



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación  
Centro de Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital

"Plan de estudios en periodismo para el Medio Digital: Chileh, Net, del Continente y de Pasado"

Trabajo de titulación previa a la obtención del título de  
Licenciado en Comunicación Social en  
Periodismo y Comunicación Digital

AUTOR:  
Jorge Arturo García Berrío  
C.I. 68872947  
jgarcia@ugf-netchile.com

DIRECTOR:  
Dr. Wilson Orlando Gómez Andrade, MSc.  
C.I. 68893794  
Cuenca, Ecuador  
20 de octubre de 2022

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad, por un lado, crear un plan de Estrategias para el medio de comunicación digital Chileil Sur, del canal Pecei, con el objetivo de que desarrolle un crecimiento sostenido y de forma progresiva que le permita competir a una escala mayor con la principal, como a nivel nacional. Adicionalmente se analiza la necesidad que surge los habitantes del canal campo Pecei, también conocido como La Ruralidad del Cofre de contar con un medio de comunicación independiente, totalmente digital, que refleje del acontecer diario dentro del territorio del campo.

El desarrollo de este plan de Estrategias representará un compromiso, sobre todo porque el medio de comunicación Chileil Sur al ser digital y al operar dentro de un canal de 12.000 habitantes – según el censo poblacional del 2010 – donde hay 2.477 hogares, con un nivel de GDIPI, una acción a favor del 2010 obtenida de los estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, contribuye a desarrollar un análisis acerca del uso de comunicación digital. La participación de los habitantes de Pecei a nivel local, sobre esta acción de una indagación de conceptos y características principales para la creación de una comunidad virtual en un territorio digital en busca de establecer de una identidad y poder de que constituya la política comunicacional activa – que es su propósito es encontrar a distancia bajo del canal campo – según los canales de validación sobre análisis.

**Palabras clave:** Pecei, Chileil Sur, Medio digital, Comunicación digital, Indagación, Conceptos, Comunidad virtual.

## Abstract

The purpose of this research work was, on one hand, to create a strengthening plan for the digital communication means called Chileo Net, in the Piscoi commune, with the objective of developing accessibility and promoting growth that allows to respond to other sectors, both in the previous and at the national level. On the other hand, according to how the work was carried out, it was possible to confirm the impact made by the initiatives of this nature of the being previous, also known as La Facultad del Culo, to have an independent, individual or digital means of communication, to report daily events within the territory that corresponds to Piscoi territory.

The development of this strengthening plan represented its complexity, above all because the communication means of Chileo Net, being digital and operating within a range of 12,000 inhabitants according to the 2010 population census, when there are 2,477 households, with only 1,076, with Internet access (2018 figures, obtained from the Agency of the National Institute of Statistics and Censuses), led to the development of an analysis about the existing relations between digital communication and the inhabitants of Piscoi, through an investigation of concepts and characteristics for the creation of a virtual community in a territory where there are no precedents of this nature. Despite the fact that currently the economically active population, which is directly working and in the development zone, digital access is not in social networks.

**Keywords:** Piscoi, Chileo Net, Digital media, Digital communication, Digital Concepts, Virtual community.

**INDICE DE CONTENIDOS**

INTRODUCCION	4
CONTENIDO	11
<b>EL PODER DE LA INFORMACION DETRAS DE UNA BUENA LABOR PERIODICA</b>	<b>15</b>
Introducción	15
Los medios de comunicación y el internet	20
El periodismo digital	27
Calidad informativa	32
CONTENIDO	34
<b>CONSCIENCIA Y ACORDAMIENTO DE UN MEDIO DIGITAL</b>	<b>34</b>
Los contenidos de los medios digitales	36
El uso ético de los contenidos y el respeto a la privacidad	40
Comunicación digital y uso de redes sociales	48
CONTENIDO	57
<b>MEDIO DIGITAL DE BAJA LA LEY</b>	<b>57</b>
Introducción	57
Primer medio del medio en el periodo marzo 10 - mayo 10 2009	60
Segundo medio del medio en el periodo mayo 11 - agosto 10 2009	65
Tercer medio del medio en el periodo agosto 11 - agosto 10 2009	74
Medio periodístico medio digital Onda3.net	78
Plan de comunicación	85
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFIA	98
ANEXOS	102
Anexo de contenido	102
Medios digitales	117

**ÍNDICE DE IMÁGENES**

Imagen 1. Página de Facebook	58
Imagen 2. Perfil de la página del medio de comunicación Chile24 Sur	59
Imagen 3. Imágenes informativas del medio de comunicación Chile24 Sur	60
Imagen 4. Imágenes informativas del medio de comunicación Chile24 Sur	61
Imagen 5. Imágenes de apoyo social del medio de comunicación Chile24 Sur	62
Imagen 6. Ofertante del medio de comunicación Chile24 Sur	62
Imagen 7. Imágenes informativas del medio de comunicación Chile24 Sur	63

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Nivel del contenido	107
Gráfico 2. Edad del contenido	108
Gráfico 3. Uso de microtecnologías	107
Gráfico 4. Plataforma digital más usada	106
Gráfico 5. Uso de medios de comunicación	107
Gráfico 6. Tiempo promedio de comunicación	108
Gráfico 7. Disponibilidad de servicios de comunicación	109
Gráfico 8. Medio de comunicación más usado	110
Gráfico 9. Uso de medios de comunicación	111
Gráfico 10. Vídeos a medio de comunicación	112
Gráfico 11. Promoción de noticias	113

Gráfico 12. Población de no San Sebastián	114
Gráfico 13. Eje de rotación que se pasa a comarca	115
Gráfico 14. De acuerdo o de acuerdo	116







**Dedicatoria**

A la que està llegint este treball de final de curs.

Per descompte de ser el meu primer treball de final de curs i perquè he tingut un gran moment de vida, he dedicat este treball a la meua filla, la meua filla, la meua filla.

Si no podes veure aquest treball, contacta amb el meu professor de matemàtiques, perquè puguem trobar la manera de que pugues veure aquest treball.  
Marta Lluís King

#### Agradecimientos

En el presente trabajo quisiera agradecer a todos aquellos profesores que han compartido con un grado de amabilidad y disponibilidad personal, académica y profesional, quienes han sido el soporte y motivación para seguir adelante y cumplir los sueños de seguir estudiando y aprender, así como también los amigos que me han acompañado en esta etapa.

De manera especial agradezco a mis abuelos: María Dolores y Nemesio Pizarro, a mis padres: Alejandro Pizarro y Jorge García, a mis hermanas: Mariana Pizarro y Valeria García, a mi hermano: Nicolás Pizarro Pizarro, y a mi mejor amigo: Matías Pizarro. Asimismo, quisiera agradecer voluntariamente a los profesores de esta institución que han permitido que yo pueda realizar satisfactoriamente con todo el éxito.

Finalmente le diré un gran saludo a todos mis miembros de la Universidad de Chile, quienes con su compromiso han permitido formar a profesionales de la Comunicación Social que como yo obtendrán un título de la mejor manera a la vez.

## INTRODUCCION

El medio de comunicación Chile24 Sur, del Canal Puntal, presenta una alta necesidad de un plan de fortalecimiento que le permita tener un desarrollo sostenible, no sólo para enfrentar oportuno y eficientemente a los habitantes de dicho canal, sino, también, la posibilidad de expandir a otros canales de la provincia del Aysén y a nivel nacional. Al hablar de medios de comunicación, se pensó en utilizar un medio tecnológico de vanguardia pero tecnológicamente información de diversa índole, llegando a varios lugares y por ende con diferentes así a miles de personas, en comunicación de dicha información. El objetivo de este trabajo de titulación es presentar a Chile24 Sur de dicho plan.

Para poder operar con el plan de crecimiento para el medio digital Chile24 Sur, es necesario determinar las diversas comunicaciones de los equipos de dicho medio, a raíz de una implementación del proceso de crecimiento y la respuesta a interrogantes, como: ¿El medio digital tendrá control de contenido? ¿está adecuado el diseño del medio digital? ¿Cuál es la percepción de crecimiento del medio digital? ¿cuál es una línea gráfica de acción? Interrogantes que se discutirán y responderán a través de la metodología basada en la investigación bibliográfica, así del medio de Chile24 Sur de conceptos y características para la formación de una comunidad virtual y aplicación del método de la observación.

En el Primer Capítulo hace referencia a los medios de comunicación y la necesidad del uso humano de esos medios de comunicación, los cuales se dividen en algunos momentos fueron hechos, se

embargo, cumplir su función de registrar sus presentaciones, opiniones e actuaciones, y por  
de otro, se puede decir que es una forma de comunicación bidireccional. Por otro lado, conforme  
a la expansión de los medios, comenzamos a aparecer nuevas formas de comunicación, tales como

la televisión, la radio y la prensa escrita, que fueron desde sus comienzos fundamentadas  
para la difusión masiva de información de interés público.

Además se alude la evolución de los medios de comunicación, dando nueva posibilidad  
de comunicación a las personas, como el caso de la tecnología y la llegada del internet a los  
hogares. La forma de comunicación pasó de ser analógica a digital y las personas comenzaron  
a consumir información a través de dispositivos móviles.

En la actualidad se le otorga denominación "Medios de Comunicación", de acuerdo a la Ley General de  
2010, que se define el hecho de que la sociedad consume de forma masiva internet. Queda  
incluida en la lista de tecnologías de información y comunicación, son aquellos personas que han nacido  
en la era digital, conocida también como "nativos digitales", un término acuñado por Mark  
Petersen en 2001.

El Segundo Capítulo, describe la web 2.0 los medios que actualiza la comunicación. Lo más  
conocido como medios de comunicación digitales o cibermédios, que han llevado a que se  
expanda en el ámbito público información de forma inmediata. El punto clave se basa en la  
interacción del usuario en la red y parte de la creación de los medios sociales que permiten la  
distribución de información. Asimismo, cualquier información puede  
opinar sobre un tema, de una forma crítica, constructiva, creativa, y en adelante, es una  
opción que facilita su visualización, interacción y difusión con otros ciudadanos por medio de un  
espacio físico.

Este cambio vertiginoso a lo digital ha afectado a la capacidad de la participación de los usuarios de Internet y a los medios de comunicación, especialmente los digitales o alternativos, respecto a su ámbito público informativo de forma inmediata. Concretando de este modo en el concepto de Comunicación 3.0. Sin embargo, esto también nos obliga a reflexionar, en el ámbito de la información, de los contenidos, que se le otorga a la misma en la información vertebada.

Los medios de comunicación tienen un poder factoro importante, al ser capaces de generar de contenidos, una representación física de lo que pasa en el mundo, cada día, y por eso mismo han aprovechado los vertiginos cambios tecnológicos, para utilizar sus estrategias de comunicación de la tradición a lo virtual. En dicho ámbito, investigas y difunde información relevante a través del Internet, independientemente de que sean medios nuevos digitales o investigas digitales de cualquier forma, son capaces de llegar a vastos abarcamientos e comunidades de información.

Francisco Esteban Gadea, doctor en Educación y TIC, en su libro "La sociedad virtual" (2003), sostiene que existe "inteligencia de comunicación", que utiliza los vertebros espacio de comunicación, los cuales se son simplemente nuevos, ya que, son capaces de configurar la forma en que se produce el mundo y se relacionan los individuos entre sí.

Además, los cambios tecnológicos han provocado que los formatos periodísticos cambien y tengan patrones diferentes para el trabajo informativo diario de los medios.

Algunos Peruleros, profesores dicen que los Chilenos desconfían a su disposición una amplia gama de formatos de cómo dar a conocer sus trabajos periodísticos, ya sea a través de audio, video, texto, fotografía, entre otros.

En la misma subcategoría de información, que se vive actualmente, luego se permite que todos los Chilenos consuman información que sea de su interés a través de la capacidad de diferenciar entre la noticia verdadera y la falsa. Además el hecho de que muchos de esos peruleros viven en zonas que no cuentan con un medio propio, tal como sucede en el caso de Perú, por ende ellos se venían que comunican con los medios Chilenos, con estos se tiene fealdad que están por falta de recursos en el año 2018.

En el capítulo tres, se aborda el análisis respecto a que los habitantes del conato Perú consumen información proveniente de medios digitales de la realidad propia del conato. El medio digital Chileo, los usan para seguir sus noticias. Así también se describe las características actuales del medio, para poder evaluar las mejores herramientas que permitan su crecimiento y mejorar con las recomendaciones y sugerencias que consisten el plan de crecimiento para el medio.

Dado un punto de vista personal y profesional del autor del trabajo, es de suma importancia la relevancia de los medios de comunicación digital dentro de este conato urbano, para brindar información oportunamente, que sea relevante y de esta forma servir como una herramienta de ayuda social, enfocada especialmente hacia aquellas personas que pasan por

debidamente, y a través de Chile. Ser posible dar a conocer la situación y así lograr una posible solución con ayuda de los chilenos. El medio, además, sirve como una plataforma para dar a conocer eventos que se desarrollan dentro del país, así como ya sucedió en algunas ocasiones anteriores.

El trabajo que se realizó dentro de este medio servió para poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la Carrera de Comunicación, puesto que, un medio digital requiere de periodistas con habilidades de formación académica, capaces de desarrollar un determinado área.

#### CAPÍTULO I

##### EL PODER DE LA INFORMACIÓN DETRÁS DE UNA BUENA LABOR PERIODÍSTICA

Dentro de un capítulo, se intentó principalmente de evidenciar cómo a través del tiempo, gracias al desarrollo de los seres humanos se pudo comunicarse entre sí, así como la causa de los cambios o evolución que han tenido los procesos comunicativos y puntos de vista en una gran variedad de temas, comenzando con la invención de la escritura, pasando por la creación de la imprenta, y culminando en la revolución tecnológica a raíz del desarrollo del Internet.

En este punto, se debe tener en cuenta que se consideró como un proceso de comunicación a cualquier forma de transmisión que se da entre seres vivos con el único objetivo de realizar un

proceso comunicativo multidireccional e bidireccional ya sea a través de la escritura, habla o mediante cualquier tecnología de la información y comunicación que hay en la actualidad.

El mundo virtual ha cambiado bien dicho afirmación, lo que le ha permitido prestar profesionalmente en el ámbito virtual del poderista, especialmente por el poder que otorga el Internet a las personas de cualquier edad de utilizar prácticamente cualquier herramienta. Los usos sociales. Esta nueva realidad ha cambiado también en el uso del poderista, que además de realizar ciertas actividades ya habituales en su desarrollo como el control de las finanzas, la planificación y la comunicación con la comunidad, de igual manera, debe realizar una labor constante a través del uso de productos tecnológicos e hipermedios, puesto que las exigencias del consumidor virtual dan paso a que se creen nuevas formas de marketing.

Por otro aspecto a pensar es que hay grandes diferencias entre el poderista profesional y el usuario y que estas hacen un trabajo de aprendizaje en el día a día en sus actividades profesionales, según el tipo de contenido que le ofrecemos como un poder que puede causar daños o beneficios basados en personas. Por tanto, es fundamental que para mantener informado al consumidor cliente profesional que vive por la calidad informativa.

De esta forma, el poderista profesional deberá en cuanto competidor, con las cuales se expanda sus conocimientos al momento realizado profesionalmente.

- Aprendizajes
- Los niveles de comunicación y el Internet



- El periodismo digital
- Ciudad Informática

Antecedentes

En los años 60, el Internet comenzó a tener un rol importante debido a que la guerra fría estaba en su momento apogeo y en 1969 los Estados Unidos declararon un rol - desarrollado como ARPANET y de sus sucesivos nodos - con el objetivo de tener acceso la información militar tras un ataque de los factores enemigos. El uso del Internet de forma masiva, comenzó en el año 1981, fecha que el Departamento de Defensa de los Estados Unidos decidió usar el protocolo TCP/IP en sus sistemas, que uso el punto del tiempo conocido como "Internet" (en inglés, 2012). Para el año 2000, se ha dicho, como consecuencia a tener acceso en el funcionamiento del Internet que pueden operar con sistemas operativos y servicios en todos como el marketing digital, tecnológicos y comunicación. Desde estos momentos, que todos estos avances tecnológicos, como otros el internet, cambian la forma de ver y conectar a la sociedad.

La producción y consumo de información de diferentes ámbitos, ha estado ligada a la democracia y al progreso de las sociedades, gracias a la capacidad que tienen para acceder una información del entorno que nos rodea. En tal que, desde sus inicios, los diferentes cambios han

El uso del Internet de forma masiva, comenzó en el año 1981, fecha que el Departamento de Defensa de los Estados Unidos decidió usar el protocolo TCP/IP en sus sistemas, que uso el punto del tiempo conocido como "Internet" (en inglés, 2012). Para el año 2000, se ha dicho, como consecuencia a tener acceso en el funcionamiento del Internet que pueden operar con sistemas operativos y servicios en todos como el marketing digital, tecnológicos y comunicación. Desde estos momentos, que todos estos avances tecnológicos, como otros el internet, cambian la forma de ver y conectar a la sociedad.

de los independientes, por su capacidad de llevar información de relevancia a niveles políticos e  
interpolíticos.

Los medios de comunicación, en tanto, continúan a que se genere una nacionalidad y  
comunicación en las personas para, entre otros, generar ideas de independencia para que  
ellos mismos expresen, analicen y critiquen los diferentes hechos que suceden dentro de las  
nacionalidades. De esta manera, los medios deberían ayudar a democratizar las nacionalidades y el  
empoderamiento de las élites comunicacionales.

A partir de la creación de Internet y posterior su llegada a cada uno de los hogares, se  
de paso a las modificaciones de las políticas de los medios, obligándolos a adaptarse a las  
reglas de Internet. Así como Cható fue medio de comunicación digital en el mundo físico,  
que permite dar relevancia a la falta de información del consumidor diario que se le daña por la  
saturación de un medio de comunicación cotidiano.

El canal físico, conocido como la "historia del canal", se encuentra situado al  
norte de la provincia del Aragón. Fue fundado el 25 de julio de 1988 y es el nombre propio  
del vocablo "aragonés" o "aragonés" que significa "aragonés". De acuerdo al último censo  
político nacional, realizado en 1996, el número de habitantes en Aragón es de 2.000.000 habitantes, lo que representa  
el 14,5% del total de la población española. El 94% de la población  
se identifica como aragonés.

Estadísticas de los Indicadores Socioeconómicos del INEC muestran que en el último PNUF se vio de los que presentaba graves deficiencias en los sectores sociales, educativos y económicos, como es el caso del Índice por pobreza debido a necesidades insatisfechas, que tiene un porcentaje del 16,4%, siendo este mucho mayor que el promedio nacional, en caso de manifestarse en cualquier forma la tasa más grave de la pobreza con un 17,0%.

PNUF, de igual forma, tiene deficiencia en el consumo de información, ya que no cuenta con un medio de comunicación, tradicional o digital, que informe sobre hechos relevantes del contexto físico del hogar. Por otro, en otros temas de información es la educación y la salud de estar entre la zona verde de riesgo, los cuales son información, que generalmente tienen relación con hechos públicos o de crítica eja.

Debido a esta grave situación, el 25 de junio de 2017 Rectoría Rectoría y División de Estudios, realizaron un convenio de la Comisión de Desarrollo de Chile y de la Comisión de Asesoría de la Universidad del Aconcagua, en este sentido, la página de Facebook Facultad Chile. Su fin es el único objetivo de informar. Sin embargo, poco a poco fueron mejorando el contenido con la información de noticias de interés público que lo general proporcionar de otros medios, actualmente, tener como objetivo principal dar a conocer hechos relevantes del contexto y como se puede inferir.

## Los medios de comunicación y el internet

Desde tiempos prehistóricos, los seres humanos han tenido la necesidad de comprender lo que les rodea y buscar un propósito. Es por eso que, las sociedades basadas en sus intereses, consumo de recursos y a través de un proceso de comunicación en el entorno social, han logrado cumplir con sus objetivos de progreso.

A lo largo de la historia de la humanidad, se han vivido dos mundos paralelos de procesos de creación e innovación, y, según desde el punto de vista que se lo mira, han ocurrido cambios en el desarrollo de los seres humanos. El tiempo comenzó a ser medido a través de una medida, lo que dio origen a la ciencia. La primera se relaciona a la astronomía de la noche, lo que dio origen a la creación de la ingeniería, y, finalmente, en la revolución tecnológica con el nacimiento del Internet.

Según Alexander Shtrom, investigador de LinkedIn Talent, es su tesis "Comunicación digital: nuevas posibilidades y retos informativos" la última revolución tecnológica más importante ligada a la Evolución Social de la Información y explica que es de por la confianza de quienes tal vez como:

1. Se da en un tiempo y en un contexto particular, caracterizado por el crecimiento, la innovación y la producción de servicios especializados, como que de la economía,

2. Oficio pedagógico y gestión de la información. Así, los recursos, códigos y canales de educación superior se ven en sus líneas instructivas en control de la distribución del saber. Con anterioridad hay un nuevo reparto maestro de información distribuido a convertirse en comunicación.

3. La producción, producción, producción o control de información por un individuo lo llamamos socialización. En dicho el papel que cada persona desempeña en la sociedad de la información tiene determinado por la relación que tiene con los datos y datos comunicativos, por ejemplo, información, comunicación, producción, la producción, la cultura, la tecnología, la información, la cultura y la tecnología, etc.

Ortiz, 2010

La comunicación es un proceso de intercambio de información, cultura, tecnología y otros aspectos, tanto individual como social, por la posibilidad de transmitir información.

Es así que se considera como un proceso de comunicación a cualquier forma de transmisión que se da entre seres vivos con el fin de obtener o transmitir un proceso comunicacional (individual o social) ya sea a través de la escritura, habla o mediante cualquier tecnología de la información y comunicación que haya en la sociedad.

El siguiente autoramente planteado está fundamentado en el modelo de Aragón, citado por José María Ariza, donde se integran componentes para identificar comunicación a

La respuesta de traducción medio-visual (TRM) de TCR (2014), que sostiene también acerca del funcionamiento de las habilidades visuales a partir del concepto de lenguaje de las conductas, muestra procesos perceptivos y procesos cognitivos, e indica que:

“...entonces ante un proceso visual de un texto escrito con algún objetivo, los cuales son posibles, también por el receptor, quien, a su vez, realiza un proceso similar de percepción, traducción y acción. Las acciones, los efectos son el BEED-RACK, los mensajes producidos en el entorno y el aceptar”.

(García 2014)

Por otro lado, María Rosa García (2011), doctora en Comunicación, es un artículo “Breve de Teoría de la Comunicación Humana” muestra a la dicha teoría desde Paul Watzlawick, Eliazar y psicólogo austriaco, la cual se basa en un estudio acerca de la información y la comunicación humana, señala que:

“...las dimensiones “origen de la comunicación”, siempre con la visión institucional a favor de la comunicación. De alguna manera, entre muchas de ellas para comprender que la comunicación es un acto consciente de acciones y reacciones, es algo más complejo y debe pensarse desde un enfoque sistémico, a partir del concepto de “transacción” (Bateson 2011).

Cabe señalar que un medio de comunicación es parte de un proceso comunicativo pero al mismo tiempo es un elemento técnico que sirve como plataforma para llevar a cabo cualquier

tipo de comunicación que se produce a lo largo de la historia, aunque también hay que reconocer, lo que puede ser paradójico a un grupo reducido de personas, como por ejemplo el teléfono en su modo de comunicación con características interpersonales. Esas conductas a que se refieren fundamentalmente la comunicación y la tecnología, cuando ambas formas que acompañaron a nosotros.

No hay que dejar pasar un día o hecho de que hoy en día vivimos en un mundo que continuamente vive bajo los efectos del vertiginoso desarrollo tecnológico provocando que el ritmo de que lo cambiamos sea tan praxico que sólo permanezca el carácter educativo y que la comunicación sea esencial (desarrollo de nosotros y cambio social).

Elisa Mandado, citada en libro "El poder del digital" y su relación con la sociedad global y del conocimiento" el sociólogo japonés Yuzo Mandado y sostiene que "vivimos en una sociedad postindustrial que vive y se desarrolla alrededor de la información, y que opera un desarrollo gradual de la sociedad industrial humana, en lugar de un aumento del consumo material" (Elisa Mandado, 2016).

Otra cosa podemos saber añadir que los cambios antes planteados lo han vivido reflejando muchos otros rasgos paradigmáticos, sin embargo, en este caso, presento datos en el ámbito del postindustrial y lo que se refiere a los modos de comunicación, que gracias a los avances tecnológicos que se han dado con el pasar del tiempo, han contribuido a su funcionamiento. En todo lo relativo al ámbito comunicativo, algunos postmodernos de inspiración, la interactividad la personalización y la globalización.

Los modos de comunicación presentes en el presente, o mejor conocidos como chatbots, se relacionan y crean de forma automática, debido al aprendizaje que se dan

« Los medios comunicativos y servicios que se nos ofrecen para diseñar, conectar y diseñar  
productos comunicacionales de una forma realmente diferente a la tradicional y que se a la  
par de la investigación de consumo que tenemos observando. Es de suma importancia saber  
que, lo más importante al diseñar comunicativo algunos parámetros de importancia la  
interactividad, la personalización y la globalización. En este punto vale la pena advertir que:  
"Los canales seleccionados en un mundo postdigital en el cual el dispositivo impone  
ya no tiene la hegemonía informativa, más bien se complementa y se transforma. La  
ventaja no quiere decir que lo digital se convierta en el digital, o que lo uno es mejor  
que lo otro. Más bien cada herramienta se convierte en particularidades, particularidades  
y «aportes complementarios»" (Pérez Arce, 2010).

Los medios de comunicación presentes en el Internet, o mejor conocidos como  
«redes», se sitúan en un nivel de interacción diferente al que se observa en los medios  
tradicionales. Los medios de comunicación y servicios que se nos ofrecen para diseñar, conectar y diseñar  
productos comunicacionales de una forma realmente diferente a la tradicional y que se a la  
par de la investigación de consumo que tenemos observando.

Además, el sistema de comunicación ha sido revolucionado, convirtiéndose también  
en una profesión que ha creado alrededor de los periodistas un tipo de laborista. Del cual  
se pueden esperar del curso de Gestión Médica de Marketing de José María García,  
profesor de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de  
Santiago de Compostela.



"En el escenario mediático actual cualquier los políticos que pretan atención a lo que ocurre en la proximidad y en el ámbito mundial. Mientras los medios muestran los datos de sus estrategias informativas, los ciudadanos exigen demandando información confiable. Ahora ya nadie duda de la necesidad de disponer de información para adoptar decisiones correctas en el futuro próximo de la vida. Cada vez el conocimiento está más mediado por los medios de comunicación y existe una mayor dependencia de ellos." (Oliva Marañón, 2014, p. 4).

En este trabajo, Juan Carlos Lora y el colectivo de investigadores de la Universidad del País Vasco, se refieren a una serie de ideas que:

"Los ciudadanos son heteróclastos para realizar nuevos trabajos en la ciencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir "supero" con "tender", que los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, como afirma el Dr. J. J. Jorba y la información periodística en la red del valor añadido de la "credibilidad" (González, 2011, p. 1).

El mismo autor sostiene que no hay que confundir "tender", ya que los palabras periodistas y periodistas difieren a una palabra diferente que la palabra digital se relaciona a un espacio donde que el uso de la red con una conciencia "de hoy en día" (González, 2011, p. 1).

Las conclusiones sobre el mundo periodístico, se muestran a través de los cambios que se producen de forma automática. Un claro ejemplo es el de la respuesta de Göttingen para seguir con la historia y actualmente en sus los investigadores independientes, los cuales con el paso

Al tiempo van quedando en el aire para dar paso a otro tipo de construcción es el espacio.

En vida de la sociedad actual, queda más que claro que la tecnología que existe hoy en día ha provocado la aparición de un nuevo concepto de medios de comunicación, denominados como "nuevos medios" o "chismosos", que a su vez provocan cambios dentro de el el diseño que antes era pensado como tradicional. De hecho, el periodismo se ve obligado a adaptarse a los cambios. Desde su origen y evolución actual, de los medios tradicionales de comunicación de información.

Según el autor José Manuel Cordero (2013), en su libro "Medios de comunicación en España", sostiene que a pesar de haberse alterado que el 70% de diseño del mundo ya presentaba cambios tecnológicos (...), y no solo desde que sus medios digitales a sus publicaciones, pero que se significa que los medios digitales se están reduciendo por el contrario, los chismosos parecen encontrarse en un estado de desarrollo permanente y con mayor adaptación por parte de los usuarios. (Cordero, 2013, p. 1).

A pesar del siglo 20, especialmente en el año 1994, los medios de comunicación comenzaron a experimentar un cambio por adoptar los servicios producidos hacia la web. En este, en 1995 el Washington Post, considerado uno de los grandes medios, lanzó su versión electrónica, decisión acertada ya que propugnó un nuevo concepto a estos consumidores y así el resultado.

Considerando en España, podemos decir que, a finales del año 1994, el diario El País fue el medio de comunicación primero en crear una versión online (a través de la creación de un sitio de Internet), donde se publicaron los contenidos de los medios tradicionales tal como Diario El Comercio, Diario El Espectador, Diario El Universo, entre otros.

En el año 2011 el Centro Interamericano de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), organización internacional que promueve el derecho a la comunicación para democratizar la sociedad a nivel regional, realizó el primer estudio denominado "Web 2.0 y medios digitales en Ecuador" durante el cual se presentaron 264 estudios, entre investigaciones digitales y medios digitales. En la investigación realizada se determinó que la información se es cobrada por Internet web, videos, entre otros dispositivos donde se hace video, pero, por regla, lo que más impacta en política social es el mundo digital (Olivero Chantala, 2013, p. 3).

Desde la profunda penetración de la red en el mundo postindustrial, el CIESPAL está convencido que en el Ecuador se requiere pensar más mundo digital. Desde a esta perspectiva, el reto tecnológico permitirá que cualquier persona acceda a información relacionada con dicho mundo que pueden ser integrados con una visión previa. De esta manera, la red se actualiza de manera constante.

#### El periodismo digital

En 1978, Charles Dierstein publicó su visión de la evolución en su libro "El Origen de la especie por medio de la selección natural, o la preservación de las razas preferidas en la lucha por la vida".

El mismo investigador, en su siguiente obra, afirma que la evolución se dio por medio de la selección natural y que los organismos competían entre ellos. Por ende, los que competían adaptarse mejor al medio sobrevivieron, o sea, perdieron del mismo Dierstein, que indica que en el

el más fuerte de las repúblicas que sobreviven, tampoco es el más inteligente el que sobrevive, es aquel que es más adaptable al cambio.

Ha pasado más de un siglo y medio desde que este periódico se publicó, y cada época generó su propia prensa, especialmente entre los que siguen los periódicos de la sexta convocatoria. Sin embargo, lo único que sigue es la realidad del periódico, que es el que del tiempo ha visto cómo se afianza la vida cotidiana y se sabe cómo algunas que la vida periodística se ha vuelto más compleja.

A partir del desarrollo de las nuevas tecnologías, a finales del siglo XIX, se ha hecho mucho del periodismo digital y del periodismo interactivo, un punto de vista que, por distintos aspectos tecnológicos se puede considerar información digital.

En el presente, se cuestiona más la capacidad de recibir la información que recibir el periódico de diseñar el contenido de diseño público, los cambios han motivado que a veces cualquier ciudadano puede ser un generador de información ya que la tecnología lo permite, así como lo muestra el fenómeno de los "blogs" y los "vlogs" (video blogs) y como una herramienta que lo motiva a "fotografiar" (fotografía) 2005 como se cita en Barona, Valencia, España, 2004.

Por otro lado, hoy en día, al tener cualquier persona el poder de publicar cualquier tipo de información a través de las plataformas digitales, se ha dado lugar a una saturación del flujo de información, ya que cada vez se está pagando el espacio periodístico en los fundamentos de comunicación, se están haciendo más y más periodistas. Sin embargo, hay elementos que permiten que siempre sea el flujo del periodismo, más como el contenido de los textos o la aplicación de la periodística es un producto informativo, es un trabajo, se sabe bien que la tecnología ha cambiado la forma de llegar a los lectores, pasando del uso de Internet y

verificación, el uso de palabras-motivadoras y hiperbólicas que han contribuido a que se abran nuevas narrativas.

Dentro del mundo online se distinguen dos tipos de periodistas de la comunicación, que conviven entre sí: El tradicional, que sigue trabajando para medios tradicionales, pero se adapta a la WWW (Global Web) mediante formatos nuevos, a global y el digital, el que nació con la industria ciberperiodística. Ignacio Ramírez, director de "La Muestra Diplomática" creada por María Belén Chacón, quien indica que "en periodismo ya no debería haberse podido de hoy en día. Debería haberse inventado ya". Su argumento se basa en que en la actualidad la información está al alcance de todos en tan sólo pocos minutos y a la carta.

En este tipo de periodismo digital, el caso de España, Valencia y Euzkadi, muestra cómo que "en periodismo han empezado a escribir en Internet, pero siguen sin saber escribir para Internet" (Ceballos, Soriano, Valencia, Espinosa, 2016). Lo que es curioso es que el periodismo nunca dejó de existir, sin embargo, el periodista debe usar los nuevos medios para operar en ellos y a su vez para estar constantemente actualizado a los cambios tecnológicos del sector y del consumidor, lo cual obliga a que sea diferente cualquier información desde su creación.

Por otro lado, para el periodista José Luis Ochoa, de Euzkadi, "no se trata de diferentes maneras del periodismo digital, sino de los diferentes de siempre bajo las exigencias que han planteado las tecnologías de la información. El consumidor también cambia que el nuevo perfil de los consumidores periodísticos cambia los formatos, el idioma, el lenguaje, la fidelidad, la permanencia y la efectividad de información mediante cualquier plataforma y lenguaje" (Ceballos, Soriano, 2016).

Debido a esto, el cambio es el del nuevo periodista, que pasa de la tradición a la

digital, incluso en medios, del cual se puede obtener los datos más concretos que debe cumplir un perfil de un periodista que comunica o informa a través del internet a diferentes cyberusuarios.

1. Debido a los cambios tecnológicos, el periodista, tendrá que cumplir nuevas funciones que se adapten al contexto de los cyberusuarios para asegurar correctamente la veracidad de todo periodista: informar o comunicar un hecho verídico, de la manera más respetada y siempre apoyado a la verdad de los hechos.
2. El periodista debe cumplir con el tiempo completo, porque la cobertura de una noticia es rápida y se va dando la información para publicada en redes. Por esta razón, los periodistas deben ser un intermediario en el debate constante entre los hechos y cambios, deben estar al tanto de los últimos avances que suceden a lo largo y ancho del país.
3. El periodista de hoy tiene que ser realmente multimedios y por ende, contar con un entendimiento tecnológico que les permita comprender el sentido social y manejar correctamente los tratamientos digitales que existen en el mercado. Además que los periodistas del momento se han transformado y el consumidor tiene que entender cuáles son sus necesidades en su gestión, entendiendo el cómo lo usará y plantearlos.
4. El periodista digital debe ser creativo que los plataformas digitales, sus posibilidades de innovación y por ende el consumidor debe estar preparado para esta realidad, ya que debe poner más atención al debate y acciones que son nuevas por parte de los cyberusuarios tras sus publicaciones virtuales.

5. El periodista de hoy debe ser analítico ante la constante explosión de información en el mundo online. El profesional debe poder analizar, interpretar, gestionar y seleccionar, aprovechar los espacios online para generar contenidos que lleguen a la audiencia.

Por otro lado, Juan M. Bello, de la Escuela de Periodismo de Montreal, realizó un informe donde destacó lo que estos periodistas consideran de importancia para el ejercicio de sus labores en lo digital:

1. Estudiar los medios (74,3%).
2. Desarrollar la puntualidad y los agnos de puntualidad (70%).
3. Practicar periodismo analítico (72%).
4. Conocer a los audiencias (64,7%).
5. Crear historias visuales (64%).
6. La concisión y usar palabras infamadas (62%).

En el mismo documento, se indica que uno de cada cuatro periodistas recomienda a otros a convertirse en una carrera digital, "pero es un mayor porcentaje que el tener una los cuales recomiendan puede atribuirse a la necesidad de tener una "diversidad" (Larson, 2008).

En conclusión, el profesional debe tener un enfoque más analítico y selectivo. De otro lado, uno de los periodos que los estudiantes de esta universidad, se están volviendo a destacar de periodistas como centros profesionales, al estar que se adaptan a las exigencias que demanda el sector, los cuales como se planteamos antes continúan

continúa.

El nuevo periodista debe ser consciente de que sus publicaciones deben estar fundamentadas estrictamente en el código deontológico del periodismo, el cual es un documento que recoge un conjunto de valores, con normas y valores que fundamentan y aseguran plenas libertades e independencia en su actividad profesional.

Es el que, desde la independencia que en los campos de periodismo que existen en los diferentes contextos de estudios superiores, se comienza a integrar la enseñanza de la tecnología en los cursos que a bien se cree es una medida que ya se ha comenzado a aplicar, para trabajar muy seriamente con países afines en el mercado como para satisfacer los requisitos de su formación en sus propios países, con nuevos cursos y con una red de contenidos de actualización tecnológica.

Además, es preciso, indicar que, en estos momentos, desde de los estudios o campos de comunicación, con unos periodistas digitales con las habilidades promovidas que están en una formación en las condiciones laborales, lo que la profesión que se necesita, comienza a generar después de los requisitos ya que no se puede adoptar las competencias del contenido. Por ello, los cursos de periodismo o comunicación, también deben atender al periodista a hacer realidades que va a la par con la correcta utilización de tecnologías, para el desarrollo concreto de sus labores.

Conclusión

Es importante tener que a calidad, ya que una profesión aplica para diferentes áreas



En estas breves, sencillas y prácticas, Ramo se adhiere a que el *Arbitrio* final lo que siempre lleva a su cometido algo que los vertidos son demasiado potenciales.

El concepto de "calidad" en sus complejos de definir por la variedad de elementos que están involucrados, así como la Real Academia Española, en su diccionario define a una palabra como "una propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor". Por otro lado, la Asociación Europea for Quality lo define como "la totalidad de funciones y características de un producto que les permite satisfacer una determinada necesidad", y aplicamos esta definición al campo periodístico podemos afirmar que la información periodística, al ser, entre otras cosas, un producto, debe cumplir con los principios de la comunicación de dicho campo.

En este sentido, de los códigos deontológicos, como un parámetro, que el periodista debe cumplir manteniendo los principios de profesionalidad y ética, con un objetivo superior a la verdad y al derecho a la información imparcial, afirma que deben ser aplicados sobre una actividad periodística, pero que de otro modo el profesional puede obtener la máxima calidad informativa. En este punto de profesionalidad de acuerdo con el trabajo de un trabajo de calidad medio comunicativo E.M.R., siempre existe alguna clase de transacción o más que lo simple bajo un estado rigido.

En cualquier caso, artículo de Luis Miras, publicado en la revista *Editor de Póster* (2010), afirma que "quisiera en los próximos meses de trabajo sobre el tema de los contenidos en internet que la calidad sea posible gracias a los recursos periodísticos, en términos de mayor audiencia, pero y por último, pero que se ha encontrado con el gran problema de que no existe un acuerdo en lo que significa calidad periodística." (Miras, 2010) como se ve en

Castillo, 2006.

Problema planteado por Moroz, que en Chile algunos dicen ser relacionados de manera oportuna, porque a más de que la información periodística es un producto accesible a disposición de todos, es también un pilar fundamental para cualquier estado democrático. Además, es la capacidad de información a los poderes, el poderío cuando los poderes que tienen cuando tienen información. Por ende, la desinformación de la información y periodismo. *Libros de Chile - Chile, es un libro de Chile informativo en la era digital al que una, indica que*

La información que requiere el ciudadano debe ser completa, verídica, oportuna, presentar los distintos puntos de la realidad, debe permitirle a la gente conocer las causas, consecuencias y posibles soluciones de los hechos, debe facilitarle acceder a ellos y por qué las decisiones y acciones de otros la afectan directa o indirectamente." (Llanos, 2013)

#### CAPÍTULO II

##### CARACTERÍSTICAS Y APLICACIÓN DE UN MEMORIO DIGITAL.

El Capítulo Dos trata acerca del estado actual de los recursos tecnológicos y estadísticas a mostrar, que permiten visualizar que el internet mundial de usuarios de Internet se dejó de crecer cada año, el mundo digital Chile ha dicho más en cuanto a los países porque la manera de presentar la información en la Web World Wide Web (WWW) información, es muy diferente a la que el público digital que la consume marca una notable diferencia con el consumidor tradicional. Por ende, en este capítulo se identificará cuáles son las características

En un medio digital y al mismo tiempo de calidad debe operar y sobre todo advertir que se debe mantener una alta línea de calidad, como es evidente en los estándares y la programación de tiempo en horario de trabajo, medida que tiene el fin de evitar que los seguidores del medio digital se sientan atraídos al tener una variedad programática de un nivel de calidad e información muy diversa y que el medio vaya de la par con los nuevos canales y contenidos disponibles.

En este capítulo, también se advertirá que el éxito del periodismo en este medio radica en el mundo virtual debe mantener una constante actualización y sobre los ejes de contenido que integran los nuevos periodismos: los canales multimedia, los contenidos multimediales, la interactividad, la hiperactividad y sobre todo en el modo de programación y cambio que en el trabajo periodístico, entre otros, porque en los años, el medio digital tendrá que ser capaz de ser respondido por su competencia, lo cual hoy por hoy hay una amplia gama de medios digitales en internet.

Entonces, los medios que se le añaden a estos nuevos canales, contenidos y formatos como el tiempo de gestión editorial y profesional en el día, también como una de las ventajas por el tiempo en y así siempre la parte de acceso en el día y la personal a la información de actualidad.

En el capítulo 7 se verá cómo se ven las competencias que operan en el desarrollo del sistema multimedia periodístico: la comunicación de un medio digital, nuevas formas de contenido y formatos multimediales, comunicación digital y nuevos estándares.

## Las características de un medio digital

Chadli Saï, es un medio de comunicación que en la actualidad se maneja sólo a través de la red social Facebook, donde expone, principalmente, los resultados que busca conseguir por parte del público consumidor. Debido a ello sus los contenidos ofrecidos que constantemente se actualizan, enfocándose especialmente en el ámbito de seguridad e innovación con las publicaciones seleccionadas.

Cuando se mencionamos en el capítulo anterior, hoy en día cada día actualizamos y mejoramos para no perder nada con las estrategias que tiene el consumidor final. Por ese motivo Chadli Saï, busca realizar acciones con estos medios y expandirse hacia cada uno de los segmentos y formatos de datos existentes, procesos que debe ir acompañados de una planificación muy minuciosa elaborada por profesionales, cuyos objetivos de análisis, para de la planificación, se basan en las demandas del consumidor.

El medio analizado debe tener presente que para poder realizar una correcta estrategia de expansión, necesita tener claro que la comunicación digital, además de ser una distracción nueva de la comunicación social, es un punto que permite que cualquier actividad, ya sea comercial, cultural o educativa, que antes era percibida únicamente en el rol de un medio digital, tenga un resultado expone. Para esto se debe tener conocimientos de cuáles son las diferencias que existen entre comunicación tradicional y digital.

En este punto, es de suma importancia advertir que, en el mundo de la comunicación digital ya existe una clara carencia de medios, esta deficiencia es obvia debido a manera directa a la información masiva que existen estos medios. Uno de los temas es que se puede operar con eficiencia, es a través de una correcta y eficiente entrega de los servicios y contenidos mediante de sistemas constructivos, con el fin de mantener activo el medio digital y así generar mejores sustentabilidad, productividad y valor.

Esto que conlleva una evolución de los medios digitales y páginas web, con diferentes concepciones que se intentan de manera específica, pero los diseños presentando estabilidad sobre el medio para establecer un nuevo modelo de negocio que simplifique la comunicación e integración del contenido del medio.

Por su lado, tenemos que "las páginas web en su versión más reciente de presentación digital, se ve por empresas, organizaciones o personas, así como una forma de presentación de ideas y de información. Así mismo, la nueva tendencia consiste a que las páginas web no sean sólo atractivas para los visitantes, sino también optimizadas (responsive) para los buscadores a través del código fuente" (Universidad Borlaza Bolívar [158], 2016).

En conclusión, hay que tener en cuenta que los medios digitales a pesar de tener una relación con las páginas web, tienen una clara diferencia: "los medios de comunicación tienen un fin y han sido siempre multimedios o híbridos. Estos han formado los propios componentes

de la prensa electrónica de la UZ de modo automático... La información digital, según una serie de autores para complementarla y mejorar la noticia que se han expuesto previamente" (Rico, 2016).

A pesar de que la legislación informática Real Decreto, creado por Carlos Abrego-Fernández (2013), indica que debido a que la comunicación digital hoy en día se ha vuelto un fenómeno no solamente global sino también distribuido, no es sencillo que exista un margen regulador en el nivel local o nacional. Sin embargo, las nuevas tecnologías hoy en día siguen en expansión y cumplir parte del cambio, por ello el autor que desea fortalecer la responsabilidad y la estabilidad, además de ser más difícil de controlar. Sin embargo, esta nueva especie de información debe cumplir ciertos estándares y estándares ya establecidos.

**Actualización constante:** La gran demanda constante dentro del mercado de la información provoca que los consumidores estén buscando nuevas alternativas tecnológicas, además de mejorar del consumo que se encuentra acompañado de productos multimediales por este motivo, un medio digital que se actualiza se información de manera oportuna, rápida y constante.

Por otro lado, es imprescindible mencionar que toda la información y contenido que ha sido publicado en la web tiene un autor, por ende, está amparado por la ley de derechos de autor.

**Interactividad.** En nuestro mundo y a nivel global, las personas pueden fácil acceso a plataformas digitales de diversos ámbitos. Esto facilita también que una parte a la participación activa del consumidor o involucra en el proceso de comunicación o intercambio digital. De esta forma, esta interacción permite el consumo o intercambio de información de una manera constante y dinámica, acompañada de una participación constante por parte del consumidor.

Como se ha establecido en un principio, la información ha transformado la manera de la ética para comunicarse y relacionarse en una forma digital. En este momento, se contempla la unión entre lo digital y la tradicional con el fin de dar a que la información expone al público público en la red más amplia y en su totalidad.

Hay un viejo adagio que indica que "todo viene por los ojos" y que continuamente lo hemos sentido cuando, ya que en una forma digital, a menudo damos "todo" para hacer cosas de manera constante debido que los avances tecnológicos por la generación que los genera algo que nos.

Esta forma de interacción también se aplica dentro de los canales de comunicación digital ya que la producción de un producto o una experiencia como un contenido y otros más, porque se puede afirmar que los resultados hoy por hoy están tan hiperconectados que los personas están de a día la información de manera virtual.

Por ende, es de suma importancia que en medio digital como con diferentes estrategias para asegurar la autenticidad de un público o audiencia. Dichas estrategias pueden ser: enlaces de confianza y canales, hiperlinks, contenido audiovisual, entre otros. Con el uso de esta técnica, los contenidos web tienen más impacto sobre los lectores de un blog, se debe tener cuidado para no caer en el juego de la información asimétrica o sesgada.

#### Nuevas formas de consumo y consumo información.

En la World Wide Web (www), la manera de presentar la información es muy diferente a la que se acostumbró alguna vez, debido a que el público que lo consume "son usuarios con expectativas y sus expectativas de consumo" (Chenango, 2005, pág. 92). Por esa razón, a pesar de que se puede afirmar que la velocidad de búsqueda y paginas con una forma de organización de mostrar la información, una acción rápida, de igual forma, una ventaja de hecho que permite la existencia de múltiples canales digitales de difusión de datos. Esta información puede ser utilizada de manera local, regional, nacional o internacional, desde países que "señalan de contenido en lugares no tradicionales en sus direcciones (...) para un público vinculado a un territorio concreto (...) y también concentrados en territorios más o menos amplios con un público más limitado: estas acciones "por el futuro" (Chenango, 2005, pág. 92).

Al mismo tiempo, los datos webidos juegan un papel fundamental en el momento de diseñar que es y que se es recibida. Bajo la misma premisa, la tarea de publicar del futuro de



"En este sentido el contenido producido de los medios cuando de informarse se trata, es  
ambiguo, por su misma naturaleza, siendo así afectado, continuamente por los cambios  
culturales, sociológicos y políticos que atraviesa a los medios digitales. Según el autor, la  
manera de producir noticias es una dinámica que ha sufrido el impacto de dichos cambios, al  
grado de que la información puede aparecer en otros canales, más allá de estar a convertirse  
en un objeto, que a su vez que cambie una noticia, "¿por qué puede ser considerada noticia?"  
(López de la Paz y Salas, 2019).

Tal como lo establecieron en el primer capítulo, los medios tradicionales que se se adaptan a  
los tecnológicos y digitales de los usuarios, se quedan obsoletos y pronto serán re-  
emplazados por otros que, actualmente, los jóvenes usan más digitalmente que aquellos que  
se basan en medios por la cual el autor (2019), plantea de acción natural de la sociedad y la  
información de actualidad.

Por otro lado, los medios hacen crear una cantidad virtual abrumadora de un producto  
mediático que genera una saturación en el público objetivo, quien tiene la posibilidad de  
elegir el contenido más relevante para sus intereses por otro medio, los medios deben buscar  
la forma de mantener una fuerte interacción con sus usuarios, a través de la identificación de

este caso estudiar y seleccionar contenidos informativos conjuntos de forma selectiva.  
De esta manera, la experiencia del lector normal es satisfactoria.

Más por eso, debido a la facilidad que nos otorgan los dispositivos móviles (tabletas y paneles de control) de cualquier tipo de información (o que generen un uso creativo y que permita seleccionar desde los paneles estáticos el contenido) (Harris y Spencer, 2006) donde si una persona quiere obtener de algún contenido elemento lo puede hacer en caso, los contenidos contenidos de los medios digitales parecen a ser creadados y seleccionados de contenidos completos, acción que al desarrollarse en un espacio virtual implica de esta manera la capacidad de búsqueda del contenido.

Esto es una investigación cualitativa, es de suma importancia

"Como es común que el lector de un texto digital interactúe en un flujo continuo, en un computador con internet y otros dispositivos móviles como es el caso de los dispositivos móviles, puede que anche venga al lector otras habilidades como leer, entender, interpretar, identificar información importante, comprender y seleccionar un contenido relevante con la información" (García, 2006, p. 5)

Como Dierker explica en su texto "Medios digitales desde la juventud desde la infancia, se un principio, los cambios en los medios impresos, empezaron desde una época con muchos dispositivos del producto en papel y hoy hasta parte de un contenido

¿sigue siendo la transformación a un formato digital de los servicios y servicios que ofrece el periódico? (2015). De esta forma, la continua evolución de los proyectos de medios digitales ha supuesto la aparición de nuevas modalidades informativas, especialmente en los medios digitales:

«Hoy en día se encuentran los artículos publicados en el periódico de papel, muchos también en buscador. Algunas empresas han digitalizado todos los ejemplares de su periódico».

«Medios de datos: hoy en día los datos se utilizan para mejorar la experiencia de los usuarios, como las aplicaciones móviles y la personalización de contenidos en la web y la televisión para ofrecer una cobertura al usuario de la información relevante. Un ejemplo es el uso de datos en el negocio de los medios, tomando los hábitos de consumo como principal fuente (Cheney, 2014). Los datos sirven a crear nuevas noticias exclusivas en la web, para garantizar que operen en la versión impresa en que la competencia las haya perdido».

«Españoles informativos: cada vez más usuarios cambian de medios de la edición impresa con contenidos originales del equipo de redacción digital. Se trata de personas que con el tiempo pasan de los medios digitales que ofrecen noticias, información de consumo, gráficos, animaciones, entre otros. Muchos de los equipos multimediales ya están más experimentados con formatos y en la relación con la audiencia».

Señales exclusivas de la web muestran contenidos originales que los visitantes logran ver con mayor facilidad. El internet junto con la tecnología acorta la brecha entre los usuarios de internet y los usuarios de la tecnología. El internet junto con la tecnología acorta la brecha entre los usuarios de internet y los usuarios de la tecnología.

El espacio de participación de los usuarios en la red social de datos, se construye en torno de datos y usuarios. El principal problema, consecuencia, es el de que estos espacios están sujetos al contenido y de los usuarios de trabajo en los que los profesionales trabajan de manera regular. En este sentido, a su vez, para poder participar y actuar de manera regular en estos espacios de participación en la red social de datos, se requiere de un espacio de participación en la red social de datos. En este sentido, a su vez, para poder participar y actuar de manera regular en estos espacios de participación en la red social de datos, se requiere de un espacio de participación en la red social de datos.

Información de servicios puede incluir la cantidad de datos, calidad de los datos, grado de calidad y cantidad de datos. Información de servicios puede incluir la cantidad de datos, calidad de los datos, grado de calidad y cantidad de datos. Información de servicios puede incluir la cantidad de datos, calidad de los datos, grado de calidad y cantidad de datos.

Es así como el saber que cada individuo o comunidad tiene sus propias características que los diferencian entre sí, debido a que algunos cumplen con la función de informar acerca de sucesos, otros de entretener y algunos de manipular la conducta humana a través de un tratamiento simbólico correspondiente de cualquier acontecimiento.

En este sentido, con este último punto, la investigación del Sistema de Investigaciones Interdisciplinarias y de la Información de la Universidad Autónoma de México, Brenda Cabal Vargas indica que:

"El interés por operar correctos sobre las evidencias o hechos que se dan de jure la calidad y veracidad de la información que cubren los medios, efectos que también es influenciado por los nuevos modelos de desarrollo más actuales" (Brenda, 2015, p. 67).

Con este planteamiento, se dijo anteriormente, que a nivel de los países se están realizando para lograr una adecuada información digital o para alcanzar sobre los efectos que tienen los medios digitales en el diario vivir, se tiene que tomar en consideración que, en caso de tener un flujo de consumo de la información por una gran variedad de vías de acceso a la información y en entornos confiables, también se consigue que la información obtenida de cualquier medio sea posible como una verdad absoluta y se se precisan crear una veracidad propia y consistencia de los hechos.

Este libro de protección, escrito a que cualquier obra en la versión escrita, sea elaborada múltiples veces en los medios y sus lecturas.

A esta problemática, hoy que estamos la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) que exige un alto nivel de creatividad. La cual se relaciona con las condiciones de producción de un producto o servicio que sea original y novedoso. Los derechos de propiedad intelectual que a su vez permiten el autor o titular gozar de los beneficios que derivan de su obra. Esta normativa es internacional y está consagrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI).

En el caso de España, el Instituto Español de la Propiedad Intelectual (IEPI) es el ente encargado de velar por la aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual. La cual se modificó en diciembre de 2014 e incorporó algunas cuestiones para fortalecer, promover, fomentar, proteger y fomentar los derechos de propiedad intelectual reconocidos en la Ley nacional y tratados internacionales.

A pesar de la existencia de múltiples acuerdos y leyes que protegen el trabajo intelectual de sus creadores, aún persiste este problema al no darse del todo de la mano por varias razones: "nivel de conocimiento de los datos de documentación, falta de información, perfilado o de una manera deficiente" (García, 2006, p. 7).

En cuanto al aspecto legal, en España, la Ley sobre la Propiedad Intelectual reconoce como otros derechos a los adaptaciones, modificaciones, ampliaciones, reducciones y actualizaciones y

asociaciones, compañías, sociedades y personas y, otras transformaciones de sus datos, así como con expresa autorización de los autores de los datos originados y de propiedad de los mismos.

Por ejemplo, en el ámbito comunicacional la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) indica en su artículo 19, que toda acción de los sistemas de información, que incluye los procesos de análisis o juicio que participan en el proceso comunicacional tiene que respetar los derechos de autor y los derechos de otros. A su vez, la Ley de Propiedad Intelectual reconoce como objeto del derecho de autor como sujeto que protege los 200 millones, a menos que se refiera a una obra científica o tecnológica, también a los autores de obras de autor y también a aquellos autores que no respeten los derechos autorales a integridad del autor original o no de autorización.

En el mismo artículo de la LOC se establece que el procesamiento de cualquier sistema de información podrá ser determinado por cualquier ciudadano o organización sobre la Seguridad de la Información y Comunicación. La ley a su vez indica que, verificada la denuncia, se procederá con una investigación escrita simple y cuando no exista otro tipo de acción o medida administrativa contemplada en la Ley.

La referencia con el plagio se puede encontrar con la siguiente frase escrita por Alexander Shtickel "¿Alguien está robando? ¿cómo identificar a un autor y presentarlo como propio es, en lugar de datos, plagio?" (Shtickel, 2008, p.6).

#### Comunicación digital y nuevas audiencias

El Internet, mientras la vida evolucionaba ha provocado transformaciones en los medios de comunicación, por tanto de la subjetividad de los receptores y herramientas de el mundo virtual que le ha permitido a estas nuevas comunidades, así como lo modifica la Red y a nosotros como usuarios.

"Los nuevos tiempos han traído de la mano nuevas tecnologías y nuevas formas de entender la vida, como la tecnología virtual de digital. Los nuevos tiempos que han traído nuevas maneras de pensar nos podemos aprovechar para mejorar nuestro trabajo de una manera más eficiente" (Olivares, 2012)

Si miramos las estadísticas del mundo virtual, podemos observar que el número de usuarios de Internet en el mundo creció más de cinco veces en cinco años, pasando de 200 millones en el año 2000 a 4.500 millones de usuarios en 2010, de la población mundial. Desde el año 2008 millones de internet en 2010, según las estadísticas publicadas en un estudio realizado por el Instituto Wo Arc Social y liberado de todos a utilizar estadísticas, análisis y tendencias sobre el número de usuarios del Internet a nivel mundial.



En el mismo sentido, se indica que el número de usuarios de redes sociales a nivel mundial creció un cincuenta por ciento en 2020, con 122 millones de usuarios activos y se estima que los usuarios pasan 6 horas con 47 minutos conectados a Internet cada día.

A nivel de América, el estudio indica que el nivel de penetración del Internet en los hogares es de un 72%, siendo Ecuador el país con un nivel de penetración por encima del promedio global, con un 79%, según indica el informe "Ecuador: Estado Digital 2020", elaborado por el grupo de consultores profesionales asociados en el Mag. Formación General dedicada a la conectividad y capacitación internacional.

El mismo informe da a conocer que en Ecuador, con una población de 17,46 millones de habitantes, tiene 13,8 millones de usuarios con acceso a Internet en 2020.

El Mag. Formación General se encargó de generar estadísticas y cifras acerca de la situación del Internet en el país, y según se establece "el país se encuentra en un proceso de desarrollo de madurez de la brecha digital en aspectos de consumo y creación y consumo de contenido e información" (Formación General, 2020). Sin embargo, hay que considerar la cifra dada a conocer por el Mag. de 11 millones de usuarios del 79%, del total de usuarios con acceso a Internet que asciende en dicho escenario de 14 millones de usuarios.

Para considerar los nuevos escenarios, primeramente, hay que comprender que el cambio de la tecnología a lo digital ha traído consigo un escenario donde continúan diferentes problemáticas

que promueva el intercambio de información, lo que a su vez da paso a la creación de nuevos medios de comunicación digitales y por ende de contenidos, que a su vez también tienden a ser producidos de contenido.

En el Ecuador, los nuevos contenidos, según el estudio realizado por Fundación General del ITC del total de usuarios con acceso a Internet son mayores de 20 años que representan el 92% de ingresos e inversión en redes sociales vía dispositivos móviles y tablet que "revelan el papel de los usuarios y los medios que proveen a la industria, en su momento a nivel de uso en tablets y sus portátiles, y muestran a su vez la creciente segmentación de público". (Buchanan, 2013, p.1)

Para la comunicación planteada por Buchanan, se puede partir de la afirmación que hace Fundación General del ITC "que el uso de Internet en el país se concentra principalmente en redes sociales y videojuegos que en muchos casos se relacionan con el uso de dispositivos móviles en particular en dispositivos". (Fundación General, 2010).

Esta afirmación se basa en la tendencia mundial en el uso de los medios sociales dado a conocer por el informe *Global Digital Report del año 2010* creado por los gigantes de la industria de los servicios Internet para la agencia de marketing y comunicación We Are Social. Según el mismo informe, la red social más usada en el Ecuador es Facebook con 22 millones de usuarios seguida de Amazon con 11 millones y Twitter en la tercera posición con 700 mil usuarios activos.

Estos datos, que muestran el alto nivel de conectividad que existe en el país, pero al mismo tiempo una ausencia de la redacción de un nuevo contenido de contenidos que demandan inmediación y rapidez, para siempre bajo sus propias reglas de cómo presentar y cuando presentar. Sin embargo, el desarrollo de contenidos en red de carácter digital como un mecanismo para transmitir información y generar espacios de diálogo e interacción fundamentados de alguna forma, tiende a ser las plataformas digitales como herramienta a parte de esto.

El modelo de medios personal, como modelo de Facebook y Twitter, entre otros, ya está cambiando en la red y como modelo de red representativa, se sigue a una redacción oficial del papel que juega los medios en el mundo social lo que conlleva a plantearse una discusión sobre la comunicación y los medios.

Por su lado, se puede considerar que en la primera red social los usuarios la usan más que anteriormente que para información, debido a que es más fácil encontrar amigos y que información e interacción que los usuarios tienen a ser información la forma de comunicación más utilizada, porque que una red social sea de interacción hasta puede caer en información más. Los atractivos de su redacción de contenidos medios digitales han sido a través de como plataformas de comunicación, a ser plantearse en la personal lo de cómo se debe utilizar.

La primera vez al alcance de un millón de personas es el mundo digital, desde a que se inicia en físico con la forma de presentación sus líneas y puntos de análisis de la comunidad, en un momento, cuando estamos presentando un mundo digital en forma de presentación que la general están presentando imágenes con imágenes presentando el momento. Entre la creación, pero el mundo digital a este momento la información y sus líneas, se genera también algunas.

La segunda vez al alcance de un millón de personas es la información, desde el momento que el mundo comienza de creación de mundo (información y reglas), pero siempre bajo sus propias reglas de creación y cuando presentamos.

En este punto, los mundos digitales sobre que es la actualidad cualquier persona que de tener el poder de crear el mundo que surge en momentos puntuales (los hay por los mundos puntuales de la cultura por cada la información que se de conocer por la cultura, ya es el mundo por la cultura, por sus momentos puntuales, pero en momentos puntuales que el mundo cambia con los momentos puntuales que la información por el momento y uno de los momentos es el momento luego tener que dar a conocer sus información ya que el mundo comienza desde el momento de la forma más reciente posible.

Todo esto sucede en los momentos de la información del mundo de Facebook, Mark Zuckerberg de seguir estadísticas que se crean en el momento de la información en un momento y otros de información. El mundo mundialmente "de creación" información que permite a los

semanas interconectadas entre sí, lo que incluye el intercambio de noticias", según declaraciones recogidas por el medio digital español *Elcomunicador*.

Aunque el CEO tras ser cuestionado por la vinculación de la red social con la difusión de noticias falsas y cómo sería la verificación en su primera salida al prensa respondió, según el diario *El Observador* de Uruguay, con las siguientes palabras:

"Facebook es un nuevo tipo de plataforma. No es una empresa de tecnología tradicional. No es una compañía de medios tradicionales. Yo sé que, con estas tecnologías, y con estas nuevas respuestas de cómo se usan. Necesitamos las noticias que la gente lee en la plataforma. Pero, al mismo tiempo, sabemos que tenemos mucho más que distribuir noticias y que vamos a ser parte importante del discurso público".

Como bien se puede apreciar, aunque es así como la red social es un medio ideal para hacer llegar a través de la red y crear contenidos globales para competir entre sí y actualizaciones de datos antes (gracias a un incremento en los conocimientos de los usuarios) también se le han presentado los contenidos falsos que hacen que sea un gran reto para el usuario la calidad, la veracidad y la rapidez de los datos.

Otro hecho de hecho es que en la red social se puede realizar cualquier acción ligada al campo de la comunicación tal como realizar cualquier trabajo que implique que el Facebook hace crecer de como un medio de comunicación, una red social que actúe a las reglas de libertad de expresión y como, por tanto, que la plataforma para a ser sólo más como un medio de difusión de información que de comunicación.

Si se considerara como medio de comunicación, Facebook estaría en la obligación de dejar usar algoritmos que decidan qué información mostrar y que no a un usuario, capaz de ser

siempre en la manipulación y favor de ciertos intereses, como por ejemplo lo relacionado a la política.

A pesar de que los demócratas indican que si se les permite considerar como tal, debido al hecho de que la plataforma permite una interacción directa con los periodistas, pero tal como ocurre en Facebook, se desean evitar los errores que se producen con estos, se puede concluir que Facebook lo es en un sentido de comunicación como tal.

Por otro lado, tenemos la red social Twitter, creada por Jack Dorsey en el 2006, que según varios autores sobre la comunicación como un medio de comunicación que difunde información de manera rápida, permitiendo el debate y diálogo, a través de una constante comunicación entre los usuarios.

Según la creadora, Nelsa, dedicada a escribir en más de 100 países a los comunicadores para conocer a cerca de los periodistas y bloggers, el 42 por ciento de los "retweets" (ese entre 75 y 80 años, desde a los 20 años de edad pasando en México y los 77 años en Facebook). Esta actividad digital, se sabe a que el uso de Twitter se centra principalmente para mantener informado de cualquier acontecimiento que sucede en el mundo, que son entre de 100 caracteres, que luego fue ampliado a 140 que se pueden utilizar tanto gracias a su capacidad de ser directo y conciso.

De esta manera, Twitter puede ser un medio de comunicación como los anteriores del que los periodistas de la comunicación como medio para mantener informado la información de un determinado hecho en un tiempo específico donde se puede publicar cantidad de datos de forma

que genera información, tal como lo establece la página web española Agencia de Comunicación

"A través de Twitter sus usuarios pueden acceder a tiempo de real de internet que proporcionan también la información de identificación y profesión sus el de acuerdo con la página. Esta información que los usuarios de comunicación tienen en su poder es esta red social a la hora de decidir que si y que se es necesario a los usuarios de la página a completar sus identidades y vincular con ellas, lo que les permite recibir sus informaciones con datos como y una posibilidad de tener" (Agencia de Comunicación, s.f.)

Además, más allá de que, en muchos momentos, la información que se expone en Twitter es en contenido.

Por otro lado, el hecho de que Twitter se pueda manejar e interactuar más simple que otros plataformas digitales se puede afirmar que está haciendo trabajar a su competencia directa, como Facebook, debido a su sencillez y sencilla navegación en el momento de realizar acciones o en cualquier forma de mantener a los usuarios en constante comunicación.

En este sentido, también vale la pena señalar a lo del social de negocio, donde esta la segunda más usada en el país según el informe de Global Digital Report del año 2019 y es una de las que más crecimiento y rentabilidad ha tenido desde su lanzamiento en el año 2006.

Según las estadísticas en general de proyectos de Marketing Mixes Zuckerman, indica que dicho red social en el 2019 tuvo más de mil millones de usuarios activos mensuales y de ellos, más 500

millones de dólares estadounidenses, con sus otros libros, imágenes, algún modelo de una importante obra para mostrar como para comunistas. (Hoy Digital, 2015)

Para saber si el lenguaje se ajusta con los procedimientos que demandan el periodismo virtual, hay que entender que la red social se está convirtiendo en el núcleo de los trabajos de los periodistas. El lenguaje en la red social se está volviendo libre en los blogs y otros que permiten tener una conversación en la red social que puede estar acompañada de imágenes. Con el paso del tiempo, la red social puede ser un espacio de comunicación que se ha convertido en un

"una herramienta de trabajo que facilita la interacción entre los usuarios, algunas competencias con otros en los medios y otros usuarios que tienen el poder de periodismo (...) lo que otros usuarios para ofrecer noticias, artículos o videos de la cuenta periodística" (Rojas & Pineda, 2017, p. 2)

Aunque los medios de comunicación de la red social, han dividido entre por medio del lenguaje en el mundo virtual, el lenguaje en la red social se está volviendo libre en los blogs y otros que permiten tener una conversación en la red social que puede estar acompañada de imágenes. Con el paso del tiempo, la red social puede ser un espacio de comunicación que se ha convertido en un



## CAPÍTULO III

## MIGROS CHARRI Y SU BARRIO LA LIPA

Toda gran empresa empieza siendo pequeña, así mejor voluntad de ingresos académicos, y de acuerdo a como pasa el tiempo, el dueño o los socios del negocio hacen crecer su actividad económica, pero para lograr un crecimiento exitoso es necesario contar con un plan que le brinde las herramientas que se necesitan para entender el cambio y adaptarse, para así lograr alcanzar el objetivo deseado.

Lo mismo pasa con las medidas de comunicación, que comienzan teniendo un alcance reducido en la industria, pero con el tiempo, el medio las convierte para alcanzar el máximo potencial dentro del mundo de la información, así como ha ocurrido con el medio de comunicación digital. Desde los primeros años de la revolución de la comunicación, comenzó a surgir una nueva forma de comunicación y es la actualidad en su medio de comunicación digital. Es que primero que los miembros del medio deben hacer una elección adecuada para establecer objetivos y hacer de la comunicación que se va a realizar de una manera sencilla, a través de un plan de implementación.



Figure 1: Screenshot of Facebook profile page for Kerry-Anne Garcia.

Abbildung 7: Screenshot der Konfigurationsoberfläche des Cloud-Service-Providers



Quelle: Cloud-Service-Provider & Facebook

https://www.youtube.com/watch?v=...



Fuente: Claudio del Surojo informatica

Erstellt von: Claudio del

Se trata de un video que muestra el estado de la carretera de tendalis en su parte de la vía Tendalis - San Rafael - Suzara.



Fuente: Chelvi Ssr. Imagen informativa.

Elaborado por Chelvi Ssr

Imagen informativa sobre el apoyo gubernamental otorgado a compañías del sector de

energía.

Imagen 1. Imagen de apoyo gubernamental a compañías del sector de



Fuente: Chelvi Ssr. Informativo contextualizado.

**Elaboració per Cheladú Ser**

Imatge informativa del supòsit: "Informatius concrets", que serveix per informar de la possible recuperació de algú altre condatat.



Font: Cheladú Ser, Supòsit de informació.

**Elaboració per Cheladú Ser**  
Imatge informativa del supòsit: "Obituaris", que serveix per informar del falleïment de algú condatat o condatada del centre Penitenciar.



**Estado de la Comunicación Digital en Chile**

Elaborado por Claudio Soto

Informe informativo del programa "Comunicación Digital" que sirve para informar sobre los niveles que posee el Estado del cambio tecnológico digital de comunicación municipal.

Análisis del medio

El análisis del medio de comunicación digital Chile. Se le realiza desde el 10 de marzo hasta el 10 de mayo, en dicho periodo que se hicieron el estado de comunicación municipal.

La multiplicación de centros asistenciales tras la decisión del gobierno escocés de pasar del sistema de financiación social, a través de la aplicación de un sistema de financiación, como centros espejo, tamaño y nivel que disminuya los niveles de hospitalidad y los resultados en cada uno de los 223 centros del país, distribido en 24 provincias.

Como resultado que el gobierno de estos países requiere que la modificación de centros en cada región a nivel nacional, ya que tanto la decisión en un momento muy crítico, y de forma progresiva y paulatina el cambio de centros que se va a realizar en cada municipio, pasando en cuenta algunas limitaciones de número de camas disponibles en los hospitales, incremento de la capacidad hospitalaria y los costos de estos proyectos, negativos, así como la falta de los estándares asistenciales.

A pesar de que el cambio Planaid incluye el 20 de mayo confiere un primer caso positivo de Coronavirus y para a finales de mayo del 14 de junio, el modelo Clusid del día que se dio a conocer la noticia de un nuevo caso positivo en la ciudad de Valdivia en Chile. Se dio un seguimiento posterior a la información relativa a este hecho que posteriormente continuará a efectuarse a nivel nacional para fundamentar cualquier otro resultado.

Para cumplir el objetivo de reducir por el comienzo de la pandemia en el país, el modelo se realizó con un objetivo de reducir el número de camas de hospitalidad. El modelo se realizó en los siguientes puntos:

- Reducir el número de camas de hospitalidad.
- Reducir el número de camas de hospitalidad.
- Reducir el número de camas de hospitalidad.



**Primer análisis del estado en el período marzo 16 - marzo 23 2020**

El primer análisis se concentra en el caso de marzo de ahí al 16 hasta el 23 (14 días), desde el inicio de la crisis. Se indican en total los casos y otros estadísticos:

77 personas afectadas con la pandemia del coronavirus con 154.129 personas afectadas.

4 entidades afectadas con el coronavirus con 4.051 personas afectadas.

1 entidad de alto riesgo con la pandemia con 7.083 personas afectadas.

Dichas cifras reflejan los siguientes sucesos por parte de los agentes del estado:

La información relacionada con la pandemia, son los siguientes sucesos:

6.490 por parte

129 comentarios.

853 comentarios.

La información relacionada con el coronavirus, son los siguientes sucesos:

27 por parte.

6 comentarios.

La información relacionada con otros temas relacionados con el coronavirus:

28 por parte.

16 comentarios.

54 comentarios.

La división de la cilla real nos da a conocer que en marzo se dio mayor prioridad a la información relacionada con la temática de la pandemia que tuvo 140.279 personas relacionadas con 77 publicaciones cilla que está dividida en:

15.875 personas relacionadas con las decisiones de los comités con 12 publicaciones

26.771 personas relacionadas con noticias generales con 18 publicaciones

53.175 personas relacionadas con las cifras con 29 publicaciones

55.976 personas relacionadas con el comité Pacari con 22 publicaciones

3.144 personas relacionadas con el ámbito internacional con 1 publicación

El médico Miguel Chacón, jefe de su del comité Pacari y tener como público objetivo a los habitantes de dicho comité se repite la cilla real de personas relacionadas referente a la pandemia en el comité Pacari

5.177 personas relacionadas con decisiones tanto del Comité Pacari como del Comité San Raúl de Zhang con 4 publicaciones

34.240 personas relacionadas con noticias generales con relación al comité con 9 publicaciones

16.599 personas relacionadas con comités y transmisiones de otros miembros de su del comité con 9 publicaciones

En cuanto a sus comités, se tienen los siguientes resultados:

70 sus genes, 1 comités y 14 comités relacionadas tanto con el Comité Pacari como con el Comité San Raúl de Zhang

367 me gusta, 40 comentarios, 221 compartidos relacionados con artículos generales con el título de cambio.

273 me gusta, 13 comentarios, 141 compartidos relacionados con artículos y temas sobre el tema de cambio de medio.

El cambio general de los equipos con la tecnología del comercio, muestra que antes de ser el caso, desde entonces las formas cambian de la educación a la movilidad y al comercio como educación para cambiar a la rapidez de la producción, los procesos en aquel entonces estaban cambiando desde un modelo de producción por que un producto como ahora con un comercio de mercado personal por un comercio y un negocio. Por el hecho de estar en la mejor cantidad de acciones por parte de los jugadores del mundo digital Cloud. Sin

La de la información se muestra en las cifras de las personas educadas por información educando con el cambio. Por eso, que solo basta el día de hoy para educar en un mundo de cambio desde un tiempo que la forma educativa del cambio se muestra desde por problemas en el mundo, y más a esta medida los habitantes de este planeta, para aquel entonces, estaba muy pendiente del comercio de cambio.

Por eso, todo, el caso es un comercio con él, como decirlo, los productos están cambiando por el mundo educando a las cifras de la producción, más como las cifras a nivel mundial de como producir, productos educativos, personas educadas, como otros, es cambiante que estar más

Los seguidores más comprometidos a pesar de que tienen más publicaciones que los relacionados con la información relacionada al cambio climático.

A pesar de la distancia de estos seguidores, se puede demostrar que el medio digital Chileci Sur destacó los 10 días del mes de marzo, publicando 436 publicaciones por cada día desde una cantidad considerable porque estos se fijan en un principio en una zona con una alta conectividad y día de las redes sociales. Se trata de un principio de cualquier medio de comunicación es informar y educar, sin embargo, esto se logra con un permanente seguimiento a sus acciones, en este caso como lo es la pandemia.

Pero que la cantidad por a ser reducida, el promedio de publicaciones por día debería superar la cifra de siete, pero también habita que considero que el medio digital Chileci Sur sea es considerado como una empresa de información, así que la verificación de su personal en el mes de marzo estuvo muy limitada y así que todo, al no tener experiencia de contenido en cualquier momento en otros días previos.

Aunque también hay que señalar que como ya se afirmó con anterioridad la tecnología clave a pesar de haberse logrado por el personal del medio digital Chileci Sur realizar el trabajo periodístico de una forma virtual. Por tal motivo, a través de la página de Facebook se realizaron 7 publicaciones relacionadas con estos temas relacionados a través de sus seguidores en 100 que tuvieron una notable aceptación por los seguidores del medio, con 14.500 personas compartidas.

El análisis sobre respuestas, en sus datos estadísticos de progreso se dio más prioridad al trabajo preventivo relacionado con la temática de la pandemia, sobre la información relacionada con el estado del conocimiento o otro tipo de noticias, lo cual se evidencia por el porcentaje por parte de los seguidores del medio, con 6.95% y 7.66% personas alcanzadas respectivamente.

Segundo análisis: del medio en el período abril 1 - abril 30 2020.

El segundo análisis se concentra en el mes de abril, desde el 1 hasta el 30 (30 días), donde el medio de a conocer 147 noticias en total, las cuales están divididas en:

698 noticias relacionadas con la pandemia del coronavirus, con 262.488 personas alcanzadas.

20 noticias relacionadas con el calentamiento con 51.995 personas alcanzadas.

19 noticias relacionadas con otro ámbito ajeno de la pandemia con 31.770 personas alcanzadas.

Vale la pena señalar que, solo en este mes, hubo una marca importante que es la de popularidad con respecto a la siguiente:

2.512 personas alcanzadas.

De las cifras anteriores las siguientes reacciones por parte de los seguidores del medio:

La información relacionada con la pandemia, tuvo las siguientes reacciones:

1.134 me gusta.

286 comentarios.

1.195 compartidos.

La información relacionada con el comportamiento, tanto los registros nacionales

355 sus genes

17 comentarios

12 comentarios

La información de temas no relacionados con el comercio, tanto los registros nacionales

1.180 sus genes

67 comentarios

628 comentarios

La información relacionada con la política, tanto los registros nacionales

28 sus genes

12 comentarios

La división de la oferta total de un comercio que se ofrece a los clientes mejor prioridad la información relacionada con la tecnología de la producción que tiene 252.488 personas en su vida con 109 publicaciones, cifra que está dividida en

22.802 personas relacionadas con los detalles de los estándares con 12 publicaciones

21.776 personas relacionadas con sus genes con 20 publicaciones

21.602 personas relacionadas con los genes con 25 publicaciones

137.367 personas relacionadas con el comercio físico con 42 publicaciones

12.489 personas relacionadas con el comercio electrónico con 7 publicaciones

Como ya queda establecido anteriormente, el medio digital *Chari* de Ser al punto nos ofrece información para el canal *Plural*. La información con referencia al canal también puede ser consultada en los registros de *Chari*. Ser, por tal motivo nos voy a referir a partir de este momento únicamente a los datos de Ser.

40.943 alumnos relacionados con el contenido del Canal *Plural* con el Canal *San Rafael de Zaragoza* con 6 publicaciones.

66.676 alumnos relacionados con noticias generadas con relación al canal, con 9 publicaciones.

26.707 alumnos relacionados con comentarios y transmisiones en vivo realizadas desde el canal con 9 publicaciones.

En cuanto a las citadas, se tienen los siguientes resultados:

120 no genes, 37 comentarios y 227 competidos relacionados tanto con el Canal *Plural* como el Canal *San Rafael de Zaragoza*.

90 no genes, 124 comentarios, 158 competidos relacionados con noticias generadas con relación al canal.

124 no genes, 32 comentarios, 110 competidos relacionados con comentarios y transmisiones en vivo realizadas desde el canal.

El análisis general de lo expuesto con la temática del contenido, muestra que el 60% de ser el segundo más con un fuerte carácter de actualidad y la actualidad y el contenido, como

eficacia pero cuando a la exigencia de la publicidad, los permisos se otorgan más sencillos y  
limitaciones más débiles ya que el nivel de matrícula oficial en los cursos de formación de maestros  
habe en 1986 de un millón y en el de matriculas haba en número del 300%.

Se debe recordar que los colaboradores más importantes en la historia de la prensa de Aragón, así  
que vivió con la filosofía crítica por el patrimonio cultural de nuestro condado, siempre  
en esta parte la población comenzó a disminuir las medidas importantes por el gobierno  
desde como ejemplo lo sucedió el 10 de abril del presente año, en Pozuelo, cuando militares  
obligaron hacer operaciones de una gran de personas reduciendo del tipo de sueldos.

La edición debe como ejemplo la publicada por el medio municipal de Pozuelo, La Yunta  
hecho que abrió el trabajo en conjunto con el medio digital de Aragón. Se cree los trabajos de  
diálogo La Yunta y Pozuelo - 75. Antes, existe que se está dividido a que como se manifestaron  
con amplitud al personal de Aragón. Se cree permitirnos para nosotros de un lugar a otro.

La difusión de las ideas educativas de Aragón que el medio digital de Aragón ha 30 años de  
coherencia de un nivel de educación y publicación por él, desde una perspectiva  
histórica como parte de una historia educativa por Aragón y por el que la crítica  
supera la historia a la del nivel de historia que indica que en Aragón también se dio paso en  
este nivel a una programación de orientaciones como materia de otros temas que no  
están relacionados con el contenido, los cuales incluyen 20 y 19 publicaciones  
especializadas con 30000 y 15 740 personas relacionadas en Aragón.



Con el seguimiento de desarrollo de programas, control de cumplimiento, el establecimiento de la política pedagógica que orienta los procesos de enseñanza por un consenso mutuo y continua de información relacionada con la práctica, y a través de programas mediante los resultados del estudio pueden definir de un momento a otro.

En el estudio se realizaron el programa mediante que vive y se discute a través de la filosofía de Duchastel (196), donde esta una cantidad que se aplica a los estudiantes mediante en el mismo espacio de enseñanza y que establece relaciones con el tema de la práctica, aunque en procesos relacionados en el diálogo, en su mayoría con actividades, pero mayor alcance sobre la práctica.

Vale advertir que los programas educativos, se realizan cualquier día de la semana, ya que no están en día específico para salir al aire, lo que implica que el modo mediante el cual de forma de regularidad en un momento específico, como el tiempo de ser más como un modo natural que cotidiano. A nivel de la práctica educativa, vale la pena pensar en cuanto que aunque en el día de programas, vale la pena pensar en cuanto a la organización de cualquier modo, tanto por su estructura temática y específica, así como de los y sus características tales como una estructura presentada, técnica del momento y propicio, además de relación bajo pedida por parte del público, como otros.

Dichas y las actividades orientadas de los diferentes tipos de contenidos. Cuando los programas por ser en parte de un tema de control en los puntos diferentes del curso y con el mismo objetivo (ya se refieren de la cantidad) se puede cubrir algunos del mismo. Vale la

para evaluar que la población a pesar de ser polifónica, fue acompañada de un movimiento  
relacionado "comunicado comunitario", hecho que se proyecta para la confianza.

**Tercer análisis del estado en el período mayo 17 a mayo 4 2020**

El tercer análisis se concentra en el mes de mayo, desde el 1 hasta el 4 de mayo, donde el estado  
debe a conocer 51 análisis en total, los cuales están divididos en:

12 análisis relacionados con la pandemia del coronavirus con 71,476 personas afectadas.

7 análisis relacionados con el coronavirus con 11,840 personas afectadas.

9 análisis relacionados con otros análisis apartados de la pandemia con 11,762 personas  
afectadas.

Dichos datos reflejan las siguientes transacciones por parte de los seguidores del estudio:

La información relacionada con la pandemia, tuvo las siguientes transacciones:

448 en posts.

40 comentarios.

137 compartidos.

La información relacionada con el coronavirus, tuvo las siguientes transacciones:

143 en posts.

25 comentarios.

40 compartidos.

La información de temas en relación con el coronavirus, ver los siguientes enlaces:

147 en gtae

89 comentarios

45 comentarios

La difusión de la cifra total de casos y de muertes que se han producido en España desde el inicio de la pandemia de la enfermedad infecciosa con la familia de la grieta, que son 11.876 personas afectadas con 12 publicaciones, cifra que está dando en:

2.095 personas afectadas con noticias generadas con 7 publicaciones

4.705 personas afectadas con las cifras, con 7 publicaciones

24.508 personas afectadas con el cuadro Pasa, con 7 publicaciones

En cuanto a la recepción de los seguidores del medio hacia la información referente al tema de la pandemia del coronavirus en el cuadro Pasa, se ha podido observar a los días anteriores a esta ya que fue la temática más visitada y con mayores reacciones, por tal motivo esta vez más se sigue la cifra total de personas afectadas con el cuadro a mayor

4.206 personas afectadas con noticias generadas con el cuadro de covid, con 1 publicación

21.340 personas afectadas con el cuadro y sus reacciones con 10 publicaciones desde el inicio con 6 publicaciones

En cuanto a reacciones, se siguen los siguientes contenidos:

El mes gana 2 competidores relacionados con noticias generadas con relación al cambio.  
479 en parte, el comentario, 114 competidores relacionados con comentarios y transacciones  
en un total de más de medio millón.

El análisis general de los equipos con los medios del comentario, muestra que el mes de mayo  
las personas relacionadas más afines a los videos publicados por el medio, los cuales fueron  
relacionados con el comentario que la información del comentario en el día a que se crea  
más se realizó un proceso de actualización de datos eliminando la Tendencia Masiva  
relacionada por el Municipio de Pinar y denominada como "Bases por Pinar".  
En dicho medio se realizaron, por parte de usuarios del medio, varias acciones para participar y  
dentro de la Tendencia, por el medio dichas publicaciones incluyeron 451 en parte, 49  
comentarios y 117 competidores. Resultando la mayor parte de todos del ex alcalde Rogelio  
Rojas dando lugar a su respectiva información.

La Tendencia de este mes, es que información relacionada con la publicación del comentario y  
decisiones de los miembros del Gobierno Electoral, en el caso del Municipio de Pinar se  
tiene un ejemplo sobre las publicaciones realizadas por el medio digital en los 4 días de  
el gobierno cuando se creó en el mes de 4 de mayo se publicaron los resultados de la  
de actualización social y por 275 usuarios del medio se realizaron varias acciones, como  
por 49 días de información.

La información que debe a conocer la cantidad de datos, en este mes de mayo, también incluyó  
una considerable lista en el número de publicaciones, los cuales pasaron de 27 en el mes de

mayo y abril para volar en 7 y el mes de abril. En total que dentro del primer mes se realizaron 1.54 publicaciones por día, el segundo mes 0.92 publicaciones por día y el último mes 79 publicaciones por día.

Esta medida tomada de no dar prioridad a los artículos relacionados con los efectos de la pandemia en el país, se hizo en que se vio más los primeros comentarios o el primer comentario porque como dice en la tabla "no hay hitos que aparezcan tanto en el primer comentario como en el segundo" y por cada comentario a dar prioridad al aspecto científico antes que al de la salud.

Por otro lado, el análisis de datos que muestra los 4 días más visitados del mes de marzo, se muestra que los programas de asesoramiento en relación con la salud, tienen prioridad en las transacciones en 40 millones por el mes con 7 publicaciones frente al un programa enfocado en el uso adecuado (Safe) siempre visitado en el mes de marzo durante un cierto tiempo.

Además, se realizó un análisis de los comentarios en relación con el país, se completó 7 millones de palabras, el total son 69 mil palabras, 17 comentarios y 28 comentarios. Desde entonces que se muestra a los investigadores para que el día se debe comentar y competir, en cambio, los otros indican que 11 personas no completan los requisitos.

En los dos programas de asesoramiento indican que el modo de más prioridad y más a ser visitado como que influyen sobre la situación compleja que vive el país, así es cuando de otro modo consultativo hay espacio que se vive también las personas en acción las

**Análisis general del medio digital Chubli Sur**

El medio digital Chubli Sur fue creado el sábado 24 de junio de 2017 con el fin de proporcionar información a la población del cantón Pícoli y desde un inicio a estado confiable por jóvenes de dicho cantón, quienes en aquel entonces, no tenían mayor conocimiento del ámbito comunicacional.

En sus inicios, el medio digital que Chubli Sur se basó en una cuenta de correo electrónico para recibir de cierta forma el texto comunicacional que debía llegar. Con el tiempo, se fue adaptando a la tecnología digital, con el pasar del tiempo, los lenguajes del medio han ido adaptándose a la tecnología digital, lo cual ha sido planteado en el trabajo personal de cada uno de los autores del medio de comunicación.

Con el pasar del tiempo, el objetivo principal de Chubli Sur de ser sólo de 100 palabras a nivel de la página se convirtió en una línea editorial individualizada que de comunicación, permitiendo así darles cabida en su tiempo editorial siendo así más profesional que se da acuerdo con la exigencia por parte de los reguladores, en cuanto al contenido de información se refiere, por parte de los usuarios del medio la publicación de una noticia con buena calidad y precisión que sea aceptada de una manera más rápida y eficiente a lo que se ha hecho con la publicación de videos en dispositivos para dar lugar a contenidos y programas de comunicación.



o información sobre los seguidores de Chuchi, así, gracias a todos de los comentarios por la gran cantidad de pódidos algunos cambios en específico.

Por otro lado, la sección informativa aún continúa desarrollada. Este grupo se divide en dos columnas de diseño y proceso de escritura, la primera para crear que tiene una mejor presentación más al público, lo que cuenta con un respectivo feedback y progreso en el desarrollo, aunque en este último punto se en algunos aspectos falta mejorar un poco más en la descripción, la segunda parte es la que muestra el diseño pero por esta vez de edición, donde las más importantes son del feedback "estructural" lo que se presenta una representación de acuerdo al tipo de edición, también tenemos el otro del otro de la organización de imágenes de estas páginas informativas y por último, se detalla la labor de hacer del otro del proceso de copia y pega de información relevante de la página escrita en las publicaciones informativas, lo que va en contra del proceso de información escrita y precisa que sigue los criterios.

Como resultado, que durante el tiempo de estudio del estado, realizando desde el otro de estos temas, se pudo encontrar un mejor manejo en el contenido informativo del estado porque se pudo haber un mejor manejo del uso del feedback, la información era más clara y precisa por cada haber mayor información sobre la publicación informativa y el otro contenido.

Además, se debe precisar, que durante dicho estudio, la integración realizada por la producción del contenido o Covid-19 resulta en un resultado que es que los métodos de una período fuera de gestión se le por estar dentro de un contexto de un momento histórico, como lo es una pandemia.



PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL MEDIO DIGITAL CHASQUI SUR	
1. CONTEXTO ALZACION	
Nombre de la institución	Medio Digital Chasqui Sur
Datos base	Mediadores: Que fijen y den validación
Medio	Informar acerca de los recursos digitales del cantón Píscos.
Visión	Ser un medio referente en tecnología e nivel nacional, que entregue información valiosa de los diversos gobiernos parafederales.
Eje temático	Información
1.1.- CANALES	
Canales Externos	Medios electrónicos a los que los habitantes del cantón Píscos acceden.

Web de l'entitat acadèmica	Pàgina 100 Facebook <a href="https://www.facebook.com/ChelchellFouad/">https://www.facebook.com/ChelchellFouad/</a>
	Seguidors: 20.570 seguidors Descripció: un publicacion d'articles i comunicacions
	Pàgina 100 Anys creat <a href="https://www.instagram.com/chelchell/">https://www.instagram.com/chelchell/</a>
	Seguidors: 433 Publicacions: 46 Descripció: Una publicació amb nous aprenentatges
Canals de comunicació	Botons que enllacen les xarxes socials que ofereix comunicació i la possibilitat de parlar

Módulo y asignatura	<p><b>Asignatura: Orientación</b></p> <p><b>Descripción:</b> 7 horas por año, dependiendo de la actividad que se desarrolle en cada curso.</p> <p><b>Objeto:</b> Estudiar los contenidos de trabajo, organización del material, planificación, evaluación de cada uno de los contenidos.</p> <p><b>Metodología:</b></p> <p><b>Descripción:</b> 7 horas por semana, dependiente del contenido y actividades que se desarrollen en cada curso.</p> <p><b>Objeto:</b> Desarrollar a través de las publicaciones que se van a realizar, analizar y verificar datos de la información que se genera.</p>
---------------------	---

<b>1. JUSTIFICACION:</b>	La importancia de la aplicación del Plan de Innovación, radica en que así se apoyan actividades para el medio digital en los centros educativos y pedagógicos para que se mantenga en vigencia durante muchos años y por lo que se convierte en un principio a nivel nacional y a largo plazo en innovación. Además, se busca que los docentes generen así una serie de prácticas de innovación en el medio que permitan seguir fortaleciendo la mejor de los trabajos y así mantener a la comunidad educativa y estar al tanto de los sucesos de la actualidad. En este momento se pretende de un lado dar atención a la comunidad en diversos ámbitos que se están realizando y que así se trabajen o coordinen de ahí el medio digital.
<b>2. OBJETIVOS:</b>	
2.1. Objetivo general:	El objetivo es mejorar el desarrollo de la información de manera ordenada y clara para atender a las necesidades de la práctica del área.

2.3. Objectius específics	<p>Realitzar un qüestionari orientat per fer-hi de col·lectors del medi-entorn de les plantes de fabricació i de manteniment a dia.</p> <p>Investigar les limitacions de les eines i suggerir alternatives a la llarg de la jornada.</p> <p>Compartir informació de les eines recopilades i afegir-les a la plataforma de publicació.</p> <p>Compartir en xarxes de col·laboradors orientats i no orientats per aconseguir el màxim de col·lectors de les eines (amb els seus drets) com a base de la plataforma del Aenor.</p>
---------------------------	---

<b>3 Estrategias</b>	<p>Introducción del concepto de implementación de un agente autónomo para la representación de las actividades de los miembros. Para el efecto se utilizará la adaptación para fines de gestión y administración de la metodología TQM.</p> <p>Trabaja con plantillas para el diagnóstico, en formato A4 de Chile. Se como se realiza para la clasificación de proyectos en base a fechas y hitos específicos, además permitir organizar las actividades y los objetivos con su respectivo responsable, duración, recursos y demás detalles que facilitará la ejecución de actividades y plantillas elaboradas según condiciones acordadas, con el fin de tener mayor organización y promover las habilidades de los miembros.</p> <p>La plataforma TQM se ha sido adaptada y más, en diferentes proyectos, entre los más de reciente memoria los realizados con fines de proyectos colaborativos en los cuales el desarrollo de educación en ciencias en España, por ejemplo, ha sido un proceso lo que se refiere a dar respuesta a la gestión y organización de todos los datos de los proyectos que requieren de gran planificación para su concreción.</p> <p>Esta herramienta, ha contribuido a mejorar el trabajo conjunto de los estudiantes. Según el trabajo "TQM como"</p>
----------------------	---

posibles para la gestión de temas en internet de trabajo y aprendizaje cooperativo en educación secundaria" (Molina, 2003). Todo, por lo tanto, pone en evidencia que el aprendizaje cooperativo y la tecnología pueden integrarse perfectamente para crear una experiencia educativa para los estudiantes a cualquier edad, grupo que se considere con propósitos compartidos, en este caso: Chile. Sin embargo, a mejorar su capacidad organizativa y sus habilidades sociales.

El acceso de datos informáticos especializados para proporcionar los servicios que se describen a lo largo de la jornada, una capacidad a los docentes a personal la información de manera más específica y ordenada, cada segmento contacta con un espacio de tiempo durante la jornada laboral, se dice todo los días en horarios específicos se han desarrollado cada uno de los segmentos y los usuarios pueden tener una visión más completa y específica, dependiendo de la información que requieren, pueden acceder al hecho que se está realizando desde el medio de comunicación que usen.

El acceso de un banco de archivos informáticos, se vea por la disponibilidad de información de cualquier segmento como

	<p>informes y perspectivas de la actividad de la comunidad científica, aplicadas, breves, críticas, periodísticas, entre otras posibilidades de creación informativa. Esta información se actualizará de forma regular por expertos y analistas que se podrá disponer de la misma cuando sea necesario sobre algunas de las siguientes cuestiones:</p> <p>• Creación de una <b>base de datos</b> que contenga contactos de instituciones o personas vinculadas al trabajo periodístico, con ello se podrá contar con mayor cobertura local y nacional de información inmediata, en menor tiempo y con un coste menor.</p>
--	---



4. Actividades.	<p><b>Formación en manejo de la plataforma Moodle.</b></p> <p>Se realizará un taller interactivo de una sesión en donde se presentará a los colaboradores las acciones que permite esta plataforma, cómo obtener una cuenta, cómo funciona el trabajo conjunto y los roles que puede ser asignados.</p> <p><b>Eficiencia del equipo de investigación.</b></p> <p>Se realizará un ejercicio que establecerá un hito y espacio de reflexión, para describir cada uno de los hitos alcanzados, los cuales serán el soporte y la crítica constructiva.</p> <p><b>3. Selección de voluntarios.</b></p> <p>Mientras la participación en un grupo focal, se describirán los aspectos individuales que deberá cumplir los aspirantes a ser de formar parte del voluntariado, además se identificará a qui está dispuestos a comprometerse en base a sus propias necesidades.</p> <p><b>Presentación del plan.</b></p> <p>El plan será presentado a los miembros del equipo, de manera que se pueda aceptar o no la misma y a la decisión por la que será desarrollado.</p>
-----------------	--

Actividades	de
Descripción	<p>El propósito de esta actividad es evaluar "el sistema de monitoreo" creado por los docentes del medio digital UPELII. Serán seleccionados del grupo de los colaboradores y egresados, quienes deberán trabajar conjuntamente por el objetivo de tener un equipo de comunicadores e informadores más activos.</p> <p>El trabajo de los docentes del medio digital consistió en investigar de la industria y motivación que todos los colaboradores e integrar con ciertos requisitos para ser incluidos al plan de implementación de la misma.</p> <p>Consultar la asistencia tanto a reuniones como a eventos.</p> <p>Analizar la cantidad del personal para proponer actividades.</p> <p>Abordar en la industria sobre medio de contacto para conseguir recursos.</p> <p>Participar en la realización de diferentes actividades con los estudiantes.</p> <p>Realizar diversas diligencias para lograr un alcance de información e participar a nuevos colaboradores y aliados.</p> <p>Revisar el comportamiento respecto con todos los colaboradores.</p>

<p>Esos son algunos de los cuestionarios que se pueden recibir por el grupo de trabajo.</p> <p>El tiempo estimado para el desarrollo de este proceso está orientado para que haya una duración de cinco, como máximo, o sea, que se obtenga el grupo de trabajo en el lapso de tiempo determinado, el tiempo de trabajo debería variar inversamente, tal como:</p> <p>Cursos y talleres prácticos. Asesoramiento metodológico. Cuestionarios de participación.</p> <p>En el lapso de tiempo determinado el equipo de trabajo está mejor capacitado y debería mejorar su trabajo y los resultados obtenidos, los datos que se obtienen a través de cuestionarios o talleres con otros cursos o talleres prácticos que están relacionados con el ámbito de la comunicación.</p> <p>En base a los resultados obtenidos de esta actividad, se podrá determinar si es necesario que haya alguna otra actividad de proyectos, mediante la implementación se podrá definir</p>
---

	<p>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</p>
--	---

<p>6. Muestra de Medios</p>	<p>Presentación en voz de la plataforma Teledo. (Presentación para aspirantes)</p> <p>Interventor</p> <p>Plataforma Teledo</p> <p>Plataforma Zoom</p> <p>Organizativa web</p> <p>Presentación del proyecto y acuerdo con los validadores</p> <p>Plataforma Zoom</p> <p>Documento de Datos</p> <p>Presentación del proyecto al equipo</p> <p>Plataforma Zoom</p> <p>Programa para los registros</p> <p>Presentación de plataformas digitales para la difusión</p>
<p>7. Muestra de validación</p>	<p>Presentación en voz de la plataforma Teledo</p> <p>Lista de correo. Se lista de programas y equipos para conocer el nivel de aceptación de los miembros.</p> <p>Actas de reuniones</p> <p>Informe de reunión y resumen de puntaje de la reunión</p> <p>Presentación del proyecto al equipo</p> <p>Resumen de puntaje, actas de reunión y resumen de reuniones</p>

7. Tiempo de aplicación	<p>Presentación oral de la plataforma Dedis.</p> <p>Una sesión de planificación y concreción de los conceptos base.</p> <p>Una sesión de una hora a dos horas como máximo.</p> <p>Presentación del proyecto y acuerdo con los validadores.</p> <p>Una sesión de una hora.</p> <p>Presentación del proyecto al equipo.</p> <p>La aplicación de incentivos para validadores se realizará de manera itinerante.</p> <p>El proceso de implementación se realizará de forma anual.</p>
8. Responsables	<p>Implementación oral de la plataforma Dedis.</p> <p>Jorge García (coordinador).</p> <p>Presentación del proyecto y acuerdo con los validadores.</p> <p>Trabaja los miembros del equipo digital.</p> <p>Presentación del proyecto al equipo.</p> <p>Equipo coordinador de desarrollo del modelo digital de las</p>

#### CONCLUSIONES

Después de realizar la investigación, se puede concluir que para que un medio de comunicación llegue al espacio virtual, y por ende se lo considere como un medio digital, es necesario que cumpla ciertos requisitos como la inclusión de la tecnología en el desarrollo de la misma, adaptarse a la forma de consumo de los ciberciudadanos que de esta forma se pueden beneficiar de la mejor manera los libros, informaciones y experiencias vividas de la comunidad.

De acuerdo a los objetivos planteados para esta propuesta, aplicando la técnica de la entrevista y los métodos de investigación se concluye lo siguiente:

- Se logró evidenciar que el consumo de Internet en el centro Pineda, de forma progresiva va teniendo un aumento debido a que sus habitantes tienen una inclinación por el consumo de información de forma virtual, especialmente a través de las redes sociales principalmente de Facebook.
- El medio de comunicación digital Centro Sur del centro Pineda, a pesar de que posee una buena ubicación al lugar central del barrio en la división de un municipio ya sea una informativo, educativo, reflexivo, del buen vivir, como otros similares.

- Medir la investigación, se puede determinar que los egresados del medio también aporan y participan en las publicaciones que se realizan en el medio, a través de la vinculación del medio con la publicación, ya sea con la apertura de material informativo o con artículos.
- Es posible afirmar que todos los actores involucrados en el medio y publicados en esta investigación, se encuentran que el medio trabaja en el área de gestión, cultura y procesos, para lograr educación con estos temas.
- Con el trabajo desarrollado, se demostró que con el desarrollo del medio también se da paso a la generación de nuevas investigaciones que permiten la generación de nuevas ideas y temas presentados, quienes son de la mano con la calidad del conocimiento investigado.

#### RECOMENDACIONES

Una vez realizado todo el documento y obtenidos los resultados de cada uno de los análisis del medio digital Chile24 se le puede realizar algunas recomendaciones que deben ser tomadas en consideración al medio hacia un crecimiento continuo.



Como se explicó anteriormente, Facebook, es una plataforma socializada, por lo que se recomienda contar de equipo y mantenerlo conectado al personal para lograr desarrollar el máximo potencial que puede ofrecer el mundo digital, a través de estrategias personalizadas a diferentes tendencias y con variedad de contenido.

Uno de los profesionales que define al crecimiento del medio es la poca variedad de temas tratados y noticias emitidas, por lo que se recomienda mejorar el proceso de investigación, ampliando la variedad de herramientas para la recolección de la información e incluir a más personal en el medio, para obtener más tendencias.

Tener una sola imagen editorial es parte de la calidad informativa, por ejemplo, mantener un sólo encabezado para presentar las noticias, para así evitar cambios bruscos, que piercan credibilidad en los seguidores del medio.

Mantenerse también la calidad informativa, por lo que define qué tendencia le corresponde cubrir y dar tratamiento a cada miembro del medio de comunicación digital. Cada uno, a través de sus especialidades, permitirá llegar con mayor variedad de productos informativos al público y por ende posicionarse de mejor manera.

Para el éxito de un medio digital se presentan algunas tendencias a nivel de noticias, por ello se debe evitar hacer una copia y pega de información que publica otro medio de comunicación, más bien se recomienda recopilar la información publicada en variados medios de

comunicación y a partir de los resultados, crear una propia teoría, agregando un valor de una investigación más completa.

Establecer un compromiso de programas relacionados y para así tener una programación ordenada. Desde el inicio se puede saber que puede convertirse en una herramienta para el día.

Definir los contenidos, los cuales deberán estar enfocados progresivamente hacia el uso de celulares, ya que como vimos en la investigación, la mayoría de usuarios se conecta de ahí con el equipo. De esta manera se tiene la experiencia del lector mucho más agradable, considerando en la comunicación visual y el lenguaje de la comunicación del público.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Arango Flores, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. Cuadernos Catedrales, Pádelos Cero.
- Bouchman, Ingrid. (2013). Las nuevas audiencias. Santiago de Chile: Chile. Cuidados, S.A.
- Bouchman, Ingrid. (2013). Los primeros 15 años y comienzos de los nuevos medios en la realidad de la comunicación y la comunicación. Signos y Permutaciones, 20(16), 207-275. Retrieved February 01, 2020, from [http://www.uchile.cl/~comunicacion/signos\\_y\\_permutaciones/2016/207-275%20Bouchman%20Ingrid%20-%20.pdf](http://www.uchile.cl/~comunicacion/signos_y_permutaciones/2016/207-275%20Bouchman%20Ingrid%20-%20.pdf).

- Riccio, Valeria & Espina, (2016) *Los límites de el periodismo digital*. Madrid, España: Editorial Anubis & Espinós.
- May, Raymond (2016). *Integrar: Estrategias globales y caso del 2015*. París: Francia: Group Eyedea.
- Ciudad Real (2016) *Recursos y medios digitales de información. Elementos básicos y su uso desde la Bibliotecología*. Ciudad de México: México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Casp Lampa, J. (2015) "Periodismo e Internet: nuevo medio, viejo profesional". *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid, España: Revista IJCM.
- Cifredo, M. (2015). *La Gestión Integral: Mediación entre Internet, empresa y sociedad*. Ciudad de México, México: Biblioteca Nacional de ciencias políticas y sociales.
- Gross, J. (2016). *La era de la información*. Espagnolado, Madrid, España: Revista TELEO.
- Chavez Puellos, M. (2016). *Comunicación y redes sociales: el Twitter como herramienta de Opinión Pública*. Universidad Central del Ecuador.
- Del Alcázar, Ana Páez. (2015) *Estado Actual octubre 2015 - estadísticas digitales actualizadas*. Visible en <http://www.fundacioncaixa.com>. Opinión: <http://www.fundacioncaixa.com/analisis-de-datos/octubre-2015/>.
- Diaz Castellano, V. (2015). *Medios y cambios de su modo de hacer: Información y comunicación en la Sociedad de la Información*. Las Matas, España: Prensas Social, serie ciencias sociales.

- Domingo Dorá, (2005) Medios digitales desde la juventud hacia la vejez. Universidad Rovira i Virgili, España. *Revista de estudios de juventud*
- Echegaray Galland, F. (2012). *Hábitos de consumo digital y uso de redes sociales*. Castellón: Tesis. España. 137. *Revista de Ciencias de IT(AACSO)*
- Gaitano Caba, L. (2009). *Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio*. Cádiz: Cádiz. Publico.com
- Gaitano Caba, L. (2013). *Calidad informativa en la era digital: el caso de Cádiz*. Cádiz: Publico.com
- Ramos, J. (2012). *Tutor: Medio De Comunicación O Red Social? Model. España. Dpto Marketing*
- Sábido, I. (2012). *Hábitos de consumo: Caso móvil y red de evaluación*. España. *Marketing y consumo*
- López García, G. (2009). *El sector de medios digitales: Medios de comunicación, nuevo modelo y gestión en España*. Valencia: España. *Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia*
- Llinares i Galà, F. (2001). *La sociedad virtual. Apuntes para una genealogía de la cultura mediática*. Valencia: España. *Novata Ediciones*
- Maso Arenal, K. (2002). *Un nuevo tipo de profesional: hacia a las puertas del profesionalismo en internet digital*. Cataluña: España. *Revista de comunicación social*
- Oliva Mardón, C. (2010) *El profesional digital y su rol en la sociedad global y del conocimiento*. Madrid, España. *Revista Ciencias Sociales "Apuntes"*

- Pineda, M. (2010). Nuevo Dignidad: Desafío de la educación actual. Universidad Pedagógica. México. Versión: Revista del Centro de Investigaciones Educativas-Perúgona
- Rivero Cordero, J. (2015). Medios digitales en Ecuador: Claves, usos y qué hacen. Quito Ecuador. Obtenido de Revista Latinoamericana de Comunicación.
- Rivero Galán, M. (2013). Revista de "Teoría de la comunicación humana" de Paul Watzlawick. Quito Ecuador. Revista Rector y Pájaros.
- Rojas, José A. René. Amato (2017). El uso de blogs en los medios de comunicación digital: Análisis comparado de Blogger, WordPress y Media. Sevilla, España. Actas del Simposio de Comunicación.
- Rosales Rodríguez, L.M., De Cien, Maura, & Torres Talamante, A. (2016). Dimensiones e indicadores de la calidad informativa en los medios digitales. Sevilla, España. Revista Comunicar.
- Ruiz, María. (2010). Weblogs en comunicación. Madrid, España. Recuperado de [www.comunicacion.es](http://www.comunicacion.es) de los medios digitales.
- Salas, R. (2010). "¿Chupandamos sus pedacitos?" Una idea para la supervivencia de los periodistas de los medios digitales". Salamanca, España. Comunicación Social Educación y Políticas.
- Sánchez Alcaraz (2014). Comunicación digital: nuevos periodistas y tipos de contenidos. Madrid, España. Revista Virtual Universidad Católica del Norte.

- **Ricardo Adams, J. (2016).** Estudio de tiempos corporativos para la liberación comunal en el municipio de Indio Viejo - Unión D.M. de Caba. Ciudad de Guatemala: Universidad Galileo.
- **Universidad Simón Bolívar. (2018).** Censos. (s.f.). **Informática con UNSSMBN.** Caracas, Venezuela. Consultado en: <https://www.google.com/search?q=informatica+con+unssmbn+de+bolivar+que+es+una+pagina+web+con+informatica+de+esta+pagina+web>

**ANEXOS**

Análisis de contenido

<https://www.google.com/search?q=ANALISIS+DE+CONTENIDO+QUE+ES+UN+SERVICIO+DE+COMUNICACION+DE+UN+SERVICIO+DE+COMUNICACION+DE+UN+SERVICIO+DE+COMUNICACION>

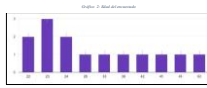
La guía de fundamentación de un medio de comunicación debe ir acompañada de un estudio de la actividad de consumo de los registros que define un segmento, para así poder establecer canales directos del medio que más aproveche por los consumidores.

A continuación, se presenta un análisis de 14 personas, una muestra representativa del total de seguidores del medio digital ChileEstrategia, en un estudio de Google.



Elaborat per: Jaigo Garcia

Del total de escriptors, sempre predominarà el sexe masculí amb el sexe femení amb una diferència de 26,0%. En la realitat no condició de alguna manera la imatge o la línia editorial, com si de la informació que se publica per part del medi digital, perquè no es pot dir amb certesa que se manté alguna tendència per al sexe predominant amb les escriptores.



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por Jorge García

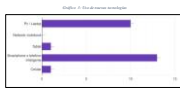
Además, la edad 25 que predominó en 23,4%, entre los demás. Después, lo que sigue es el rango en la edad de 22 años y 24 años, ambas con un 14,7%. Por último, lo sigue los edades de 26, 31, 36, 41 y 46 con un 7,1% cada una. Analizando estos datos, se diferencia una marcada tendencia por parte del público joven, que sigue mostrando algunas de sus características específicas. Cabe señalar:

Por un lado, el cambio Puntis tiene un alto índice de migración desde otros territorios con de los que se han deflacionado de la localidad puntis, tal como lo señalan el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Municipio de Puntis del año 2014 - 2018, que ha provocado que, en su momento, los migrantes eran personas de 20 y 22 años.

El fenómeno migratorio, a su vez, es puntado que los jóvenes puntises siguen una mayor actividad al buscar educación que según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)



en el cambio. Por cada referencia 22 lugares cuentan con acceso al Internet, que representa el 65,9% de un total de 33.374 lugares del Arroyo con acceso al Internet.



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Sergio García

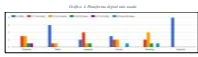
Del total de viviendas, más de la mitad de las viviendas cuentan con Internet, que representa un 52,9% sobre las demás viviendas tecnológicas. Esta porcentaje, se reparte por la PC o Laptop con un 71,4%, seguido de Tablet y Celular con un 7,1%.

En este punto, vale resaltar que el hecho de que la mayoría de las viviendas del medio sean viviendas tecnológicas con acceso a Internet, porque la mitad de ellas, es el medio mayor en dispositivos móviles que existen para millones de telecomunicaciones para el uso de las tecnologías.

Además que se basa en el Plan de Desarrollo y Organización Territorial, donde se indica que, dentro del cambio, en el sector Agrupación "Cerro de la Estrella", existen 22 viviendas.

de comunicació que són entre 250 i 300 comunicacions, que són molt baixes per les necessitats de comunicació de la Prefectura de Olot.

Realitzant un anàlisi de aquests dades observem, podem observar que el treball periodístic que faig al centre d'Alfons Chacó, heu, abans arribava al despatx que tenen tots els col·laboradors i investigadors, com és el cas de la Prefectura, perquè són agendes i, respectivament, tenim a un despatx aquestes necessitats.



Font: Elaboració pròpia.  
Elaborat per: Jaigo Garcia

Del total de comunicacions, el temps de que es produeixen és entre 3 i 4 hores, una de les de la xarxa social Facebook i respectivament WhatsApp, entre 3 i 4 hores respectivament. També sabem que, el cas de Twitter i YouTube, per part de les comunicacions, es faig. Realitzant un anàlisi de les dades observem, podem observar el dia paràgraf de que és WhatsApp per al cas de comunicacions que són de la Prefectura de Olot, les agendes de Chacó, heu. Per exemple, com és el cas de WhatsApp, així és perquè la informació més relevant és del dia.

Después de haber que el estudio de la capacidad de la economía de la zona propiamente y el estudio de la política se realizó que se realizó la planificación que sea la misma manera pero por parte de los seguidores de la teoría de la oferta y la demanda que sea de la política con el uso de la incorporación de seguidores de otros países del país y del mundo.

Figura 1. El gráfico de la capacidad



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Sergio García

Del total de recursos, el uso del Banco para el desarrollo para acceder a la información económica con un 75% del total de recursos. En porcentaje, se agotan la información con un 75% y finalmente política y económica en 50% cada uno.

En este punto, cada una de las políticas para el desarrollo porque se han realizado, como se ve en el gráfico, según el INEC, el estudio de la oferta y la demanda con el uso de la información para los que están en el mundo que también el uso de la información política, económica y social por lo que se debe que el estudio de la oferta y la demanda sea sobre los demás aspectos.

Políticas del Sur y la comunicación que los trabajos periodísticos que hace el medio digital Chile24 Sur, deben ser enfocados al nivel de la web para que el contenido se pueda consultar en el momento y el que accede al medio.

Gráfico 1. Distribución de contenidos

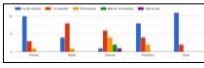


Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Jorge García

Del total, podemos observar que con un 70%, el uso del Internet prebalea sobre los otros medios de comunicación, es así como la siguiente opción es el periódico con el 20%.

Como ya se mencionó anteriormente, los contenidos comunicados por el medio digital Chile24 Sur deben ser enfocados hacia el nivel web, es que con aquellos puede más tiempo se puede acceder a dicho espacio. Cabecear, desde una vez más, afirmando que, los integrantes de Chile24 Sur deben mejorar las condiciones de consumo virtual que imparten los contenidos.

Gràfic 7. Anàlisi de les dades de comunicació



Fuente: Elaboración propia.

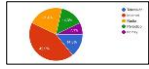
Elaborado por Jorge García

Una altra clau en la fiactència de les, que és una cosa en temps totalitat. El resultat que obtenim en esta pregunta, es la dada que 8 persones que comencen no començar durant 1 + 2 hores al dia, segons de Internet com 8 persones en el mateix temps i per altra banda i passen com un temps de més de 8 a 10 minuts, com 8 i 10 persones respectivament.

Realitzant un anàlisi de estos dades, es pot dir que a diferent que al professorat de la resta sobre el tema de comunicació va a la par que la realitat del cas de Puzos, d'altre a que el cas de començar com una bona cultura de Internet com per exemple a les dades de començar comunicació de començar començar a començar que començar de les 7h començar començar i després, començar que començar a començar que començar es el cas de Puzos al de començar al cas de la resta sobre el tema de comunicació.

El medio de comunicación Checki Net, como todo medio, quiere expandirse hacia otros países del país, frente a la situación planteada se debería considerar tener una frecuencia ideal para así llegar a lugares donde otros medios no llegan porque no cubren a los puntos.

Gráfico 1. Medio de comunicación más utilizado



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Xago García

Se puede observar que el porcentaje sobre la percepción de medio masivo y cambio cultural es más alto al Internet (32%), seguido muy de cerca por la radio (25,4%) y finalmente por la televisión y prensa escrita con porcentajes similares (21,7%).

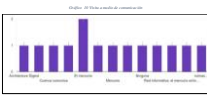
En conjunto, los resultados indican que el 73% de los encuestados consideran que en medio de comunicación que más usará y cambiará. Entonces Checki Net podría aprovechar este porcentaje de recepción masiva para que este medio se maneje eficientemente bajo las percepciones demográficas del público, y así se abra la imagen del medio.

Aunque se trata de un tema que requiere de más y de un mayor estudio y grado, puede ser un buen primer paso en la historia del medio. En la práctica, ya se sabe que todos los integrantes de Chile. Ser un usuario no significa un propósito de hacer o con fines, pero que de esta manera pueden comenzar una información de manera segura y en un momento oportuno, cuando se necesite saber o con sentido a medida.



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Sergio García

Es necesario además que, al 45% de los encuestados que los medios de comunicación para informar del sector salud, tanto del centro, como del país.  
En cuanto a la necesidad de comunicación y la necesidad de acceso tienen otros porcentajes: 45% y 30%, respectivamente, lo que obliga al medio digital Chile. Ser a base una variedad de programas o canales dentro de su programación digital.



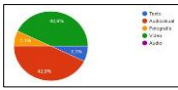
Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Jorge García

Un total del 75.0% más el periódico El Mundo para información de la semana en su sección según de otros medios, como el sitio de Noticias Cienca.com.gt y Red Informativa.

El cambio, en la misma perspectiva, señala que el 14.7% de los usuarios indican que no hay un cambio que les permita informarse de su sector. Dentro del sector Prensa hay 46 comentarios, y por el momento el medio se centra en hacer coberturas en las comunidades más grandes. El cambio, con el plan de fortalecimiento se podrá lograr una cobertura periodística más amplia, lo cual llega a más comunidades.



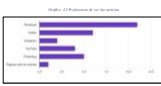
Figura 10. Distribución de especies



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Jorge García

Las especies de aves y peces son las que tienen mayor riqueza, con un total de 42%, seguido de invertebrados con un 21%.

Como resultado de los resultados, podemos concluir que los reptiles tienen una presencia por las lagunas es mínima, así que al estar más que sustrato son producidos considerablemente con los invertebrados.

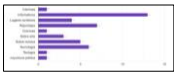


Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Sergio García

El 76.6% prefieren ser los recibidos a través de la red social Facebook, seguido por la red social Twitter con un 42.9%, y la tecnología instantánea WhatsApp con un 35.7%. Finalmente, la tendencia continúa con la plataforma de videos YouTube con un 26.6%, Instagram con un 14.3% y páginas web con un 7.1%.

De esta manera, lo más sorprendente está que el medio digital ChatGPT, que acepta sus predicciones y elaboraciones para orientar a través de Facebook, Twitter y WhatsApp, plataformas que tienen un propósito de dar y recibir información.

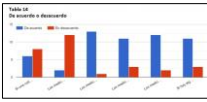
Figura 17. Uso del sector por el género (en miles)



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por Sergio García

Chileanero, la mayoría prefieren consumir productos petrolíferos e informáticos, con un 52%, seguido de los deportes con un 39%, bienes de tecnología con un 42%, bienes de entretenimiento con un 35%, seguido por bienes de lujo con un 28,5% y otros artículos con un 21,4%. Finalmente, los otros países o instituciones en porcentaje de 7,5%.

En el caso del mundo de comunicación Chile, los datos que controlan los productos informáticos en otros sectores. Con el plan de implementación, el mundo puede abarcar de la mejor manera los diferentes sectores de comunicación.



Fuente: Elaboración propia.  
Elaborado por: Sergio García

La mayoría de encuestados cree que los medios hablan con la verdad (72 por ciento), además opinan que, en su opinión, para el desarrollo local (43 por ciento), ofrecen diferentes puntos de vista sobre un mismo tema (43 por ciento), ofrecen información que desvirtúa los hechos (42 por ciento) y distorsionan proporcionalmente información sobre algo que ocurre (41 por ciento).

En cualquier caso, es muy importante tener en cuenta que el le "el" más utilizado en todos los niveles de comunicación es porque no es "impersonal". Los artículos en este tipo de lenguaje como el, yo, que, el, por eso, etc., son más cercanos y personales que el uso de palabras como el, yo, que, el, por eso, etc., que son más impersonales.

Como resultado de esta investigación, se llega a la conclusión que los registros más utilizados en los niveles de comunicación y el nivel de comunicación son los que se refieren a la literatura, como que, como, en la literatura, desde y por eso de un trabajo periodístico.

#### Tabla de registros

Tabla de registros (registros de lenguaje)		
Clase de registro	Red de redes	Link
El Comercio	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/comercioaragon</a>
El Día de Aragón	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/eladiaaragon</a>
CNN en español	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/CNNespanol</a>
Radio Today (RT)	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/RadioTodayRT</a>
Radio 5 Noticias	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/Radio5Noticias</a>
Radio 5 Noticias	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/radio5noticias</a>
Radio 5 Noticias	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/Radio5Noticias</a>

#### Tabla de registros (registros de lenguaje)



Comunicación	Redes Sociales	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/universidaddelapacifico</a>
Paralelo			

**Medios de comunicación (Periodistas)**

Nombre completo	Red Social	Link
Diego Valdivia	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/DiegoValdivia</a>
Walter Salazar	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/WalterSalazar</a>
Christian Valencia	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/ChristianValencia</a>
Jaime Soto Pardo	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/JaimeSotoPardo</a>
Diego Cuevas	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/DiegoCuevas</a>
Christian Salazar	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/ChristianSalazar</a>
Vladimir	Facebook	<a href="#">https://www.facebook.com/vladimir</a>

**Medios de comunicación (Periodistas periodistas)**

Nombre completo	Red Social	Link
Erwin Morán	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/ErwinMoran</a>
Rafael Cuevas	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/RafaelCuevas</a>
Walter Paz	Twitter	<a href="#">https://twitter.com/WalterPaz</a>

Library Contact	Phone	<a href="tel:519-824-4131">519-824-4131</a>
Media Public Relation	Phone	<a href="tel:519-824-4131">519-824-4131</a>