General.....	22

1.4.2.	Problemas Específicos	23
1.5.	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.6.	JUSTIFICACIÓN.....	24
1.7.	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	25
1.7.1.	Objetivo General	25
1.7.2.	Objetivos Específicos.....	25
2.	CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	26
2.1.	MARCO TEÓRICO	26
2.1.1.	Marco Conceptual	26
2.1.2.	Marco Referencial sobre la población de investigación	36
2.1.3.	Postura Teórica.....	39
2.2.	HIPÓTESIS	41
2.2.2.	Hipótesis Específicas	41
2.2.3.	VARIABLES	42
	CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.1.	Resultados obtenidos de la investigación.....	43
3.2.	Conclusiones General y Específicas.....	53
3.2.1.	Conclusión General.....	53
3.2.2.	Conclusiones Específicas	53
3.3.	Recomendaciones General y Específica.....	54
3.3.1.	Recomendación General	54
3.3.2.	Recomendaciones Específicas	54
4.	CAPÍTULO IV. – PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN	

4.1.	Propuesta de aplicación de resultados	55
4.1.1.	Alternativa obtenida	55
4.1.2.	Alcance de la alternativa	56
4.1.3.	Aspectos básicos de la alternativa.....	56
4.1.3.1.	Antecedentes	56
4.1.3.2.	JUSTIFICACIÓN	57
4.1.4.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA	59
4.1.5.	CONCLUSIÓN	61
4.1.6.	RECOMENDACIONES	61
	BIBLIOGRAFÍA.....	49
	ANEXOS.....	52
	PRESUPUESTO	52
	CRONOGRAMA	52

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Pregunta # 1 de la encuesta	43
Tabla 2: Pregunta # 2 de la encuesta	44
Tabla 3: Pregunta # 3 de la encuesta	45
Tabla 4: Pregunta # 4 de la encuesta	46
Tabla 5: Pregunta # 5 de la encuesta	47
Tabla 6: Pregunta # 6 de la encuesta	48
Tabla 7: Pregunta # 7 de la encuesta	49
Tabla 8: Pregunta # 8 de la encuesta	50
Tabla 9: Pregunta # 9 de la encuesta	51
Tabla 10: Pregunta # 10 de la encuesta	52
Tabla 11: Presupuesto	52
Tabla 12: Cronograma.....	52

INDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Gráfico # 1 de la encuesta.....	53
Ilustración 2: Gráfico # 2 de la encuesta.....	53
Ilustración 3: Gráfico # 3 de la encuesta.....	53
Ilustración 4: Gráfico # 4 de la encuesta.....	54
Ilustración 5: Gráfico # 5 de la encuesta.....	54
Ilustración 6: Gráfico # 6 de la encuesta.....	54
Ilustración 7: Gráfico # 7 de la encuesta.....	55
Ilustración 8: Gráfico # 8 de la encuesta.....	55
Ilustración 9: Gráfico # 9 de la encuesta.....	55
Ilustración 10: Gráfico # 10 de la encuesta.....	55

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto investigativo relacionado sobre la Redacción periodística y la influencia que pueda llegar a tener en los medios de comunicación digital, fue escogido para ser sujeto de estudio por motivo a la problemática que existe en la actualidad debido a que hoy en día podríamos decir que quien predomina el ámbito informativo son los medios de comunicación digitales siendo así la forma en que se presente una noticia, en que se realice su redacción serán puntos claves para seguir siendo los pioneros en este ámbito comunicacional.

El objetivo de esta investigación se pudo alcanzar gracias a la ejecución de una encuesta tipo cuestionario la cual constaba de un total de 10 preguntas siendo esta dirigida a los colaboradores del diario digital AIDia.com teniendo un total de 15 colaboradores siendo las respuestas obtenidas y debidamente tabuladas

La importancia de la elaboración de esta investigación nos ayudará a obtener las respectivas conclusiones del caso y a la vez manifestar las debidas sugerencias y recomendaciones a los periodistas para así ser aplicadas en bien de su trabajo profesional.

En el desarrollo de este documento podremos encontrar en primera instancia el marco contextual, seguido del desarrollo de la situación problemática y planteamiento del problema, luego la delimitación de la misma, a continuación, la justificación y los objetivos a alcanzarse. En el capítulo dos se encontrará todo lo relacionado al marco teórico tales como el marco conceptual, marco referencial, postura teórica, hipótesis y

variables. En el capítulo tres llamado resultados de la investigación se podrá divisar los resultados obtenidos de la investigación, las debidas conclusiones y recomendaciones del caso y por último en el capítulo cuatro se observa la propuesta aplicada de resultados subdividida en la alternativa obtenida, alcance de la alternativa y los aspectos básicos de la alternativa, luego los antecedentes, justificación y como punto final la muestra de la estructura general de la propuesta.

En esta investigación tenemos como conclusión más relevante que la redacción periodística cumple un papel fundamental en la carrera de los periodistas además de influir en los internautas debido a que esta es la manera en que se atrae su atención logrando de esta forma incrementar cada día más los seguidores y suscriptores ya que esta es el modo en que se generan ingresos monetarios y solventar todo lo que requiera el medio de comunicación.

En la elaboración de este plan investigativo se detallan seis capítulos, los cuales se presentan a continuación:

Capítulo I: Se ideó y planteó un estudio donde se describieron los contextos por medio de bibliografía además se detalló la situación problemática de la investigación, esto con la intención de poner en conocimiento los objetivos planteados siendo estos de forma clara y precisa.

Capítulo II: En este capítulo podremos encontrar las bases teóricas de nuestro proyecto investigativo, donde se podrá encontrar información de los documentos mas importantes y sean estos los que nos sean de soporte para el sustento del proyecto,

incluyendo datos de nuestras dos variables además de encontrar las hipótesis y variables detalladas del caso.

Capítulo III: Se presenta la metodología utilizada en la indagación, comprendiendo esta de la modalidad empleada, los métodos, tipos, además de la técnica y forma de recolección de datos utilizada con nuestra población sujeta a estudio logrando de esta forma recopilar los datos necesarios para obtener la información oportuna que ayude a identificar plenamente la problemática existente.

Capítulo IV: En este capítulo presentamos los resultados conseguidos los cuales fueron debidamente conseguidos a través de nuestra encuesta realizada la cual era en forma de cuestionario e iba dirigida a los 15 colaboradores del medio digital elegido siendo formada esta de un total de 10 preguntas con opciones múltiples para su elección para respuesta llevando luego a ser totalmente tabulada, analizada e interpretada.

Capítulo V: Se presentan las conclusiones correspondientes de la investigación estas obtenidas a través del análisis del contenido del capítulo anterior además de proporcionar las debidas recomendaciones del caso.

Capítulo VI: Se muestra el tema y despliegue dado a la propuesta de nuestra investigación dando así cumplimiento de manera positiva al objetivo planteado, logre ser de conocimiento y ayuda para los individuos dirigidos.

1. CAPÍTULO I DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Redacción periodística y su influencia en los medios de comunicación digital de la ciudad de Quevedo, año 2022.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

La presencia del periodismo en el hábitat digital se encuentra en crecimiento hasta los tiempos actuales esto debido a que es complicado hoy en día conseguir diarios impresos que no estén actualizados y no cuenten con su versión online. Los actuales cibermedios, que cuentan con ya dos décadas de historia tanto los casos españoles como los que se encuentran a escala internacional, han optado por coordinarse continuando con una situación comunicativa distinta a las que perjudicaba en el pasado a los medios de comunicación tradicionales, fundamentalmente en los procesos de interactividad y en los cambios tecnológicos continuos que se originan en internet.

Mencionados cambios han obligado a los medios digitales a redirigir sus temas y estrategias con demasiada rapidez. A su vez esta velocidad está ocasionando un poco de duda en los comunicadores, quienes presienten que es su deber conservar los principios y valores primordiales del periodismo, al igual que deben tener conocimiento adecuado sobre las tecnologías que puedan afectar las noticias en la web. Indudablemente, la incorporación de las redacciones al mundo online se ha convertido en unas de las estrategias más importante para los medios, teniendo en consideración y siendo este

punto importante el crecimiento de las redes sociales teniéndolo como un nuevo contexto para mejorar la visibilidad web y la dinámica que se le dé a la noticia.

La necesidad de la vista en la web ha producido que los medios de comunicación necesiten alcanzar una buena posición en los buscadores debido a que una gran parte del tráfico que toman los cibermedios se lo obtiene de las búsquedas que realizan los usuarios en plataformas digitales como Google, por este motivo es fundamental tener en cuenta y realizar las estrategias SEO en las redacciones, comprendiéndose esto como las técnicas o procedimientos aplicados a los sitios web los cuales ayudan al incremento de las posibilidades de aparecer como primeros en los resultados de búsqueda teniendo de esta manera una mayor visibilidad y un incremento en los lectores.

Todo esto debido a que los medios digitales han abarcado gran terreno a nivel mundial puesto que son formatos en los que se puede transmitir sucesos en tiempo real o a su vez elaborar los contenidos que serán divulgados por plataformas electrónicas digitales, esto ha ayudado también a que a nivel mundial el español sea el segundo lenguaje más hablado por la población debido a que se puede lograr una comunicación entre usuarios y los creadores de los contenidos incluyendo así la práctica de comunicación que se ejecuta por medio de las tecnologías digitales, (**Lopezosa et al., 2021**).

1.2.2. Contexto Nacional

A pesar de la poca inclusión del internet, en los años 90 muchos periódicos del mundo comenzaron a cambiar sus contenidos claramente Ecuador no fue la excepción.

En primer lugar, fue el diario Hoy en el año de 1994 siendo este de Latinoamérica. En los tiempos actuales la mayoría de los diarios de Ecuador por no decir en su totalidad contienen su página web, considerándose uno de los pioneros en este ámbito el diario El Comercio en el año de 1996, donde su contenido principal era una nota escaneada tomada de la edición impresa con su respectivo enlace, seguido de un listado de links complementarios donde se podrían observar las demás secciones.

El inconveniente actual que viven la mayoría de los periódicos digitales del Ecuador se debe a que los editores no logran desprenderse de la influencia y lenguaje de los diarios impresos los cuales les proporcionan la información más aun cuando los dos integran la misma empresa periodística.

En el procedimiento por transformarse en verdaderos ciberdiarios podemos encontrar los siguientes medios digitales como El comercio, El Universo, Hoy, y Expreso siendo estos los que mejor se han logrado acoplar a las características mismas de la web, mostrando con esto un crecimiento progresivo, mientras que los ciberdiarios locales contienen una orientación más estática, sencilla, muy poco desarrollada y donde además no explotan en su totalidad todas las herramientas digitales existentes.

Podemos mencionar que los diarios digitales en el Ecuador en el año del 2011 eran un total de 14 los cuales gráficamente estaban ubicados en distintas ciudades tales como Quito (10); Guayaquil (2) y Cuenca (2), mientras que para el año 2014 esta cantidad aumentó en 25 diarios digitales nativos siendo los principales en Quito con 13, Guayaquil con 3 pero Cuenca si con la misma cantidad de 2.

Sin embargo, el periodismo y la comunicación profesional en Ecuador fueron los personajes principales en un procedimiento de transición. Una Ley Orgánica de Comunicación publicada y puesta en vigencia en el año 2013 fue la mayor causante a que se presentara un incremento en el número de medios digitales en redes sociales tales como Facebook y Twitter debido a que mencionado reglamento no consideró la supervisión del reglamento de la información que sea emitida por medio de internet.

Los medios tradicionales se cambiaron a las plataformas digitales y redes sociales y a su vez surgieron nuevos medios los cuales fueron llamados nativos digitales convirtiéndose estos en las nuevas opciones de comunicación, los primeros en el Ecuador fueron apareciendo tímidamente siendo este en el año 2004 el cual tenía por nombre Ecuadorinmediato.com, convirtiéndose así ser catalogado como el pionero en periódico nativo de este país, **(Punín et al., 2017)**.

1.2.3. Contexto Local

En el cantón Quevedo conocida popularmente como la “Ciudad del Río” podemos encontrar diversos medios digitales los cuales han aparecido gracias al surgimiento de la tecnología, siendo como ejemplo Diario Aldia.com, La Última, Matices, El Tiempo Digital TV, entre otros, estos los podemos considerar como los más conocidos y destacados de nuestra localidad, estando presentes en cada acontecimiento manteniendo así informados a la ciudadanía todo esto solo con un clic.

Sin embargo, en el ámbito de la redacción se puede observar varias falencias puesto que al realizar el escrito a través de un dispositivo tecnológico se tiende a marcar mal una señal o letra, o por más rápido efectuar una copia y pega de la información que

esté en otra página o simplemente hacer una escritura rápida sin llevar a cabo una revisión minuciosa donde se pueda evitar las faltas ortográficas o publicación de datos falsos que distorsionen la información real.

1.2.4. Contexto Institucional

Los medios digitales cantonales no tienen la amplitud y conocimiento necesario sobre las herramientas tecnológicas es por esto que las noticias digitales son muy limitadas y tienden a caer en la rutina noticiosa además de errores ortográficos puesto que no existe una revisión previa a la redacción realizada por parte de los comunicadores queriendo de cierta forma ser los pioneros en la información sin tener en cuenta que la elegancia de escritura, mensajes claros y respetuosos también es una forma buena de vender y atraer.

Entre los medios digitales más reconocidos de la ciudad podemos encontrar Diario ALDia.com, Matices, El tiempo digital TV, YGV Prensa Digital, El informativo, Desde aquí Tv Quevedo, en la parroquia San Carlos tenemos el medio denominado San Carlos Informativo, todos estos cumplen con la función de mantener informados a los ciudadanos sobre todos los sucesos de nuestro cantón y lugares aledaños.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La redacción periodística en un medio de comunicación digital es lo primordial y hasta podremos decir que es la carta de presentación del canal informativo debido a que en la forma de presentar la información serán el atrayente del lector e internauta y creará el lazo de confiabilidad y veracidad de lo publicado.

Los medios de comunicación digital son los más visitados por los ciudadanos debido a que tienen la facilidad de estar más informados en cualquier parte que se encuentren sólo con tener acceso a internet además de un dispositivo móvil, Tablet o computadora sin la necesidad de estar observando mediante un televisor o escuchar de una radio.

Sin duda alguna la redacción es lo fundamental en una información puesto que será la forma en que los internautas se sentirán atraídos por el acontecimiento publicado además del medio que lo divulga, siendo de esta forma beneficiado debido a que posiblemente gane seguidores y hasta patrocinadores.

Sin embargo, varios medios digitales cometen el error de realizar una copia de noticias ya publicadas aun así teniendo faltas ortográficas, datos erróneos, incoherencia en su redacción y menos dándole crédito a la fuente, causando así en los lectores incertidumbre y cuestionamientos sobre su credibilidad y veracidad ante las informaciones compartidas provocando esto que otras páginas sean la prioridad de la ciudadanía ante la necesidad de querer estar bien y totalmente informados.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema General

¿De qué manera la redacción periodística influye en los medios de comunicación digital de la ciudad de Quevedo, año 2022?

1.4.2. Problemas Específicos

- ¿Qué tipos de redacción periodística son utilizados por los medios de comunicación digital?
- ¿Cómo la redacción periodística influye en los medios de comunicación digital?
- ¿De qué manera la realización de un tríptico ayudará a mejorar la redacción periodística de los medios de comunicación digital?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

Delimitador espacial: El trabajo investigativo será realizado en la ciudad de Quevedo, perteneciente a la provincia de Los Ríos.

Área: Zona Urbana

Campo: Social

Línea de investigación de la Universidad: Educación y Sociedad

Línea de investigación de la facultad: Comunicación Intercultural y Participativa.

Línea de investigación de la carrera: Comunicación, Lenguaje y Estilos Periodísticos.

Sub-Línea de investigación: Comunicación y su relación con grupos humanos: géneros, grupos vulnerables e interculturales.

Delimitador temporal: Esta investigación se efectuará en el año 2022.

Delimitador demográfico: Esta investigación va dirigida a los propietarios de los medios de comunicación digitales de la ciudad de Quevedo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se la realiza con el objetivo de analizar la manera en que la redacción periodística influye en los medios de comunicación digital los cuales son pertenecientes de la ciudad de Quevedo puesto que al momento que las noticias son difundidas a través de las plataformas digitales se puede observar que tienen una redacción que logra ser cuestionable debido a sus faltas ortográficas o la alteración de la información.

Y es que con esta averiguación se quiere establecer los tipos de redacción periodística utilizadas por los medios de comunicación digital, verificar si es la correcta y más adecuada para así brindar a los ciudadanos información verdadera cumpliendo con los estándares para su correcta divulgación y de esta manera convertirse en canales informativos objetivos, verídicos y apreciados por los internautas hasta poder llevar a ser prioridad para la recepción de información.

Habiendo de esta manera un beneficio bilateral puesto que tanto los navegantes y consumidores de las noticias publicadas podrán gozar de información que será totalmente real y así con seguridad tener en conocimiento los sucesos actuales además de difundirlos y más ciudadanos estén informados siendo así también beneficiado el medio difusor de la noticia en vista de que aumentarán los seguidores, se convertiría en un medio confiable y a su vez incrementaría el ámbito de publicidades y económico.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo General

Analizar de qué manera la redacción periodística influye en los medios de comunicación digital de la ciudad de Quevedo, año 2022.

1.7.2. Objetivos Específicos

- Reconocer los tipos de redacción periodística utilizadas por los medios de comunicación digital.
- Analizar la influencia de la redacción periodística en los medios de comunicación digital.
- Realizar un tríptico el cual contenga información relevante sobre la redacción periodística, su importancia y los beneficios que trae a los medios de comunicación digitales.

2. CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Marco Conceptual

2.1.1.1. Redacción Periodística

En el ámbito de la comunicación podemos encontrar como elemento principal la redacción, indistintamente si va enfocada a agrupaciones sociales o asistencia que intervienen la opinión de masas. En el periodismo singularmente se determinan técnicas como parte del estilo periodístico, teniendo en consideración los sucesos o acontecimientos de interés público, sin embargo, con esto no se pretende imponer una regla específica en el ejercicio profesional de la redacción, sino a su vez encaminarla en base al requerimiento que tiene en periodismo actual.

Se debe de tener en consideración que no se puede apartar a la prensa puesto que esta está involucrada y relacionada con las nuevas plataformas de comunicación en el ámbito considerado del ciber periodismo, las cuales continuamente se sostienen de los elementos de multimedia, siendo así se debe tener presente la contribución de las redes sociales virtuales y el microbloggings. Comenzando con eso, los géneros periodísticos obtienen una relevancia metodológica en pos de asegurar la ética profesional, ayudando a los redactores a la elaboración y estructura en la normativa de un género periodístico, lo que de cierta manera debe ser resultado de averiguaciones rigurosas, teniendo en cuenta un radio de acción de tipo multidisciplinar, (Guevara & Cedeño, 2017).

2.1.1.2. Fases de la redacción

La redacción periodística se puede constituir de 3 fases las cuales son:

1.- Planeación o pre-escritura: En esta primera fase se realiza la revisión del origen de la información para exponer la investigación o redacción. En este punto se debe resaltar la información significativa con la finalidad de elaborar un resumen de la misma, añadiendo las definiciones y conceptos más importantes. Siendo así esto ayuda a ordenar la información y establecer la correspondiente estructura del texto.

2.- Escritura o redacción del escrito: Luego de haberse elaborado el guion correspondiente se continua con la redacción del texto el cual se divide en varias partes tales como: introducción, cuerpo o contenido y desenlace o conclusión.

3.- Revisión o post-escritura: En esta etapa final es indispensable realizar la revisión del texto elaborado y las fuentes de información utilizadas en general, a su vez verificar que se esté realizando una correcta ortografía y gramática, comprobando que todo el texto en general contenga sentido además de ser legible en todo momento de su lectura.

2.1.1.3. Técnicas de redacción básicas

Descripción

La descriptiva consta en definir un elemento, individuo, universo, etc. La cual necesita ser parcial y precisa y así no ser sujetos de la subjetividad donde se deben apreciar los sucesos a narrar desde un punto de vista neutro. La explicación debe ser real sin aumento de datos sin verificar.

Narración

La narración detalla sucesos de manera atractiva y vistosa para los internautas donde también deber ser precisa. Es relevante que la narración sea interesante y la redacción esté completa con los recursos necesarios para su exposición. Una manera para narrar mejor es a través de la lectura debido que así se logra adquirir vocabulario y se aprenden diferentes estilos que se pueden imitar.

Exposición

La exposición es una técnica de redacción simple la cual significa la ejecución de una idea donde el objetivo es dar información, opiniones o comentarios, donde tienen que ser totalmente objetivos semejantes a una noticia o reportaje asistido por informaciones verificadas, donde además se pueden utilizar materiales de apoyo tales como videos e imágenes.

Argumentación

La argumentación son procedimientos de redacción similares las cuales se pueden diferenciar porque el objetivo primordial es el verificar, mostrar y agradar, aun así debe ser objetiva donde los datos no pueden ser cambiados para el beneficio propio, siendo estos comprobados con pruebas verdaderas de lo que se manifiesta además de estar garantizadas por medios de información oficiales.

Diálogo

El dialogo difunde un relato, conferencia o plática, donde la tonalidad de la voz tiene que ser suave y sutil, además de ser formal cuando este lo requiera, (Hernández, 2021).

2.1.1.4. Características de la buena redacción

Claridad

La primera característica de un buen ensayo es la claridad. Si la intención del escritor es que una audiencia amplia los entienda, esto requiere que piensen con claridad y expliquen con claridad, es decir, que tengan una comprensión clara de los hechos o ideas y los expresen de manera clara y concisa. La claridad de espíritu o de ideas debe corresponder a un lenguaje sencillo, basado en palabras y frases transparentes, con intenciones firmes de que el pensamiento del autor transmita al lector desde la primera lectura de la obra; la compulsión a releerla revela su oscuridad o rareza, mientras que la voluntad o la relectura interesada indica su atractivo o importancia para el lector.

Concisión

Otra obligación de la prosa es la brevedad, la virtud o la calidad, que incluye decir lo más con lo mínimo, ahorrar palabras y evitar palabras innecesarias. No nos entretenga, enfatice que la brevedad requiere precisión lingüística, combata el exceso verbal y acabe con las inexactitudes que intentan explicar a sus amigos, es decir, la ambigüedad.

Sencillez

Incluye el uso de palabras comunes como una tercera cualidad de la buena escritura, señalando que la sencillez no significa vulgaridad, los pensamientos nobles pueden expresarse en palabras comunes, y esta obligación de un buen editor está íntimamente relacionada con la naturaleza. En resumen, sencillez significa huida del

enredo, artificialidad, complejidad, barroco; naturalidad significa naturalidad. Simple es el escritor que usa palabras llanas; y naturalmente, usa su propio vocabulario cuando escribe, su modo habitual de expresión, (Salazar, 2020).

2.1.1.5. Medios de comunicación digitales

Los medios de comunicación digitales son aquellos que usan el lenguaje digital para transmitir información. Actualmente son los más utilizados por la población mundial, superando a los medios de comunicación impresos y audiovisuales, la comunicación digital se produce a través de dispositivos digitales con acceso a Internet.

Entre ellos vamos a enumerar los más utilizados:

- **El ordenador/portátil:** El ordenador es una máquina digital que es capaz de procesar, ordenar y almacenar información, Los ordenadores se pueden programar para hacer muchas tareas: escribir, calcular, dibujar, a través de Internet también sirve para comunicarnos. El formato es como un libro que se abre y en una de las hojas está la pantalla o monitor y en la otra el teclado. Es fácil de transportar y se puede utilizar en cualquier sitio.
- **La tableta:** Es un dispositivo electrónico portátil parecido a un ordenador, pero con menos funciones, es más pequeña que un ordenador portátil y su formato es rectangular y plano, no tiene teclado aparte, sino que está integrado en la pantalla que se utiliza con los dedos. Es táctil y también utiliza internet.
- **El teléfono móvil:** El teléfono móvil es un dispositivo electrónico principalmente utilizado para la comunicación, con el teléfono móvil podemos llamar, pero, a través de Internet y algunas aplicaciones, podemos comunicarnos de manera digital. Podemos enviar un correo electrónico o email utilizando Outlook o Gmail, también podemos hacer

otras cosas con el teléfono: sacar fotos, grabar vídeos y ver vídeos, buscar información, etcétera. (Quesada, 2021).

2.1.1.6. Tipos de medios digitales

Dentro de la clasificación de los medios digitales, aparece una amplia variedad de productos y plataformas. Tal es el caso de lo que ocurre con los diferentes sitios y portales web, las plataformas de streaming, los videojuegos y las aplicaciones en dispositivos móviles, por nombrar algunas de las opciones disponibles.

Para poder determinar la variedad de medios digitales, es necesario contemplar la diversidad de dispositivos, herramientas y soluciones informáticas disponibles para acceder a Internet. Asimismo, existen ciertos criterios que permiten caracterizarlos, como la plataforma, el alcance y la autoría de los contenidos, el enfoque, la finalidad y el dinamismo.

A continuación, detallamos los siguientes:

- **Redes sociales.** Permiten a los usuarios crear espacios virtuales para compartir contenidos con intereses personales, entre amigos, familiares, colegas y otros usuarios. Facebook, Instagram y TikTok, son algunos ejemplos.
- **Blogs.** Sirven para compartir contenido digital específico textos, imágenes, audios o videos en diarios en línea que están organizados cronológicamente. Algunos ejemplos son Blogger y WordPress.
- **Microblogs.** Permiten hacer actualizaciones rápidas, compartiendo mensajes cortos, videos o imágenes, que generalmente son distribuidas por medio de dispositivos móviles. Twitter es un ejemplo de ello.

- **Comunidades de contenido.** Ofrecen la posibilidad de organizar, compartir y comentar sobre diversos tipos de contenidos de texto, de imágenes o de videos. Algunos ejemplos son YouTube y Scribd.
- **Wikis.** Se trata de páginas web a las que tienen acceso una comunidad de personas, quienes pueden alimentar y actualizar el contenido en una base de datos. El ejemplo más popular es Wikipedia.
- **Pódcast.** Son espacios digitales en donde los usuarios pueden compartir y encontrar archivos de audio y de video, con temas informativos, noticiosos o de entretenimiento. Spotify, Apple pódcast y Google pódcast, son algunos. (Durango, 2022)

2.1.1.7. La digitalización

La comunicación digital hace mención al desarrollo productivo y la materia prima de las nuevas maneras de comunicación. En otras palabras, es el desarrollo que admite trasladar de lo analógico a lo binario y surge del esfuerzo por disminuir o desaparecer las distorsiones o pérdidas de información. Esta digitalización de los bits despliega la oportunidad de elaborar medios interactivos que posibilitan la comunicación entre seres humanos por medio de máquinas.

2.1.1.8. Las reticularidades

En la comunicación mediada por computadoras se manifiestan diferentes formas de comunicarse que han revolucionado el paradigma clásico de la recepción de medios tradicionales. Para ilustrar lo anterior, existe una comunicación uno a muchos (por ejemplo, la televisión, la radio o las listas de correo), una comunicación uno a uno (con el correo electrónico o el intercambio de mensajes vía telefónica) y una comunicación

muchos a uno, un formato mixto que integra la comunicación de masas y la interpersonal o el muchos a muchos de las comunidades virtuales, (Gutiérrez & González, 2019).

2.1.1.9. Nuevo lenguaje para un nuevo medio

El periodismo electrónico es el cuarto modo de comunicación, por ser un medio nuevo, diferente, aún en desarrollo, que se está consolidando a buen ritmo en el panorama mediático de los países desarrollados, que ya convive con los tres anteriores prodemocracia: Noticias, radio y televisión.

En cuanto a sus orígenes, el periodismo electrónico nació en la sociedad de la información. A su vez, como dice el profesor Castells, la generalización del uso de las nuevas tecnologías en la sociedad en red está cambiando la forma de consumo de información, envío y recepción de noticias. Actualmente, el público quiere y necesita estar actualizado para poder acceder a cualquier material nuevo, y quiere tener fácil acceso a los datos que le interesan sin moverlos físicamente, es decir, por sus propios medios y de manera inmediata. Este servicio es prestado por Internet a través de unos Productos de Información específicos proporcionados, que constituyen la denominada publicación electrónica.

Así, el periodismo electrónico ha surgido para dar respuesta y satisfacer las nuevas y más exigentes necesidades informativas que surgen en la sociedad del conocimiento. Para cumplir su misión, este nuevo periodismo cuenta con un canal propio: Internet, y un soporte: la pantalla de la computadora, sus propias características,

sus propias fortalezas y debilidades; los modos de comunicación de la radio y la televisión son a la vez complementarios de ellos.

Son estas características las que han propiciado la aparición de un nuevo tipo de redacción de noticias para medios online, un nuevo lenguaje de Internet y nuevos hábitos de lectura. En este sentido, el análisis de las principales características de la imprenta digital es un hilo conductor para entender las reglas y estilos de escritura para la web.

2.1.1.10. Dificultad de leer en la pantalla

En primer lugar, con respecto al soporte, cabe señalar que la lectura en una pantalla de computadora es más difícil y agotadora que en papel. Por esta razón, y también por la velocidad con la que los lectores en línea buscan información, Internet tiende a acortar el texto. Se trata de sintetizar y resumir noticias. El objetivo es describir correctamente todos los detalles importantes del evento evitando artículos demasiado largos que tienen un lugar y significado en el medio analógico. Estas exigencias, más que nunca, apuestan por la sencillez, la claridad, la concisión y la franqueza en las que insisten los manuales de redacción periodística.

La concisión se logra mediante el uso de un lenguaje periodístico, a medio camino entre lo cultural y lo coloquial, pero siempre correcto, certero y directo. Hablamos un lenguaje que el lector pueda entender sin ser vulgar, utilizar palabras, conceptos y verbos adecuados a cada situación y contexto para narrar las noticias, en cuanto a la claridad en la exposición de ideas, sugerir oraciones cortas y concisas,

responder Estructura sujeto-verbo, porque este orden facilita la comprensión del mensaje informativo por parte del receptor.

2.1.1.11. Interactividad y atomización de los contenidos

Las impresoras electrónicas no tienen limitaciones de espacio. El espacio en los medios digitales no está limitado por un número determinado de páginas, esto se traduce en la ventaja de tener más información, lo que a su vez significa una oferta de contenidos más completa. Esta falta de restricciones físicas (que sí tienen las imprentas analógicas) compensa la necesidad de escribir textos breves gracias a una tecnología característica del medio online: la atomización de la información.

En otras palabras, grandes cantidades de contenido en los medios electrónicos se segmentan en distintas piezas de información con su propio significado, que se pueden vincular entre sí a través de hipertexto. Cada una de estas unidades de información, a su vez, es una sugerencia de lectura del medio al lector, por lo que los usuarios no tienen acceso a toda la información de repente cuando abren un periódico digital, sino que tienen la capacidad de decidir lo que quieren leer y lo que desea profundizar. aprender sobre un tema, (Martín, 2018).

2.1.1.12. Iniciativas digitales de las empresas periódicas ecuatorianas

En una primera instancia, se utilizó la Red para tener presencia; es decir, se hizo un ‘volcado’ íntegro de los contenidos de la versión en papel. Este hito el país lo vivió

en los años noventa, exactamente en 1995, cuando el diario Hoy publicó su primera edición en línea.

En una segunda fase, se producen cambios en la forma, y en el contenido dieron una imagen de mayor adecuación al nuevo entorno. En 2009, El Universo, el mayor diario del país, modificó su estructura. Se organizan salas de redacción online, es decir, se contrata a un equipo diferente al de la redacción impresa para que se encargue de organizar, redactar y publicar la información en la Web. Por otra parte, se incluyen servicios en las páginas como publicidad y elementos para propiciar interacción con los usuarios.

En el año 2004, aparece el primer periódico exclusivamente digital, con elementos clásicos y con escasas novedades; es decir, no presentaba las características propias de los medios digitales: interactividad, multimedialidad e hipertextualidad, únicamente su objetivo era la inmediatez. Con el paso de los años, este medio nativo conserva la misma lógica de presentar la información, caso contrario sucede con los diarios con doble versión, que se han esforzado por ir integrando esas herramientas en sus Web, (Punín et al., 2017).

2.1.2. Marco Referencial sobre la población de investigación

2.1.2.1. Antecedentes investigativos

Impacto del SEO en la Redacción Periodística Digital

La era digital ha impactado y cambiado todos los trabajos actuales, con algunos trabajos desapareciendo y otros apareciendo. Con la llegada de internet, muchas

empresas debieron adaptarse a un mundo que había migrado a las redes sociales y buscadores como Google. De lo contrario, estaban y están condenados. Una de esas profesiones, el periodismo, ha tenido que adaptarse a esta nueva realidad. Hasta principios de la década de 2000, la gente estaba acostumbrada a leer y consumir noticias, por lo que el negocio de los periódicos era rentable. El trabajo diario de un escritor es reportar encargos en la calle para convertirlos en historias al final del día para su publicación en periódicos impresos.

Sin embargo, con la digitalización, quienes se dedican al periodismo han tenido que cambiar por completo su día a día. Ahora, su lugar de trabajo está en una oficina, escribiendo noticias frente a una pantalla, y cada vez que salen a cubrir un evento importante, llevan consigo un pequeño dispositivo tecnológico: un teléfono móvil, que les permite conectarse y en vivo con su audiencia, a través de Facebook, Instagram y Twitter y otras plataformas interactivas.

Sin embargo, uno de los aspectos más importantes es la monetización del contenido web. Con los periódicos impresos, los medios tienen más ingresos porque obtienen dinero de la gente que paga por leer los periódicos y así obtener información. Además, diferentes empresas pagan mucho dinero por espacios publicitarios para llegar a más personas. Todo esto aporta estabilidad financiera a los directores de noticias.

Por otro lado, en la actualidad la información se consume en diferentes plataformas digitales, por lo tanto, la redacción digital de notas informativas debe optimizarse para los motores de búsqueda con el fin de llegar a la mayor cantidad de lectores posible. Es en este punto que los periodistas tienen que enfrentarse a varios

problemas ya que los lectores leen menos y se acostumbran a los datos de inmediato, por lo que los periodistas necesitan mejorar su redacción digital para posicionar sus noticias. Aparecen entre los primeros resultados de buscadores como Google porque cuantos más clics, más rentable.

El mayor problema es la redacción de noticias, que se ha visto influida por las nuevas formas de redacción para la web. Los periodistas que trabajan en la web tienen un objetivo simple: escribir de una manera que sea fácil de entender para los lectores y que los motores de búsqueda como Google puedan entender dados los algoritmos. Por ello, surgió la técnica de Search Engine Optimization (SEO), un proceso que permite aumentar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores de Internet.

Es importante recalcar que hacer periodismo en Internet no significa que uno deba abandonar sus buenos principios, entre ellos la exactitud y la verdad, la equidad y la imparcialidad, la humanidad, la responsabilidad y la independencia. Además, la notificación de noticias debe seguir informando respondiendo a cinco preguntas fundamentales: ¿Qué? ¿OMS? ¿cómo? ¿cuando? ¿Dónde?

El contenido web debe diferenciarse del contenido publicado en forma impresa, dejando de lado el simple hecho de que la información simplemente se "copia y pega" de un medio a otro. De esta manera, se agregará valor agregado a la información y se intentará fidelizar al lector, haciéndole saber que en su página siempre encontrará más información de la que nadie tiene para ofrecer.

Asimismo, los periodistas digitales tienen una gran ventaja sobre los periodistas tradicionales en la capacidad de obtener información en tiempo real sobre el comportamiento de la audiencia a través de análisis web proporcionados por los mismos motores de búsqueda que Google Analytics. De esta manera, puede ver cuántas personas hicieron clic en la nota y cuánto tiempo permanecieron en la página, lo que mostrará si a los lectores les gusta o no. En otras palabras, con esta herramienta puedes medir la popularidad de un autor.

Previo a esta investigación, se requerirá una evaluación cualitativa descriptiva e interpretativa. El objetivo es ver si los editores están debidamente capacitados para integrar los principios del periodismo con el mundo de la era digital, dando como resultado temas tan diversos como la inmediatez y el posicionamiento en línea.

Como conclusión de esta encuesta, se puede observar que el medio digital destaca mucho el titular, porque es totalmente informativo y directo, sin utilizar frases o frases que pongan en vilo al lector, por lo que se tiene la certeza de que respeta al máximo principio relevante de la divulgación del titular principal, También la red social ha capturado con éxito múltiples visitas. Se confirmó que los lectores fueron dirigidos (en su mayoría) a la página a través de una cuenta de Facebook, que ya tiene más de un millón de seguidores. Es por esto que se puede demostrar que el trabajo del community manager se está haciendo correctamente, (Tello, 2020).

2.1.3. Postura Teórica

Según Beneyto: El periodista es antes que otra cosa, un ordenador de informaciones y opiniones se subraya no sólo la oportuna idea del Periodismo y, por

ende, de la Redacción Periodística como la consecución de un orden, sino también la expresión antes que otra cosa; es decir, el carácter dominante de aquella idea.

Efectivamente, el periodista, el Periodismo o la Redacción Periodística pueden definirse de muy variadas maneras, pueden ser “muchas cosas”; pero lo que se busca en una depuración científica es lo que periodista, Periodismo o Redacción Periodística sean “antes que otra cosa”, su esencialidad, su última ratio.

La Redacción Periodística, y de ello es una prueba el presente análisis, puede ser considerada desde muy diversos puntos de vista y, por consiguiente, puede ser objeto de muy variadas definiciones. Pero un tratamiento científico y didáctico no se puede conformar con cualquiera de ellas, sino que, una vez examinadas las opciones concurrentes, debe señalar la que, por encima de parcialidades o circunstancias, resulte más permanente y sustantiva, (De Aguinaga, 2019).

Según Josep María Casaús: La Redacción periodística, es el estudio de los procedimientos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las formas de expresión y de las estructuras externas e internas que adoptan los mensajes informativos de actualidad y las unidades redaccionales periodísticas en general, al ser canalizadas a través de la prensa escrita y de más medios de comunicación.

Según Nuñez Ladevéze: Habla de la Redacción Periodística como un campo amplio y abierto en el **que**, si es importante el propio acto de redactar, aunque no es el exclusivo, ni tan siquiera el determinante, sino que coloca el acento en la acción de informar, **para** este autor, la Redacción Periodística no es el mero acto de redactar, sino el acto de informar o de redactar para informar.

Desde esta perspectiva, la Redacción Periodística se presenta como una actividad que trasciende del campo de las disciplinas lingüísticas porque requiere conocimientos teóricos y técnicos alejados de la exclusiva acción de redactar, (Herrera, 2019).

Según Hilda Basulto: Redactar es una actividad comunicativa de primer orden, que implica un estado cultural avanzado de quien la ejercita. Como no se trata de un acto cuyo dominio se practica de manera mecánica, sino de un proceso de construcción de productos escritos, su aprendizaje y su práctica demandan un cuidadoso proceso de elaboración de su materia prima el pensamiento y de su forma de expresión o presentación por medio de textos escritos. De esta concepción dialéctica de la escritura que vincula el pensar con el escribir deriva la necesaria y estrecha relación entre contenido y forma, que todo redactor debe valorar como prioritaria y como eje de cualquier ejercicio que se proponga realizar. En torno a ella giran, pues, las características o cualidades de la buena redacción, (Salazar, 2020).

2.2. HIPÓTESIS

2.2.1. Hipótesis General

Analizando la redacción periodística establecemos la influencia que tiene en los medios de comunicación digital de la ciudad de Quevedo, año 2022.

2.2.2. Hipótesis Específicas

➤ Reconociendo los tipos de redacción periodística mejoramos la comunicación digital.

- Analizando la influencia en la redacción periodística optimizamos los medios de comunicación digital.
- Realizando un tríptico el cual contenga información relevante sobre la redacción periodística, importancia y los beneficios, perfeccionamos el trabajo de los medios de comunicación digital.

2.2.3. VARIABLES

Variable Independiente

Redacción periodística

Variable Dependiente

Medios de Comunicación Digital

CAPÍTULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación

1.- ¿Qué tipo de contenido es el más difundido en el medio digital?

Tabla 1: Pregunta # 1 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Científico	0	0%
Académico	1	7%
Farándula	3	20%
Informativo	11	73%
Total	15	100%

Análisis. – Del total de encuestados obtuvimos como respuestas que el 73% de las informaciones difundidas por el medio periodístico son de contenido informativo, seguido de un 20% de farándula, un 7% de notas académicas, quedando así los datos científicos con un 0%.

Interpretación. - Ante las respuestas obtenidas por parte de los periodistas encuestados podemos interpretar que las noticias con más relevancia son las que tienen contenidos informativos debido a que estas son las que más atraen la atención de los internautas, seguido de las novedades de la farándula las cuales incrementan el entretenimiento quedando por último los datos académicos y los científicos.

2.- ¿Considera que el estilo que se le dé a la redacción periodística influya en la preferencia de los lectores e internautas hacia el medio digital y sea este de su total agrado para mantenerse informado?

Tabla 2: Pregunta # 2 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	87%
En ocasiones	2	13%
No influye	0	0%
Total	15	100%

Análisis. - A través de los encuestados se determinó que un 87% considera que el estilo que se le dé a la redacción periodística si influye en la preferencia de los lectores e internautas hacia un medio digital mientras que tan solo dos personas equivalentes al 13% creen que en ocasiones influyen, quedando de esta manera con un 0% una tercera opción siendo esta el no.

Interpretación. - Ante las respuestas obtenidas podemos interpretar que el 87% de los periodistas consideran que la forma, tratamiento o estilo de redacción que se le dé a la información si influye en la preferencia de los lectores puesto que será más atractivo para ellos además de entendible y adquirir información completa y necesaria ante lo que buscan, así se logrará crear una afinidad entre el lector y el medio digital, por otra parte, tan solo el 13% manifiesta que en ocasiones esto podría influir.

3.- ¿Los contenidos difundidos por el medio digital son?

Tabla 3: Pregunta # 3 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exclusivos del medio	12	80%
Divulgados de otro medio digital	3	20%
Total	15	100%

Análisis. – Ante las respuestas recopiladas obtuvimos que un 80% de los periodistas difunden información siendo exclusivas de ellos y del medio sin tener que basarse en datos recogidos y difundidos por colegas de profesión, mientras que un 20% nos manifestó que realiza todo lo contrario puesto que ejecutan divulgaciones tomadas de otros medios.

Interpretación. – Como interpretación de los datos recopilados se puede decir que un mayor porcentaje de periodistas del medio digital encuestado difunden información exclusiva de ellos y del medio, son quienes se toman todo el trabajo y tiempo para la recopilación de la mayor información posible ante un suceso y así difundir una nota completa sin tener que recurrir a tomar datos de otros colegas, mientras que la minoría siendo esta un 20% si la realiza con divulgación de otros medios debido a que datos faltantes lo toman de publicaciones ya realizadas.

4.- Una vez publicada la información se dan cuenta que tiene un error ortográfico ¿cuál es su accionar?

Tabla 4: Pregunta # 4 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Eliminar y corregir	15	100%
Ser diferente ante esta situación	0	0%
Total	15	100%

Análisis. - Ante las informaciones publicadas en los medios digitales suelen existir errores ortográficos por diversas circunstancias es por esto que ante las respuestas obtenidas por parte de los periodistas fue que el accionar de ellos ante este episodio es eliminar y corregir la información.

Interpretación. – Los ciudadanos necesitan estar bien informados, es por esto que el 100% de los encuestados consideraron como una acción correcta el eliminar y corregir los datos equivocados puesto que no es buena presentación para el medio digital ni mucho menos ético el divulgar contenidos erróneos.

5.- ¿Considera que el realizar un tipo de redacción poco formal atrae más la atención de los internautas y así poder aumentar los suscriptores e interacciones en la página informativa?

Tabla 5: Pregunta # 5 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	73%
No	1	7%
En ocasiones	3	20%
Total	15	100%

Análisis. – Como respuestas obtenidas por parte de nuestros encuestados el 73% consideran que una redacción poco formal si atrae la atención de los internautas y a su vez lograr incrementar los suscriptores e interacciones en la página informativa mientras que un 20% considera que esta estrategia puede en ocasiones funcionar y por último tan solo un 75 cree que no es un método adecuado ni funciona.

Interpretación. – Los medios digitales deben crear diversas estrategias y métodos para lograr incrementar los seguidores e interacciones puesto que las informaciones difundidas son para todo tipo de público es por esto que un 73% considera una estrategia acertada el realizar una redacción poco formal y así atraer más la atención, un 20% considera que eso funciona en ocasiones y tan solo un 7% considera que ese método no funciona.

6.- Según por la cantidad de likes obtenidos ¿qué contenido tiene mejor aceptación en los ciudadanos?

Tabla 6: Pregunta # 6 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Científico	0	0%
Académico	0	0%
Farándula	5	20%
Informativo	10	67%
Total	15	100%

Análisis. - Ante la encuesta realizada logramos obtener como resultado que el contenido con mayor aceptación por parte de los ciudadanos es la informativa teniendo un 67%, seguido de la farándula con un 20% debido a que estos tipos de datos atraen mucho la atención de los ciudadanos.

Interpretación. – Los ciudadanos cada día quieren obtener más contenidos sin embargo el de preferencia por ellos es el que contenga datos informativos esto lo manifiestan el 67% de encuestados, seguido de un 20% en el ámbito de la farándula puesto que todos los acontecimientos que tengan que ver en este ámbito atraen mucho la atención de los internautas.

7.- En una escala del 1 al 10 ¿Qué tan exhaustiva consideras que es tu trabajo a la hora de revisar las informaciones a publicarse?

Tabla 7: Pregunta # 7 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2	0	0%
3-4	0	0%
5-6	1	7%
7-8	5	33%
9-10	9	60%
Total	15	100%

Análisis. – Ante las informaciones recogidas por los periodistas estas necesitan tener un tratamiento adecuado puesto que se necesita indagar hasta el último detalle para poder brindar una noticia de calidad por eso del 100% de los encuestados solo un 60% realiza una investigación minuciosa un 33% la realiza con menos detalles y tan solo un 7% se queda en el medio de la escala que se podría decir solo toman datos a medias.

Interpretación. - Ante la obligación y ética de un buen periodista el recopilar la mayor cantidad de datos sobre un suceso tan solo 9 personas del total de nuestra muestra equivalente al 60% consideran realizan un excelente trabajo en ese ámbito siendo un porcentaje mayor al promedio medio igual sigue siendo poco aceptable puesto que todos los periodistas deben realizar un trabajo detallado, debido a que el 33% consideran realizar un trabajo un poco menos que excelente y un 7% lo realiza en un promedio medio.

8.- En el momento de recopilar los datos para difundir una información ¿lo realiza de forma?

Tabla 8: Pregunta # 8 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente presencial	14	93%
Parcialmente presencial y datos extras los toma de otros colegas	1	7%
Espera que otro medio lo publique para replicar la información	0	0%
Total	15	100%

Análisis. - Ante la toma de información sobre un suceso el 93% de nuestros encuestados manifestaron que lo realizan totalmente presencial, mientras tan solo una persona equivalente al 7% de nuestro total nos dice que lo realiza parcialmente presencial y a su vez datos extras los toma mediante llamadas.

Interpretación. - La ética profesional de un periodista consiste en ejecutar su trabajo correctamente este consiste en realizar las respectivas averiguaciones en el lugar de los hechos por esto la mayoría de nuestros encuestados contestaron que, si lo realizan de cierta manera teniendo como resultado informaciones propias mientras que solo 1 periodista lo realiza tomando de apoyo datos de internautas, mediante llamadas telefónicas.

9.- Entre los lectores e internautas ¿qué tipo de información tiene más interacción?

Tabla 9: Pregunta # 9 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Las que a primera vista contienen pocos datos sobre el suceso.	3	93%
Las noticias más extensas, con mayores datos, pero se visualizan luego de presionar un link o hiperenlace	12	7%
Total	15	100%

Análisis. - Ante las informaciones divulgadas en las redes sociales más en específico en las páginas de Facebook los periodistas manifiestan que los internautas tienen de preferencia las noticias más extensas, con mayores detalles sobre los sucesos teniendo esta opción un 80% mientras que las informaciones con poco contenido tienen menos importancia ante los lectores.

Interpretación. - A los ciudadanos les gusta estar bien informados por esto prefieren los contenidos noticiosos con la mayor cantidad de detalles posibles por esto el 80% de los ciudadanos a través de sus interacciones manifiestan que prefieren las noticias extensas aun así tengan que realizar las acciones de ingresar a la información a través de un link o hiperenlace, mientras que tan solo un 20% prefiere los contenidos pequeños y resumidos.

10.- Al en este medio digital realizar las publicaciones de las informaciones de manera digital e impresa ¿Utilizan la misma técnica de redacción periodista

Tabla 10: Pregunta # 10 de la encuesta

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si se utiliza la misma técnica	11	73%
Se cambia un poco la técnica	3	20%
Se utilizan técnicas diferentes	1	7%
Total	15	100%

Análisis. - Todo periodista si desea tener su identidad propia y ser reconocido por el simple hecho de como emite una información este creará su propio estilo y técnica de redacción periodística, sin embargo al utilizar una misma información para difundirlo en 2 diferentes medios el 73% manifiesta que si utilizan la misma técnica puesto que si realizan hasta un mínimo cambio las personas podrían interpretar que es realizada por otro periodista, un 20% considera que si cambian un poco la técnica en un medio de otro y tan solo un 7% si cambia por completo su técnica al momento de realizar las divulgaciones en el respectivo medio.

Interpretación. – Ante los resultados obtenidos podemos interpretar que los periodistas a más de brindar informaciones completas también desean ser reconocidos ante la sociedad por sus trabajos realizados es por esto que crean estilos y técnicas propias siendo esta utilizada en todos los medios a los cuales se difunden los contenidos.

3.2. Conclusiones General y Específicas

3.2.1. Conclusión General

La importancia de los medios digitales es la información que difunden por esto algo primordial en aquello es la redacción que realicen en sus contenidos, a través de nuestra encuesta ejecutada obtuvimos como resultado que el tipo de redacción empleada es relevante y si influye ante los internautas puesto que esta es la manera en que se atrae su atención logrando de esta forma incrementar cada día más los seguidores y suscriptores ya que esta es el modo en que se generan ingresos monetarios y solventar todo lo que requiera el medio de comunicación.

3.2.2. Conclusiones Específicas

- Luego de la recopilación de datos pudimos reconocer y concluir que el tipo de redacción periodística más utilizada es la informativa puesto que es la categoría de contenido que los individuos más buscan y requieren de los medios digitales.

- Por medio de nuestros encuestados podemos conocer que la redacción periodística si influye en los medios de comunicación digital debido a que esa es la forma en que la información es presentada a los ciudadanos y será así como cada uno tendrá su preferencia ante cada periódico digital en vista de que brindan contenidos completos, entendimiento en sus mensajes y lo más importante la veracidad y credibilidad.

- La realización de un tríptico dirigido a los periodistas con contenido relevante sobre la redacción periodística, la importancia y beneficio de dicho tema beneficiará a los profesionales como tales y a su vez al medio digital en el que laboran puesto que la información que contenga ayudará a concientizar y elaborar un mejor trabajo y así se logren convertir en prioridades para la ciudadanía en general.

3.3. Recomendaciones General y Específica

3.3.1. Recomendación General

Ante la importancia que tiene la redacción periodística en un contenido noticioso que será divulgado a través de un medio digital, se recomienda la revisión minuciosa de dicho texto puesto que en la actualidad se logran apreciar datos con faltas ortográficas, alteración a la verdad, toma de información de otros medios sin realizar los nombramientos, créditos o señalamiento de la fuente correspondientes causando esto dudas, desinformación y divulgación confusa en los ciudadanos.

3.3.2. Recomendaciones Específicas

- Al ser el tipo de redacción periodística informativa la más utilizada por los medios digitales se recomienda se realice su divulgación con datos exactos y verídicos para así los ciudadanos con toda confianza puedan replicar estos contenidos y sean más las personas informadas correctamente y no se viralice una desinformación que podría ocasionar daños morales a los individuos involucrados.

- Siendo la redacción periodística influyente en los medios digitales se sugiere la actualización constante en los periodistas sobre los conocimientos y técnicas que tengan que ver con todo lo relacionado a la redacción periodística, divulgación y toma de información de un hecho noticioso para brindar contenidos de calidad y oportunos que sean de vital importancia para los ciudadanos.

- Como aporte de nuestro trabajo investigativo mediante un tríptico se proponen y brindan ciertas informaciones relacionadas a la redacción periodística las cuales se sugiere tomar en consideración puesto que serían de ayuda para la realización de un mejor trabajo por parte de los profesionales en la comunicación.

4. CAPÍTULO IV. – PROPUESTA TEÓRICA DE APLICACIÓN

4.1. Propuesta de aplicación de resultados

4.1.1. Alternativa obtenida

Al culminar esta investigación se pudo comprobar que la redacción periodística si influye en los medios de comunicación digitales es más esto es un papel fundamental y su carta de presentación ante la ciudadanía en general puesto que de esta manera el periodista y periódico digital se ganarán la credibilidad de los individuos y querrán más contenidos noticiosos por parte de un canal informativo que siempre brinda datos completos y veraces.

Realizar un tríptico el cual contenga información relevante sobre la redacción periodística, su importancia y los beneficios que trae a los medios de comunicación digitales.

La propuesta de la realización de un tríptico con información relevante sobre la redacción periodística ayudará a que los profesionales en la comunicación tengan en consideración datos que talvez hayan sido olvidados por parte de ellos al momento de ejecutar la escritura de los contenidos noticiosos y así puedan brindar una noticia verás y certificada.

4.1.2. Alcance de la alternativa

A través de la investigación realizada podemos interpretar que se necesita la divulgación hacia los comunicadores de información relevante sobre todo lo que conlleva una buena redacción periodística puesto que esto les ayudará a ejercer mejor su profesión y a su vez realzar el nombre de la institución laboral a la que pertenecen y sirve de canal para la difusión de los hechos noticiosos recopilados.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1. Antecedentes

La ciencia digital está perjudicando todas las costumbres de la vida de los seres humanos en conjunto con sus profesiones debido a que está cambiando los cursos tradicionales de la investigación, producción, divulgación de los mensajes periodísticos, es más tanto así que el cambio también se evidencia entre el comunicador y el público o también reconocidos como emisor y receptor.

Esta transformación está variando el método de producción de conocimiento, las maneras para guardarlo, transmitirlo y comprenderlo. La hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad son exactamente las características que mejor definen al periodismo de las tecnologías digitales. Debido a la tecnología digital y las redes telemáticas siendo el internet el primordial elemento este modelo de periodismo ha logrado agregar en sus avances y resultados opciones imposibles de incrementar en el periodismo tradicional impreso, radiofónico y de televisión, incorporando de esta forma la hipertextualidad debido a que concede la organización de los textos en diferentes ordenadores y a su vez poder enlazarlos.

Seguido de la multimedialidad la cual permite la difusión de información de una manera más animada y atractiva a la vista del público puesto que esta admite agregar texto, imagen y sonido logrando que eso sea un mensaje comunicativo, por ultimo también ha potencializado la interactividad que esto colocado en el ámbito periodístico permite la interacción inmediata entre el periodista y los internautas intercambiando opiniones y comentarios en cuestión de segundos. (Urdaneta, 2019).

4.1.3.2. JUSTIFICACIÓN

La presente propuesta es dirigida a los periodistas digitales de la Ciudad de Quevedo debido a que en su ámbito laboral la redacción periodística juega un papel fundamental para la ejecución de un buen rol profesional sin embargo en la actualidad se pueden observar falencias en este aspecto esto tras varios factores que pueden afectar tales como la falta de revisión, el deseo de presentar una primicia o a su vez querer ser más llamativos o atractivos en la información brindada.

Esta proposición se basa en la difusión de información a través de un tríptico dirigido a los periodistas con contenidos relevantes relacionados a la redacción periodística, su importancia y beneficios que esta pueda brindar al medio digital por el cual se difunden los hechos noticiosos además de los beneficios que esto trae consigo al comunicador que resalta la información.

El resultado desea es concientizar a los encargados de brindar información a los ciudadanos a realizarlo de una manera ética y verás y lograr así poco a poco incrementar la confianza de credibilidad en los individuos y ser prioridad de medio informativo para las personas que buscan estar bien informados.

4.1.4. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

IMPORTANCIA DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA



Si el objetivo es la proyección de la imagen e identidad de cada periodista a través de una red social, no cabe duda que una mala redacción con faltas ortográficas, una expresión poco clara o desubicada respecto al contexto y el target, lo pueden llevar en caída libre al desprestigio y la mofa por esto es importante cuidar:

- La ortografía y la redacción
- La cohesión y coherencia de los textos
- Los tiempos
- La agilidad de la lectura

REDACCIÓN PERIODÍSTICA



La redacción periodística es el estudio de los procedimientos de selección y valoración de hechos e ideas, y de las formas de expresión y de las estructuras externas e internas que adoptan los mensajes informativos de la actualidad y las unidades de redacción periodísticas en general, al ser canalizadas a través de la prensa digital y demás medios de comunicación.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO “EXTENSIÓN QUEVEDO”

REDACCIÓN PERIODÍSTICA




ALUMNA

BETTY EPIFANIA SOLÍS MADRID

DOCENTE TUTOR

Lcda. RELFA NAVARRETE ORTEGA

CARACTERÍSTICAS PARA UNA BUENA REDACCIÓN DIGITAL	BENEFICIOS DE UNA BUENA REDACCIÓN PERIODÍSTICA	DOCUMENTO REALIZADO CON EL
<p>La comunicación digital requiere de adaptaciones en las maneras de recopilar información, los estilos de redacción, los métodos y los canales. Como estilo de comunicación, la redacción para medios digitales tiene las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalización • Actualización Constante • Conectividad • Optimización • Diferentes tipos de redacción digital <p>TIPS PARA LA REDACCIÓN DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalización de los contenidos incluyendo títulos e imágenes atractivas a la vista de los internautas. • Organización de ideas de forma que el proceso de redacción no sea algo realizado de forma improvisada. 	<p>PARA LOS PERIODISTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr reconocimiento por su excelente labor a nivel local y nacional. • Poder convertirse en un periodista cotizado por siempre brindar información relevante y oportuna. <p>PARA EL MEDIO DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear y aumentar la confianza y pensamiento de credibilidad en los ciudadanos que consumen las informaciones del medio digital. • Lograr la recomendación de usuario en usuario y así incrementar los seguidores y suscriptores para la página informativa. • Con el incremento de usuarios existen los espacios publicitarios por parte de las empresas lo cual genera más ingresos económicos. 	<p>FIN DE CONCIENTIZAR A LOS COMUNICADORES A LA EJECUCIÓN DE UN BUEN TRABAJO PERIODISTICO ADEMÁS DE PROYE CTAR UNA PEQUEÑA PARTE DEL BENEFICIO EXISTENTE TANTO PARA LOS CIUDADANOS, EL PROFE SIONAL COMO TAL Y EL MEDIO DIGITAL EN EL QUE LABORAN.</p>
		

4.1.5. CONCLUSIÓN

Ante la divulgación de información oportuna y relevante dirigida a los periodistas del Cantón Quevedo a través de un tríptico realizado de mi parte ayudará a concientizar a los profesionales de la comunicación y así ejecuten una buena labor en el campo que les compete teniendo beneficios bilaterales, puesto que los ciudadanos podrán obtener noticias de calidad y veraces y a su vez los comunicadores lograrán ser reconocidos por su credibilidad plasmada en cada hecho noticioso difundido.

4.1.6. RECOMENDACIONES

Se sugiere la toma de consideración e importancia a la información brindada puesto que en general son conclusiones tomadas a través de un estudio realizado en donde el factor primordial es la redacción periodística ejecutada y la cual hoy en día se logran apreciar falencias en el canal de difusión.

BIBLIOGRAFÍA

- De Aguinaga, E. (02 de Diciembre de 2019). *Catedrático Emérito de Periodismo* . Obtenido de Nuevo concepto de Redacción Periodística:
file:///C:/Users/Personal/Downloads/ecob,+ESMP0000110307A.PDF
F%20(5).pdf
- Durango, A. (11 de Marzo de 2022). *snhu.edu*. Obtenido de tipos de medios digitales: <https://es.snhu.edu/noticias/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Guevara, C., & Cedeño, X. (15 de Junio de 2017). *Revista Sinapsis*. Obtenido de Técnicas de redacción y estilo periodístico en la formación académica:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8280879.pdf>.
- Gutiérrez, C., & González, R. (Junio de 2019). *Revistas.ucu.edu*. Obtenido de Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital:
<https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/1793/1783>
- Hernández, S. (21 de Febrero de 2021). *veigler.com*. Obtenido de Técnicas de redacción básicas y complementarias:
<https://veigler.com/tecnicas-de-redaccion/>
- Herrera, E. (13 de Octubre de 2019). *Actividad periodística*. Obtenido de La redacción periodística:
<http://actividadperiodistica.blogspot.com/2011/11/la-redaccion-periodistica.html>
- Lopezosa, C., Trillo, M., Codina, L., & Cabrera, M. (03 de Febrero de 2021). *Riunet.upv.es*. Obtenido de El SEO en la empresa

periodística: percepciones y elementos clave para su adopción en las redacciones:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/176348/LopezosaTrillo-DominguezCODINA%20-%20El%20SEO%20en%20la%20empresa%20periodistica%20percepciones%20y%20elementos%20clave....pdf?sequence=1>

Martín, I. (21 de Octubre de 2018). *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Obtenido de Ciber Redacción Periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio.: <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009207.pdf>

Punín Larrea, M. I., Rivera Rogel, D., & Marín Gutiérrez, I. (25 de Julio de 2017). *Revista Dilemas Contemporáneas: Educación, Política y Valores*. Obtenido de El periodismo digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia: <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/378/381>

Punín, M. I., Rivera, D., & Marín, I. (15 de Septiembre de 2017). *Revista Dilemas Conyemporáneos: Educación, Política y Valores*. Obtenido de El periodista digital en Ecuador. Reflexión desde la academia.: <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/378/381>

Quesada, B. (31 de Octubre de 2021). *Intef.es*. Obtenido de Medios de comunicación digitales: http://descargas.intef.es/recursos_educativos/It_didac/CCSS/2/04/04_lost_medios_de_comunicacion_digitales/crditos.html

Salazar, A. (29 de Marzo de 2020). *Ittizimin.edu.mx*. Obtenido de La redacción: concepto, características, sus fases: http://www.ittizimin.edu.mx/wp-content/uploads/2016/08/La_Redaccion.pdf

Tello, M. M. (23 de Enero de 2020). *repositorioacademico.upc*. Obtenido de Impacto del SEO en la Redacción Periodística Digital: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648830/Castro_cc.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Urdaneta, J. (21 de Junio de 2019). *Redalyc.org*. Obtenido de Redacción en cibermedios para comunicadores en formación: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520710011.pdf>

ANEXOS

PRESUPUESTO

Tabla 11: Presupuesto

Material	Valor unitario o mensual	Valor Total
Internet	\$30.00	\$90.00
Hojas de papel	\$5.60	\$5.60
Tinta para impresora	\$20.00	\$20.00
Viáticos para la realización de la encuesta	\$0.30	\$1.20
TOTAL		\$116.80

Debido a que nuestro proyecto investigativo se basó más en la búsqueda de fuentes bibliográficas que ayuden a sustentar nuestra problemática existente y solo se ejecutó trabajo en campo en el momento de realizar la encuesta a nuestra población determinada el gasto no fue mayor ni excesivo teniendo un total de inversión de \$116.80.

CRONOGRAMA

Tabla 12: Cronogram

FECHA	MES		DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANAS		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
	ACTIVIDADES																									
			X																							
			X																							
			X																							
			X																							
				X																						
					X																					
						X																				
							X	X	X	X																
										X																
											X	X														
													X													

GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

Ilustración 1: Gráfico # 1 de la encuesta

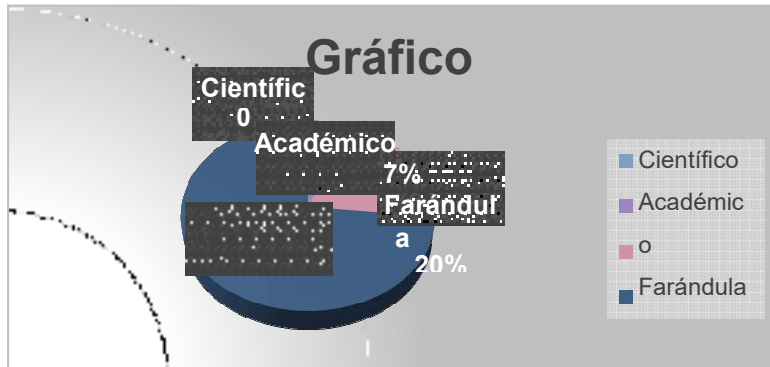


Ilustración 2: Gráfico # 2 de la encuesta

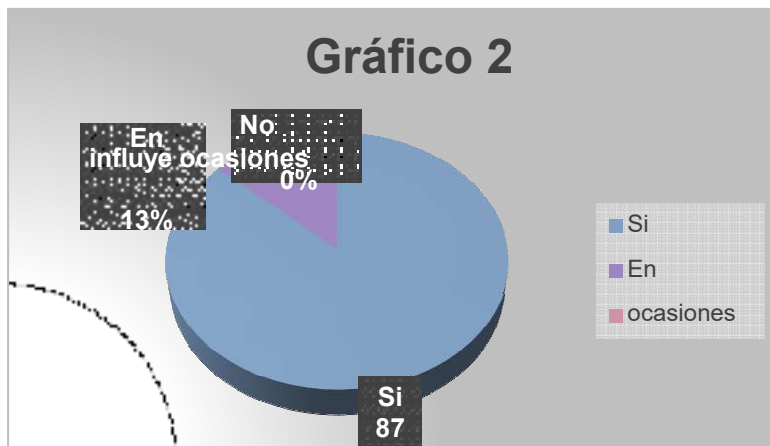


Ilustración 3: Gráfico # 3 de la encuesta

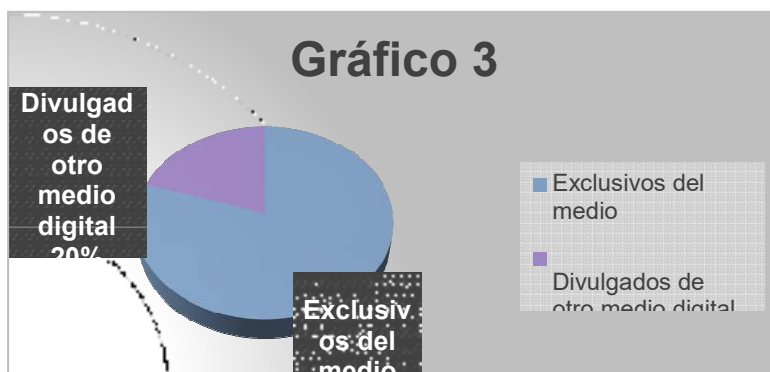


Ilustración 4: Gráfico # 4 de la encuesta

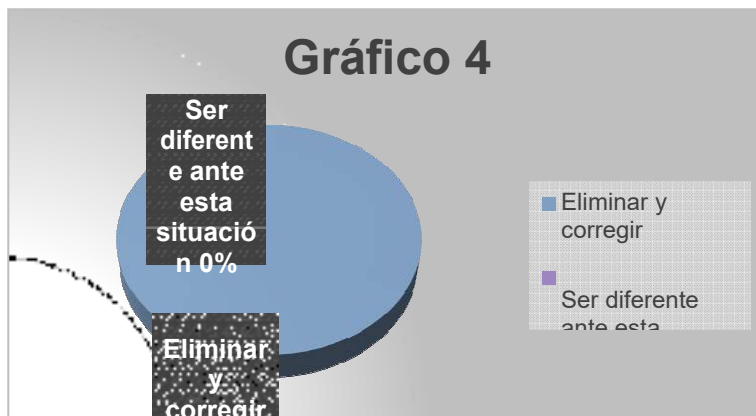


Ilustración 5: Gráfico # 5 de la encuesta

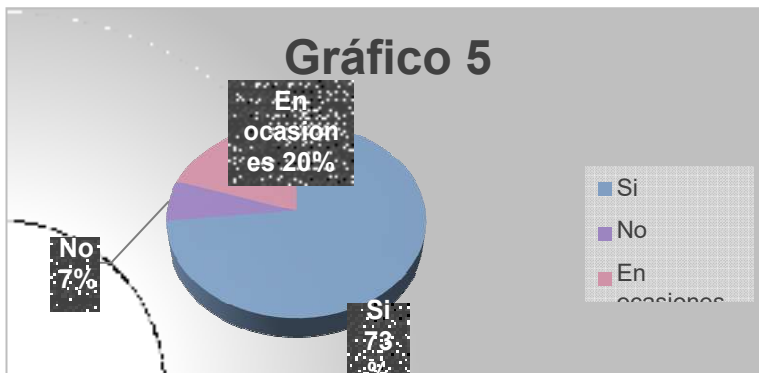


Ilustración 6: Gráfico # 6 de la encuesta

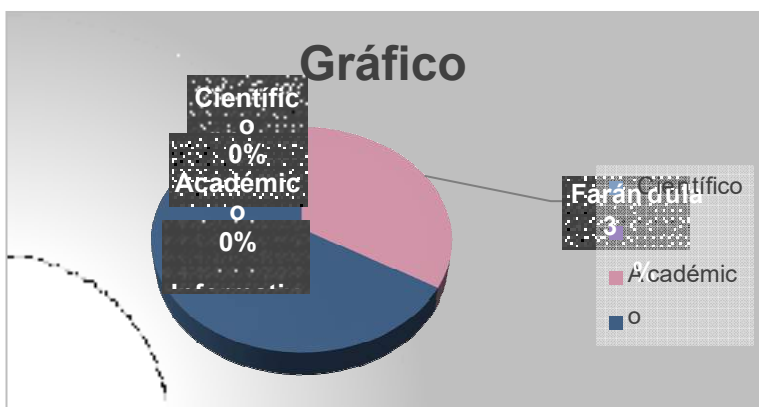


Ilustración 7: Gráfico # 7 de la encuesta

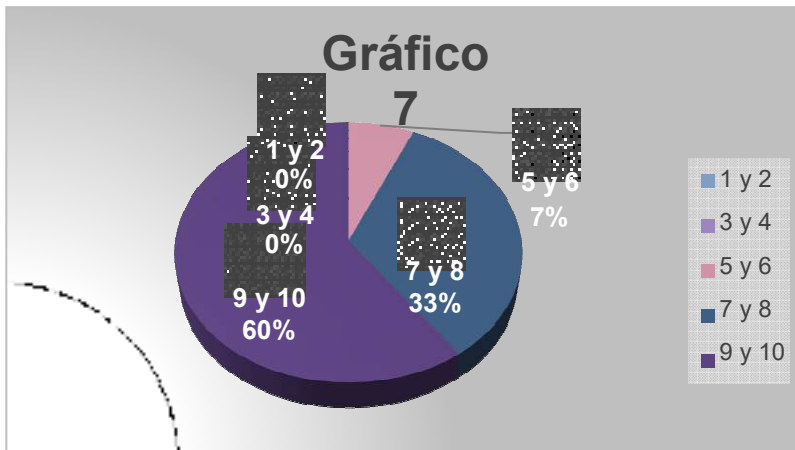


Ilustración 8: Gráfico # 8 de la encuesta

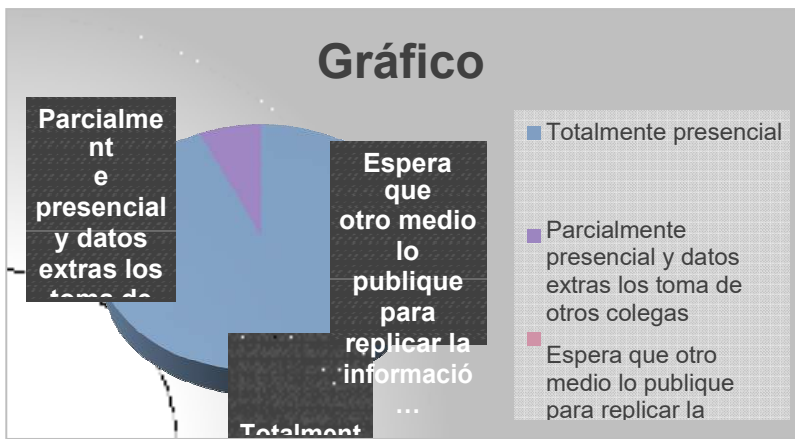
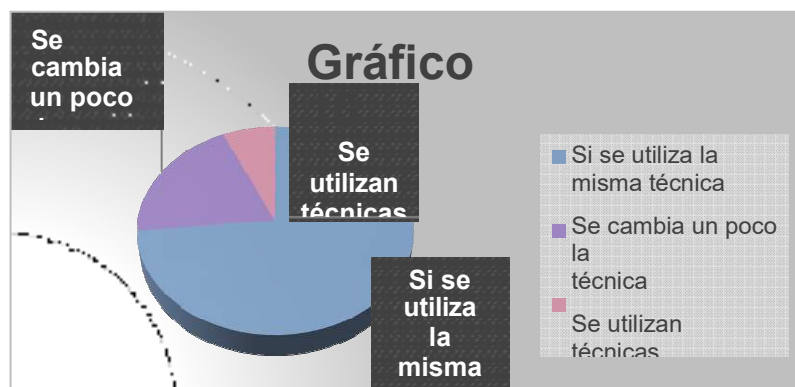


Ilustración 9: Gráfico # 9 de la encuesta



Ilustración 10: Gráfico # 10 de la encuesta



Cuestionario

1.- ¿Qué tipo de contenido es el más difundido en el medio digital?

- Científico
- Académico
- Farándula
- Informativo

2.- ¿Considera que el estilo que se le dé a la redacción periodística influya en la preferencia de los lectores e internautas hacia el medio digital y sea este de su total agrado para mantenerse informado?

- Si
- En ocasiones
- No influye

3.- ¿Los contenidos difundidos por el medio digital son?

- Exclusivos del medio
- Divulgados de otro medio digital

4.- Una vez publicada la información se dan cuenta que tiene un error ortográfico ¿cuál es su accionar?

- Eliminar y corregir

- Ser diferente ante esta situación

5.- ¿Considera que el realizar un tipo de redacción poco formal atrae más la atención de los internautas y así poder aumentar los suscriptores e interacciones en la página informativa?

- Si
- No
- En ocasiones

6.- Según por la cantidad de likes obtenidos ¿qué contenido tiene mejor aceptación en los ciudadanos?

- Científico
- Académico
- Farándula
- Informativo

7.- En una escala del 1 al 10 ¿Qué tan exhaustiva consideras que es tu trabajo a la hora de revisar las informaciones a publicarse?

- 1-2
- 3-4
- 5-6
- 7-8
- 9-10

8.- En el momento de recopilar los datos para difundir una información ¿lo realiza de forma?

- Totalmente presencial
- Parcialmente presencial y datos extras los toma de otros colegas
- Espera que otro medio lo publique para replicar la información

9.- Entre los lectores e internautas ¿qué tipo de información tiene más interacción?

- Las que a primera vista contienen pocos datos sobre el suceso.
- Las noticias más extensas, con mayores datos, pero se visualizan luego de presionar un link o hiperenlace

10.- Al en este medio digital realizar las publicaciones de las informaciones de manera digital e impresa ¿Utilizan la misma técnica de redacción periodista

- Si se utiliza la misma técnica
- Se cambia un poco la técnica
- Se utilizan técnicas diferentes



Encuestado
Lcdo. Galo Barzola



Encuestada
Lcda. Mónica Zamora



Encuestada
Lcda. Cinthya Chanotasig



Encuestado
Lcdo. Guido Bricio



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FECHA: 23/3/2023

SR(A).

COORDINADOR DEL UNIDAD DE TITULACIÓN DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA - QUEVEDO
EN SU DESPACHO.-

DE MI CONSIDERACIÓN:

EN RELACION A LA DESIGNACIÓN COMO DOCENTE TUTOR PARA GUIAR EL TRABAJO DE TITULACIÓN
COC* EL T.O.M.A.:

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	DE REDACCIÓN PERIÓDICA Y SU INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE QUEVEDO, AÑO 2022.
---------------------------	--

PERTENECIENTE A EL/LOS ESTUDIANTES:

COMUNICACION SOCIAL	OLIS MARIOL BETTY EPIFANIA
---------------------	----------------------------

AL RESPECTO TENGO A BIEN INFORMAR QUE EL/LOS ESTUDIANTES HAN CUMPLIDO CON LAS DISPOSICIONES ESTABLECIDAS EN EL RECLAMAMIENTO ESTRUCTURATIVO DE TITULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, EN LOS TIEMPOS ESTABLECIDOS A SU VEZ.

POR LO ANTERIOR, EL TRABAJO DE TITULACIÓN ES APROBADO POR QUIEN SUSCRIBE. ASÍ TORCIENDO A CONTINUAR COC EL PROCESO LEGAL PERTINENTE.

POR LA ATENCIÓN QUE SE OFRECE AL PRESENTE, ME SUSCRIBO.

TELÉFONO: NTE.

RELFA MAGDALENA NAVARRETE ORTEGA
DOCENTE TUTOR DEL EQUIPO DE TITULACIÓN



Av. Universitaria Km 2 1/2 Vía Montalvo
 05 2570 369
 rectorado@utb.edu.ec
 www.utb.edu.ec



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
EXTENSION QUEVEDO
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL



RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN, TITULADO: REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2022.

PRESENTADO POR LA SEÑORITA SOLÍS MADRID BETTY EPIFANIA

OTORGA LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL:



DAZA SUAREZ SANDRA KARINA
DELEGADO DE LA DECANA



TRIANA PALMA MELBA LILIAN
PROFESOR ESPECIALISTA



MACKENCIE ALVAREZ CLEOPATRA
YOHANNA
DELEGADO DE LA UIC

AB. SANDRA VITERI GARCÍA
SECRETARIA (E) DE LA
FACULTAD