

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación



**CHAPÍNTV.COM PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS,
DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DEL GRUPO ALBAVISIÓN**

HEIDY SULEMA DUARTE RAMÍREZ

Guatemala, noviembre de 2016

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

The seal of the Universidad de San Carlos de Guatemala is a circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown, and other heraldic symbols. The shield is set against a background of a landscape with mountains and a sun. The seal is surrounded by a circular border containing Latin text: "ACADEMIA CAROLINA CONSPICUA" at the top and "VIVENSIS COACTEM" at the bottom.

**CHAPINTV.COM PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS,
DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DE LA RED DE NOTICIAS
ALBAVISIÓN**

HEIDY SULEMA DUARTE RAMÍREZ

Guatemala, noviembre de 2016

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

**CHAPINTV.COM PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS,
DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DE LA RED DE NOTICIAS
ALBAVISIÓN**

Trabajo de tesis presentado por:

Heidy Sulema Duarte Ramírez

Previo a optar el Título:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor de Tesis:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, noviembre de 2016



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

146-14

Guatemala, 28 de abril de 2016
Dictamen aprobación 32-16
Comisión de Tesis

Estudiante
Heidy Sulema Duarte Ramírez
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Duarte**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.4 del punto 1 del acta 07-2016 de sesión celebrada el 28 de abril de 2016 que literalmente dice:

1.4 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante *Heidy Sulema Duarte Ramírez*, **carne 200722534**, el proyecto de tesis: *CHAPINTV.COM, PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS, DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DEL GRUPO ALBAVISIÓN*. B) Nombrar como asesor(a) a: *M.A. Aracelly Krisanda Mérida González*.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

327 -16

Guatemala, 28 de julio de 2016
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 057-2016

Estudiante
Heidy Sulema Duarte Ramírez
Carné **200722534**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Duarte**

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis "*CHAPÍNTV.COM PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS, DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DEL GRUPO ALBAVISIÓN*".

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
Licda. María del Rosario Estrada García	revisor(a)
Lic. David Ernesto Chacón Estrada	revisor(a)

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor
Dirección
Archivo

AM/SVMG/Anaijr.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Autorización informe final de tesis


Guatemala, 22 de agosto de 2016

Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Atentamente se les informa que el estudiante, Heidy Sulema Duarte Ramírez, Carné 200722534, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: *ChapinTV.com, portal de información con noticias, deportes y entretenimiento de la Red de Noticias Albavisión.*

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y Enseñad a Todos"



M.A. David Ernesto Chacón Estrada
Miembro Terna Revisora



M.A. María del Rosario Estrada
Miembro Terna Revisora



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Presidente Comisión Revisora



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

327-16

Guatemala, 09 de septiembre de 2016
Tribunal Examinador de Tesis/N.R
Ref. CT-Akmg- No. 066-2016

Estudiante
Heidy Sulema Duarte Ramírez
Carné: **200722534**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Duarte

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: *"CHAPINTV.COM, PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS, DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DE LA RED DE NOTICIAS ALBAVISIÓN"*, siendo ellos:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente (a)
M.A. David Ernesto Chacón Estrada	revisor(a)
M.A. María del Rosario Estrada García	revisor(a)
M.A. Elpidio Guillén de León	examinador(a)
M.A. José María Torres Carrera	examinador(a)
Dr. Wangner Díaz Chosco	suplente

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.


Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC




Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Copia: Archivo
AM/SVMG/Anaijr

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación

327-16

Guatemala, 3 de noviembre de 2016
Orden de impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No.073-2016

Licenciada
Heidy Sulema Duarte Ramírez
Carné **200722534**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) Licenciada Duarte

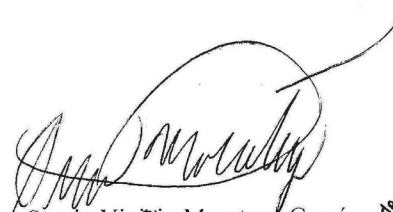
Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: **"CHAPÍNTV.COM PORTAL DE INFORMACIÓN CON NOTICIAS DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO DE LA RED DE NOTICIAS ALBAVISIÓN"**, se emite la orden de impresión.


Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


Dra. Aracelly Kirsanda Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

DIRECTOR

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

REPRESENTANTES DE DOCENTES

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio

REPRESENTANTE DE EGRESADOS

M.A. Jhonny Michael González Batres

REPRESENTANTES ESTUDIANTILES

Publicista Anaité del Rosario Machuca Pérez

Periodista Mario Roberto Barrientos Aldana

SECRETARIA ADMINISTRATIVA

M. Sc. Claudia Xiomara Molina Ávalos

TRIBUNAL EXAMNIADOR

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

M.A. David Ernesto Chacón Estrada

M.A. María del Rosario Estrada García

M.A. Elpidio Guillén de León

M.A. José María Torres Carrera

Dr. Wangner Díaz Choscó

Dedicatoria

A Dios

Por darme la bendición de culminar esta etapa de mi formación académica, colocando cada pieza del rompecabezas de mi vida, por brindarme la sabiduría, paciencia y perseverancia necesaria a lo largo de este camino.

A mis padres

Miguel Ángel e Hilda Elizabeth por todo su apoyo, esfuerzo, dedicación y darme la oportunidad de alcanzar mis metas.

A mis hermanos

Ciro, Freddy y Henry por ser mi ejemplo de perseverancia, fuerza y honestidad ante cualquier adversidad, brindándome aportes invaluable que me servirán para toda la vida.

A mis sobrinos

Yasser, Génesis e Iker, por aportar alegría, risas, luz y motivación a mi vida. Han llegado a ser mis mejores maestros.

A mi asesor de vida

Sin sus consejos y apoyo esto no sería posible, gracias por su cariño y motivación a ser una mejor persona, por permitirme explotar mi potencial, por darle las alas y seguridad para poder volar, gracias Víctor Bolaños.

Agradecimientos

A la USAC

Por acoger a sus estudiantes y brindarle las herramientas suficientes para desarrollarse en el campo profesional.

A la ECC

Por abrir las puertas de sus aulas y formarme académicamente.

A ChapinTV.com

Por brindarme toda la información necesaria para la elaboración de esta tesis.

A mi asesora

Dra. Aracelly Mérida por su completa entrega, por compartir sus conocimientos y por ser mi guía, mi amiga y cómplice en esta etapa.

A mis amigos

Por su apoyo incondicional, paciencia y animarme a seguir adelante, en especial a Blanca del Cid, por siempre estar para mi.

A mi familia

A cada uno que en su momento me animo y apoyo a seguir adelante, en especial a Jeovani Ruano y Manuel Valdez.

Para efectos legales, la autora es la única responsable del contenido de este trabajo.

Índice

	Pág.
Resumen	i
Capítulo 1	
Anotaciones preliminares	01
1.1 Título del tema	01
1.2 Introducción	01
1.3 Antecedentes	02
1.4 Justificación	03
1.5 Descripción y delimitación del tema	05
1.6 Objetivos	06
1.6.1 Objetivo general	06
1.6.2 Objetivos específicos	06
Capítulo 2	
Fundamentación teórica	07
2.1 Internet	07
2.2 IPTV Televisión por Internet	08
2.3 Legislación	11
2.4 Portales	11
2.5 La Web	12
2.5.1 Características básicas de un sitio web	14
2.6 Redes sociales	14
2.6.1 Redes sociales y software	15
2.6.2 Aplicaciones de redes sociales	16
2.7 <i>Streaming</i>	17
2.8 Paradigmas de la E-comunicación	18
2.9 Teorías de comunicación	25

Capítulo 3

ChapinTV.com, portal de información con noticias, deportes y entretenimiento de la Red de Noticias Albavisión

3.1	Red de Noticias Albavisión	30
3.1.1	Principales características de la Red de Noticias Albavisión	31
3.1.2	¿Cuáles son los beneficios de la Red de Afiliados?	31
3.2	Portal web ChapinTV.com	33
3.3	Características del portal web ChapinTV.com	36
3.3.1	Logotipo	36
3.3.2	Misión	37
3.3.3	Visión	38
3.3.4	Valores	38
3.3.5	Organigrama	38
3.4	Estructura técnica	39
3.4.1	Gerente administrativo	39
3.4.2	Web máster	39
3.4.3	Gestores de contenido	40
3.4.4	Diseñador gráfico	41
3.4.5	Clipeador	43
3.5	Software que utiliza el portal ChapinTV.com	44
3.5.1	Características del software Drupal	45
3.6	ChapinTV.com a través de las redes sociales	45
3.6.1	Seguidores que tienen los diferentes programas de la Red de Noticias Albavisión	47
3.7	¿Cómo se elabora una nota de ChapinTV.com?	49
3.8	Contenido del portal ChapinTV.com	50
3.8.1	Menú	50
3.8.2	Noticias	51
3.8.3	Actualidad	51
3.8.4	Deportes	52
3.8.5	Espectáculos	52

3.8.6 Programas	53
3.8.7 Búsqueda y en vivo	53
3.8.8 En vivo	54
3.9 Publicidad	54
3.9.1 Preroll	55
3.9.2 Box	55
3.9.3 Banner rectangular estático	55
3.9.4 Banner rectangular animado	55
3.10 ¿Cómo se mide el tráfico que genera el portal de ChapinTV.com?	56
3.11 Importancia de los portales web	59
Conclusiones	62
Recomendaciones	63
Referencias bibliográficas	64
E-grafías	66
Entrevistas realizadas	68

Resumen

A medida que avanza el tiempo, los medios de comunicación se han caracterizado por el apoyo que prestan al mantener informada a la población. De igual forma, se han desarrollado con el propósito de comunicar a las personas respecto del acontecer diario para convertirse, de esta forma, en medios masivos de información.

Al mismo paso, la tecnología avanza y brinda nuevas oportunidades a los medios de comunicación, pues los refuerza y les da nuevos aires de frescura y actualidad. Debido a ello, los portales de información se han convertido en una nueva alternativa que no solo proporciona mayor contenido sino que brinda a las personas la oportunidad de interactuar, así como de dar sus opiniones respecto de los temas puestos y sugeridos.

Es decir, los medios de comunicación, junto con la tecnología digital, constituyen una de las bases más importante de la información para la humanidad, ya que permiten informar con mayor inmediatez, minuto a minuto, rompiendo los esquemas tradicionales de comunicación.

Esta monografía de compilación e investigación fue aprobada con el título: ChapinTV.com, portal de información con noticias, deportes y entretenimiento de la Red de Noticias Albavisión, pero en el desarrollo del trabajo la empresa, objeto de estudio, cambio el nombre a Red de Noticias Albavisión, por lo que se incorporó el mencionado cambio.

La monografía está dividida en tres capítulos: en el primero se incluye la introducción, antecedentes, justificación, delimitación del tema y los objetivos. Mientras que el segundo capítulo corresponde a los fundamentos teóricos; se anotan definiciones de Internet, redes sociales y portales, entre otros. El tercer

capítulo está conformado por la descripción de resultados, es decir la información que corresponde a ChapinTV.com desde su origen hasta la actualidad.

Capítulo 1

Anotaciones preliminares

1.1 Título del tema

ChapinTV.com, portal de información con noticias, deportes y entretenimiento de la Red de Noticias Albavisión.

1.2 Introducción

En la actualidad, la comunicación digital ha tomado un auge importante dentro de la sociedad guatemalteca, pues permite mantener a las personas informadas de una manera más rápida. Es un medio bastante diverso que admite aumentar su complejidad por el hecho de que la audiencia tiene total control. Su funcionalidad es tan amplia que admite compartir fotografías, videos, artículos, noticias de diversa índole que se encuentren dentro del mismo lugar, haciendo de esta forma que el contenido sea más divertido y dinámico.

De igual forma, se debe tener en cuenta que la mayoría de los adultos pasan más tiempo atendiendo el móvil y leyendo publicaciones vía web, por lo que los portales ofrecen una nueva opción de información en tiempo real las 24 horas del día, transforman la experiencia, tanto positiva como negativa en un suceso de magnitudes universales.

Los llamados canales de televisión nacional están evolucionando para pasar a ser una compañía de medios de comunicación del futuro, con productos avanzados y programación específicamente desarrollada para cada grupo, con el fin de colocarse en la mejor posición y así llegar a un mercado de consumidores en rápida evolución. Por aparte, un usuario interconectado es un usuario más informado, más crítico y más expuesto a propuestas con diversos beneficios.

Con base en lo descrito con anterioridad, el objetivo de esta monografía es conocer cómo el portal de información ChapinTV.com brinda una nueva forma de mantener informada a la población nacional, así como proporcionarle la facilidad de buscar y obtener, con rapidez, el contenido que le interesa. Debido a ello, el portal se ha posicionado como una plataforma perfecta para mantener un contacto directo y permanente entre su contenido y su masa social.

1.3 Antecedentes

En relación con el tema, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen algunas tesis, entre ellas: “Experiencias en la administración de la página web de un telenoticiero guatemalteco” de Giovanni Alberto Boror Pirir (2012) y “La televisión digital en Guatemala” de Berne Arnoldo Jiménez Cermeño (2014) donde se hace referencia al proceso de transición de la televisión análoga a la televisión digital y su capacidad de interactividad.

En el marco de una red que se ha expandido y comercializado con rapidez en los últimos años, las empresas de televisión y las del mundo puntocom se han relacionado mediante alianzas y fusiones. Por otro lado, es posible observar cómo algunas televisoras o portales digitales de televisión enriquecen sus canales y servicios con elementos interactivos limitados.

En la actualidad, la presencia en Internet no es un ítem más en la lista de aspectos que deben considerar las instituciones para posicionarse y potenciar su imagen hacia el exterior. No basta con tener una página web solo por cumplir con lo que dictan las tendencias actuales o para no quedarse atrás frente a la competencia. Hoy, la calidad de los sitios se mide no por lo que muestran, sino por lo que hacen, no por lo atractivo de su diseño, sino por la cantidad de necesidades que satisfacen, la contundencia de sus contenidos, los servicios que permiten realizar en línea y el valor agregado que entregan a sus usuarios.

Es clave el papel que desempeña este medio electrónico para la divulgación de la información, la generación de redes de intercambio y la utilización de las nuevas tecnologías como herramientas de apoyo para la comunicación. De ahí que los medios enfrentan, con gran seriedad, el desarrollo y actualización de sus sitios web, pues estos deben cumplir con las demandas de información.

No obstante, debido a que un portal con las características descritas con anterioridad recién se implementa en el país, no existía información precisa acerca del tema.

1.4 Justificación

La revolución digital tiene para la comunicación, “la importancia que tuvo la invención de la imprenta en 1440 ya que es, probablemente, más importante”. Ramonet, citado en La revista Comunicología de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos (2008: p. 88).

La red digital revolucionó por completo la dinámica de los medios masivos cuando apareció una nueva forma de informar, conjugando las ventajas de la radio, la televisión y la prensa escrita.

Los medios de comunicación saben que deben unirse a lo digital, puesto que, brinda a los usuarios la posibilidad de informarse mediante historias contadas con diferentes herramientas: texto, video, gráficos y fotos de una forma integrada. Así también, “la revolución digital permite inventar un nuevo sistema de comunicación en el sentido de transportaciones o lo que se llama autopistas de la comunicación”. Revista Comunicología de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos (2008: p. 88).

“Patricia Chávez, www.miespacio.org/cont/gi/carta.htm en su artículo Comunicación a la Carta, Nuevas Tecnologías en los Medios de Comunicación Electrónica dice: “Corresponde hoy a los comunicadores, con mayor urgencia y más que nunca, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de modo más efectivo a un público que a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarle a navegar en la información”.

La influencia ejercida por los medios de comunicación en el ámbito social abarca el registro, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la información, ya sea en forma de textos, imágenes fijas o en movimiento, sonido o construcciones espaciales.

“Ahora estamos ante contextos y consumidores multiplataforma y multitarea, capaces de ver *online* un programa de televisión mientras participan en forma activa en sesiones de chats o interactúan a través de canales específicos de ese programa en la red”. Orihuela (2000: p.48).

Los portales cuentan con la posibilidad de ser actualizados de manera permanente, ChapinTV.com portal de información con noticias, deportes y entretenimiento del Grupo Albavisión, es una innovación tecnológica reciente por lo que se creyó importante realizar una monografía de compilación e investigación que detalle todo lo concerniente al mismo para dejar un precedente, pues se está de acuerdo con Orihuela (2000:p.48), cuando describe:

“No es tan importante saber si en el futuro se habrán fusionado por completo dando lugar a un nuevo electrodoméstico, sino más bien pensar que la convergencia está operando de un modo diverso; utilizamos distintos aparatos para satisfacer nuestras necesidades de información, comunicación, educación y ocio, según las circunstancias y las urgencias”.

1.5 Descripción y delimitación del tema

En la actualidad, la era de Internet ha supuesto una auténtica revolución de los sistemas de difusión de la información. De esa manera, este nuevo sistema permite que los usuarios participen de forma activa en la comunicación. Así mismo, por medio de los portales se ha creado una dinámica en la comunicación que la convierte en una actividad compartida, en la que el intercambio continuo de información, entre profesionales y receptor, hace que la noticia se enriquezca. Los medios digitales han ganado popularidad porque permiten la interactividad y dan al lector sentido de participación.

El portal ChapínTV.com procura cubrir todas las necesidades de la población, para mantenerla informada, mediante un amplio abanico de contenidos. Frente al nuevo perfil de usuario más activo, sin poder evitarlo surge la necesidad de informar por medio de la unificación de texto, audio, imágenes o videos.

Mediante esta nueva opción, los usuarios dejan de ser un receptor de información y adoptan un papel activo frente a la oferta completa y heterogénea de contenidos que él mismo puede seleccionar según sus necesidades.

Sin duda, la comunicación ha evolucionado con la masificación de Internet en todos los hogares o en los dispositivos móviles. Los medios tradicionales han dado paso, en los últimos años, a nuevas plataformas digitales de información dirigida a un público diverso que domina la búsqueda y selección de las noticias.

Gracias a este portal, las noticias pueden enriquecerse a partir de otros hechos relacionados con las mismas. En este sentido, puede interpretarse que con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, con Internet en particular, las versiones de los hechos en circulación se multiplican en forma potencial debido a que se generan versiones infinitas.

En Guatemala se está llegando a lo que en otros países se denomina el apagón analógico, es decir, se está migrando hacia nuevas tecnologías de servicios, entretenimiento, educación, información y comunicación.

Debido a ello, esta monografía describe el surgimiento del portal ChapínTV.com y su incursión en la era digital.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

- Describir la historia, desarrollo y evolución de ChapínTV.com, portal de la red de Noticias Albavisión.

1.6.2 Objetivos específicos

- Detallar los recursos humanos y técnicos que conforman el portal de ChapínTV.com de la Red de Noticias Albavisión.
- Especificar el funcionamiento de ChapínTV.com, portal de la Red de Noticias Albavisión.

Capítulo 2

Fundamentación teórica

Con el fin de proporcionar una panorámica general que facilite la conceptualización o introducción en el contenido de este estudio se describen algunos conceptos relacionados con el tema, sustentado en una base teórica.

2.1 Internet

Internet es la plataforma para la digitalización de las principales actividades humanas, aunque también es una plataforma técnica, comercial, política y social (por mencionar algunas).

Según lo indica Gutiérrez Garay (2010: p. 27) La cultura de Internet tiene ciertas consideraciones que se deben tener en cuenta:

- “Amplia memoria: a diferencia de otros medios, Internet tiene memoria casi inmediata, esto es por su estructura tecnológica, es decir, que por medio de sus servicios como la web, el correo electrónico y redes sociales, puede regresarse la información que se generó en un momento dado.
- Ente económico: Internet mantiene una constante innovación y evolución debido a que su plataforma es económica. Inclusive hasta las actividades consideradas gratuitas para los usuarios tienen una raíz económica. Por ejemplo, el costo de usar un servicio gratuito es la de identidad del usuario para posteriormente segmentarlo y ofrecerle el servicio a patrocinadores que pagan por los datos. Esta naturaleza económica facilita todo tipo de negocios, así como operaciones y transacciones económicas.
- Inteligencia: la web es uno de los servicios destacados de Internet que está pasando de páginas estáticas a sitios donde el internauta tiene la posibilidad de crear, colaborar, construir, a esto se le conoce como la web 2.0 la evolución se perfila hacia una web semántica, es decir un servicio más inteligente conocido como web 3.0 que en términos de beneficios para los usuarios es más eficiente”. Gutiérrez Garay (2010: p. 28).
- Exceso de información: más información no significa mayor conocimiento, por lo menos así lo demuestran los indicadores de educación. La capacidad de aprendizaje y consumo de información digital de las personas aún no está alineado con la masa de información disponible en Internet, Gutiérrez Garay (2010: p. 28).

- Campo de batalla: Internet es un campo de batalla donde intereses políticos, empresariales e ideológicos son defendidos.
- Es una mente: Internet funciona, en ocasiones, como una mente por lo que es necesario aprender a direccionarla, de lo contrario tomará control del usuario.
- Prematuro: Internet puede llegar a una región, país, gobierno, empresa, hogar o individuo antes que cualquiera de ellos haya alcanzado un estado considerable de desarrollo. Esto tiende a provocar el efecto de ilusión tecnológica a diferentes niveles, ya que la interpretación del observador o usuarios, es con base en las interfaces que se observan en los monitores que, por lo regular, tienen un aspecto sencillo como puede comprobarse en algunos sitios web, procesadores de palabras, sistemas de información y otros. Lo que no perciben en ellos es la complejidad que hay atrás de los sistemas, ni cómo fueron creados. Gutiérrez Garay (2010: p. 29).

Internet ha facilitado las posibilidades de comunicación y de contacto con los medios de comunicación, en la actualidad existe la posibilidad de ver televisión por Internet, de escuchar música, de sintonizar la radio que se prefiere, no importa en qué parte del mundo se esté.

“El desarrollo de la tecnología de Internet está afectando a los contenidos y a los usos en el entretenimiento. Es más, la tecnología es el contenido, ahora más que nunca se hace realidad la profecía de Marshall McLuhan, “el medio es el mensaje”, en este momento Internet está aprovechando el desconcierto y se está posicionando con un entorno audiovisual con capacidad para soportar y proyectar cualquier mensaje. Ahora, casi todo puede verse en la web, grabado u *online*. La banda ancha y los programas compresores están facilitando la rapidez en la descarga y en la navegabilidad”. León (2009: p. 70).

2.2 IPTV Televisión por Internet

En la actualidad existe una nueva cultura audiovisual unida a la digitalización que está transformando la industria, la sociedad, los hábitos y todo lo que se relaciona con la televisión, es decir, los usuarios de la web están dejando de ser espectadores y pasando a ser protagonistas.

La televisión se ha masificado, aún más, gracias a Internet; pues en el pasado se dependía de una señal de cable o un canal de televisión abierta; hoy puede verse un programa en vivo y en directo de cualquier país que se elija, algo que antes era inimaginado.

“La televisión ha cambiado, No, no ha muerto como muchas aseguran, pero ha mutado, está en un proceso de transformación que se irá acentuando con los años, con los meses, cada día, cada minuto. Y si no, que se lo pregunten a los responsables de las cadenas”. Zafra (2010: p. 7).

La era digital está permitiendo mayor interacción y ampliación de la información, es por eso que las cadenas de televisión han empezado a evolucionar por medio de sus páginas web.

La televisión por Internet, Lloret Mauri, García Pineda y Boronat Seguí (1998: p. 10) indican que el término IPTV son las siglas de Internet Protocol Televisión (televisión vía Internet). Se trata de la distribución y difusión de televisión de alta calidad o video/audio bajo demanda sobre redes de banda ancha. (Televisión sobre el protocolo IP).

En relación con la IPTV, Lloret Mauri, García Pineda y Borona Seguí (1998: p. 10) la definen como “el conjunto de servicios multimedia (televisión, video, audio, texto gráficos y datos) que son distribuidos por una red IP, los cuales poseen un nivel de calidad, de servicio, seguridad, interactividad y fiabilidad.

Estos mismos autores detallan las principales características de IPTV:

- Soporte a la televisión interactiva.
- Time shifting. Grabar los contenidos emitidos en el servicio de IPTV en, valga la redundancia, un grabador y que después puedan ser vistos por el usuario.

- Personalización. En el servicio IPTV, al soportar comunicaciones bidireccionales, se permite al usuario final que indique qué quiere ver y cuándo lo quiere ver.
- Requiere un ancho de banda bajo.

Accesibilidad con múltiples dispositivos.

“El visionado de los contenidos de IPTV no solo está limitado a los televisores, sino que los usuarios pueden disponer de este servicio por medio de sus ordenadores o dispositivos móviles”. Lloret Mauri, García Pineda y Boronat Seguí (1998: p. 10).

En conclusión, la televisión por Internet se basa en codificaciones determinadas de información; de esta forma el mercado virtual amplía la cartera de productos de diversas empresas expandiendo, a su vez, sus fuentes de ingreso, esta nueva opción promete maximizar el uso de la infraestructura que las telefonías disponen y así lograr más avances en este campo.

Se menciona la telefonía porque, luego de las computadoras, es el único dispositivo capaz de albergar Internet; hoy, los teléfonos móviles permiten revisar el correo, redes sociales, navegar por diversas páginas y hasta descargar programas de televisión. El potencial de la televisión por Internet es mucho mayor, así como su sencillez y comodidad.

Este tipo de televisión permite visionar el contenido que los usuarios desean, cuando ellos quieren y en el formato que elijan, estas características confieren a la televisión por Internet una potencia inimaginable.

2.3 Legislación

En Guatemala el servicio de televisión está regido por las siguientes leyes: La Ley General de Telecomunicaciones y la Ley de Radiodifusión.

En el período del expresidente Álvaro Arzú Irigoyen se aprobó el Decreto No.94-96 del Congreso de la República "Ley General de Telecomunicaciones" para regular los sistemas y servicios de telecomunicaciones, asegurando la prestación de estos servicios en forma permanente, favoreciendo las necesidades de la población para no interrumpir el flujo informativo.

En tanto, la segunda regula los aspectos referidos a las radiodifusiones y las características para operar de las mismas.

2.4 Portales

Según Díaz Noci y Salaverría Aliaga (2001: p. 291) los portales tienen la finalidad de "convertirse en puerta de acceso de los cibernautas a la navegación en Internet. Ante el gran cúmulo de contenidos, servicios y demás opciones de distinta índole que la red proporciona, los portales tratan de ofrecer el mayor número de recursos posibles, de tal suerte que el usuario los encuentre ordenados y estructurados. Así, se dirá que los portales son proveedores de información de actualidad, de canales de comunicación entre usuarios".

Los mismos autores clasifican a los portales de la siguiente manera:

- Portales genéricos. Focalizan su actividad hacia una tipología de usuarios ampliamente dispersa, ejemplo: Terra, Eresmas.
- Portales especializados. Plantean en su sitio web contenidos y servicios de un área temática concreta (deporte, salud, medicina) y se centran en una tipología de usuarios más específica, ejemplo: *race.net* y *autocity*.

Un aspecto importante de los portales es que buscan la fidelización de sus usuarios, es decir, desplegar un conjunto de acciones de diversa naturaleza encaminadas a que los individuos hagan de un portal determinado el instrumento de uso habitual cada vez que naveguen; su lugar de referencia en Internet. Así, por ejemplo, que se informen por medio de las noticias que se elaboran en el portal, que utilicen sus canales de comunicación para relacionarse con otros sujetos o que empleen sus servicios para satisfacer diferentes necesidades. Díaz Noci y Salaverría Aliaga (2001: p. 291).

Según lo manifiestan Díaz Noci y Salaverria Aliaga (2001: p. 291), cada portal es peculiar y posee sus rasgos definitorios:

- Proveedores de información de actualidad: en los portales genéricos suelen ocupar un lugar relevante los enlaces relacionados con las informaciones de actualidad. La principal diferencia entre los diarios digitales y los portales referidos a la producción de informaciones es que, mientras que en los primeros esta actividad es el eje u objeto central de este medio interactivo, en los segundos adquiere una connotación más complementaria. En tanto, en los portales especializados destacan en la elaboración de informaciones de actualidad referida a la temática en la que se centran, tienden a convertirse en referentes informativos en su materia o área.
- Canales de comunicación entre usuarios (interactividad): Internet, además de ser un gran espacio para la producción e intercambio de información, constituye sobre todo un lugar de naturaleza virtual para la comunicación. Ante la gran oferta que el usuario puede encontrar en la red en forma de chats, foros, listas de distribución y, en general, cualquier forma de comunicación digital, los portales idean fórmulas para dotar a sus herramientas interactivas de componentes que los retengan, con el objetivo de que los sujetos participantes empleen de manera habitual sus herramientas de comunicación.
- Multiservicios: los portales pueden recibir el apelativo de multiservicios en la medida en que estos sean aprovechados, prerrogativa fundamental que con claridad los diferencia del resto. Los servicios que los portales poseen, cuentan con dos características: la primera es que son interactivos; la segunda es que se encuentran sometidos a experimentación continua.

2.5 La web

Hace referencia a la arquitectura lógica de la información que ha sido posible construir sobre la red física. Confundirla es como confundir el cerebro (una red neuronal) con el conocimiento que posee una persona. Todos tenemos casi el mismo material cerebral, pero los conocimientos y la información que cada uno posee difieren. Gutiérrez Claudio (2008: p. 10).

En palabras de Bernés-Lee citado por Gutiérrez Claudio (2008: p. 10) “El concepto de la web integró muchos sistemas de información diferentes, por medio de la formación de un espacio imaginario abstracto en el cual las diferencias entre ellos no existían. La web tenía que incluir toda la información, de cualquier tipo, en cualquier sistema”.

Como lo indica Gutiérrez (2008: p. 12), desde el punto de vista técnico, los tres pilares básicos sobre los que se sustenta la arquitectura lógica de la web son:

1. “Identificadores únicos (URI) en un mundo ideal, la suposición básica necesaria para poder referirse (referenciar) y hablar de (describir) todos los objetos, es que estos tengan su nombre propio, que en términos técnicos se llama identificador en la web, estos nombres propios se llaman Identificadores Universales de Recursos (URI por sus siglas en inglés).

Una versión más elemental de URI es la URL (Localizador universal de recursos), que corresponden a una dirección en la web. La dirección es una de las formas de identificar un objeto, pero es bueno señalar que la noción de identificador es más amplia que la de dirección, por ejemplo, para recursos móviles que no tienen dirección fija.

2. Lenguaje universal para describir (HTML) otra suposición básica para la comunicación universal es un lenguaje único, entendible por todos. Tim Berners-Lee diseñó el lenguaje HTML (Siglas del inglés *Hyper Text Markup Language*), que, a sus características de simplicidad de uso, suma una característica clave: ser un lenguaje de hipertexto, es decir, que tiene una forma de anclar o redirigir al lector desde un punto cualquiera del texto a otro lugar.
3. Protocolo de transmisión de datos HTTP: Desde un punto de vista más técnico, se necesita un protocolo que permita enviar y traer información en HTML desde un lugar (sitio) a otro en esta gigantesca red que es la web”. Gutiérrez (2008: p. 12).

La web es compleja: hay páginas estáticas y dinámicas, públicas y privadas, que representan su semántica. Las páginas estáticas son aquellas que existen todo el tiempo en un archivo en algún servidor web. Las páginas dinámicas son aquellas que se crean cuando una persona interactúa con un servidor web, por ejemplo, la respuesta a una consulta en un buscador o el resultado de rellenar un formulario en un sitio de comercio electrónico. En la actualidad, la mayor parte de la web es dinámica, y en algunos sitios puede generarse un número no acotado de páginas dinámicas. Baeza (2008: p. 24).

Las páginas públicas son las que todas las personas pueden ver y las privadas son las que están protegidas por una clave o se encuentran dentro de una *Intranet*. Cada persona tiene acceso a distintas páginas privadas. La web pública depende del observador. En particular cada buscador refleja una web pública distinta. Algunos sitios tienen información semántica que ayuda a los buscadores y se estima que un 5% de ellos tiene información fidedigna. Sin embargo, más son los sitios que tienen información falsa, lo que se llama *spam* de web. Baeza (2008: p. 24).

2.5.1 Características básicas de un sitio web

La estructura del sitio web debe ser visualmente intuitiva y fácil de utilizar, es importante que, de un simple vistazo, puedan identificarse los siguientes elementos de una forma clara y consistente a lo largo del sitio:

- Encabezado. Logotipo (no borroso, no mal recortado, no pixeleado). Bajo el logotipo, una frase corta que indique exactamente a qué se dedica la empresa.
- Barra de navegación. Debe permanecer en el mismo lugar en todas las páginas anteriores, aunque puede estar en otro lugar en la portada si hay una buena justificación. Al estar en el mismo lugar el visitante sabe en todo momento dónde buscar las demás opciones.
- Área de contenido principal. Es el área donde la vista del visitante va después de ojear rápidamente el encabezado.
- Barra lateral de contenido (opcional). En algunos casos es muy útil tener una barra lateral, en la cual puede colocarse información de fácil acceso, como números telefónicos o una liga al formulario de cotizaciones.
- Pie de página. Debe tener un menú alternativo en puro texto, con las opciones de primer nivel.

2.6 Redes sociales

“Vivimos en sociedad; dependemos de otras personas para gran parte de lo que hacemos todos los días. Durante nuestra vida dominamos relaciones con personas que a su vez se relacionan con otros a quienes no conocemos. Estos vínculos van formando nuestra red social”. Velasco (2008: p. 113).

Así mismo, el autor expone: “Podemos ver ejemplos de redes sociales en espacios tan cercanos como nuestras familias, tan organizados como nuestros trabajos, así como redes formales e informales generadas en torno a intereses comunes como deportes, colecciones o religiones. Otra fuente de redes sociales son los lugares de estudio y los espacios de colaboración entre investigadores y artistas, así como el barrio donde vivimos”.

“El valor de red social radica en que esta se construya sobre la base de la confianza; permite una llegar a personas que de otra manera no podrían contactarse”. Velasco (2008: p. 113).

La relación entre las personas es más importante que sus características individuales, es por eso que su estudio se ha desarrollado en términos matemáticos abstractos y representa un enfoque alternativo al estudio tradicional de organizaciones sociales, donde las características individuales son lo primordial.

2.6.1 Redes sociales y software

Las redes computacionales surgen como una forma de potenciar la comunicación en redes humanas de trabajo. El desarrollo de Internet y el aumento en la capacidad computacional de los servidores ha permitido el desarrollo de diversos formatos para redes tecnológicas que soportan el funcionamiento y la construcción de nuevas redes sociales. Velasco (2008: p. 116).

Las redes sociales computacionales están permitiendo a las personas crear nuevas dinámicas de comunicación más potentes que las anteriores. Diferentes estudios han descubierto que estas redes de software permiten a las personas tanto fortalecer sus redes sociales actuales como formar nuevas redes de manera efectiva. Hoy en día podemos analizar prácticamente cualquier servicio o sistema de Internet en términos de redes sociales. Velasco (2008: p. 116).

Todas estas redes tecnológicas serían inútiles si no se nutrieran de la comunicación entre las personas; incluso hay quienes han expresado esto en términos matemáticos. Bob Metcalfe, uno de los inventores de *Ethernet*, determinó, acerca de las redes de telecomunicaciones, que la utilidad de la red crece en relación con el cuadrado de la cantidad de usuarios conectados. (Ley de Metcalfe). Posteriormente, David Reed descubrió que esta fórmula quedaba corta para describir Internet, ya que además de permitir comunicaciones, persona a persona, permite la creación de grupos. La ley de red postula que la utilidad de una red, en particular las redes sociales, crece en forma exponencial a la cantidad de personas que la integra. Velasco (2008: p. 116).

Es probable que no quede nadie que no haya, por lo menos, oído hablar de las redes sociales. Según lo indica el sitio de Internet (<http://tcanalysis.com/>) nueve de cada diez personas que utilizan Internet de manera habitual tienen abierto al menos un perfil en una red social, y el 99 por ciento de los internautas (<http://www.iabspain.net/>) sabe que existen, aunque no las usen.

2.6.2 Aplicaciones de redes sociales

A continuación se describen algunos de los ejemplos más comunes de redes sociales mediatizadas por software: Velasco (2008: p. 113).

- “Correo electrónico (E-mail): Es una herramienta omnipresente que permite la comunicación tanto con la familia, amigos, compañeros de trabajo, como con los líderes de opinión y autoridades que antes resultaban inalcanzables. Un análisis del uso del correo y la libreta de direcciones permitiría generar una imagen de las redes sociales que se utilizan.
- Mensajería instantánea (IM): La comunicación sincrónica que estos sistemas permiten implica una fuerza todavía mayor en las relaciones de las que supone el correo electrónico. La estructura básica de estos sistemas es la lista de contactos, donde se organiza a las personas más relevantes de la red social con quien se quiere (o se debe) estar comunicados de manera permanente.
- Facebook: Es una comunidad *online* cerrada, donde los perfiles pueden editarse para ser visibles solo a los amigos. Se presenta como una plataforma sobre la que pueden montarse aplicaciones para que las personas se comuniquen en variados formatos. Facebook goza de gran popularidad y crecimiento, y ha tenido una importante penetración a partir de fines de 2007. Permite, a través de la opción ver amigos comunes, explorar el fenómeno del mundo pequeño en sus redes sociales.
- Twitter: Es una red de *microblogging* que permite escribir y leer mensajes, en Internet, que no superan los 140 caracteres. Estos mensajes son conocidos como *tweets*. Su diferencia radica en la brevedad de sus mensajes y en su facilidad de publicación.
- Blogs: Estas bitácoras personales cuentan con diferentes tipos de conexión hacia otras personas. Un *blog* cita a otro como fuente de información, puede opinar acerca de lo que otro ha publicado, muchos *blogs* muestran explícitamente una lista de sus *blogs* relacionados o amigos. “Velasco (2008: p. 113).

2.7 Streaming

En el pasado, la televisión solo era distribuida por cable, satélite o por sistemas terrestres, la primera forma de televisión por Internet es el *streaming*, que se trata del video seleccionable desde algún lugar de Internet, normalmente un sitio web o desde un programa.

“Transmitir sonido o video por Internet se puede lograr a través de un proceso llamado *streaming*, que quiere decir mandar flujos de información. Tiene la finalidad de distribuir en forma digital por medio de una red de computadoras o móviles, de manera que el usuario consume el producto en paralelo mientras se descarga”. Rivas y Brock (2008: p. 7).

La televisión por Internet utiliza sus conexiones para transmitir video desde una fuente (*host* u origen) hasta un dispositivo (por lo regular el usuario). Las siguientes son algunas de las formas para hacerlo.

- Ver televisión corriente (ya sea por conexión directa desde un ordenador, *Set-top box*) o en un ordenador o dispositivo portátil (como un teléfono móvil).
- Ver un canal en directo o permitiendo al espectador seleccionar un programa para ver en el momento (*video on Demand*).
- Ver algo de manera económica, desde videos caseros hasta caras producciones profesionales.
- Publicidad interactiva.

Entre los tipos de servicio que ofrece el *streaming* se encuentran:

1. En directo, (*live*). Similar a un canal de televisión.
2. Bajo demanda, (*on-demand*). Similar a un reproductor de video.
3. Casi bajo demanda. Simula el funcionamiento de un servicio bajo demanda con flujos de video en directo.

2.8 Paradigmas de la E-comunicación

“Se denomina tecnologías de la información y la comunicación al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de información en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética”. Rosario (2005: p. 51) indica que la tecnología de la información y comunicación ha permitido llevar la globalización al mundo de la comunicación cuando facilita la interconexión entre las personas e instituciones en el ámbito mundial, al eliminar barreras espaciales y temporales.

Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos. Para ampliar un poco más respecto de las tecnologías de información y comunicación, se deben conocer los 10 paradigmas que resalta Orihuela (2004 www.cuaderno.com/paradigmas/) cuyos cambios dan lugar a la E-comunicación, el nuevo paisaje mediático que emerge con la red.

El usuario como eje del proceso comunicativo, el contenido como vector de identidad de los medios, la universalización del lenguaje multimedia, la exigencia de tiempo real, la gestión de la abundancia informativa, la desintermediación de los procesos comunicativos, el acento en el acceso a los sistemas, las diversas dimensiones de la interactividad, el hipertexto como gramática del mundo digital y la revalorización del conocimiento por encima de la información. Los 10 paradigmas que Orihuela (2004_www.cuaderno.com/paradigmas/) propone son los siguientes:

- **Primero: de audiencia a usuario**

Los medios de comunicación electrónicos, gracias a la concurrencia de las tecnologías del cable y el satélite, consiguieron en los años ochenta segmentar en forma temática sus ofertas de programación pasando así del modelo *broadcasting* al modelo *narrowcasting*. La red ha permitido un grado más en esta evolución: del *narrowcasting* al *point-casting*.

Los servicios de información *online* no solo se orientan a *targets* con perfiles demográficos, profesionales o económicos similares, sino que se orientan a individuos, ya que la red permite responder a las demandas de información específicas de cada usuario en particular.

La desmasificación de la comunicación pública, mediante la personalización de los servicios de información, ya se verifica en las versiones electrónicas de los medios, así como en las posibilidades de configuración de algunos buscadores y portales de Internet.

El viejo sueño de la información a la carta se hace realidad, pero no sustituye las bondades del “menú del día”, clásica oferta de los medios masivos generalistas. Un modelo de comunicación personalizado a la medida de cada usuario tiende por definición a eliminar los referentes comunes, y si no hay una agenda pública, no hay opinión pública.

- **Segundo: de medio a contenido**

El soporte industrial de producción/difusión ha sido, hasta la era digital, la seña de identidad más acusada de los medios de comunicación. La convergencia de soportes que genera la digitalización, replantea la identidad de los medios que pivota hacia los contenidos y revaloriza su imagen de marca.

Hoy, los medios comprenden que su negocio es el contenido, y que, en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde variadas terminales en función de su situación y necesidades.

En este contexto, la imagen de marca confiere valor a los contenidos, ya que aporta credibilidad y prestigio.

- **Tercero: de soporte/formato a multimedia**

La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la Red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en un mismo soporte junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia.

Esta característica de la Red suele dar lugar a la polémica acerca de su identidad como medio y a la supuesta sustitución de los medios anteriores. De acuerdo con la historia, cada nuevo medio en función del potencial comunicativo del soporte que utilizaba ha desarrollado unos contenidos, un lenguaje, una sintaxis y una estética propia, a la vez que su emergencia ha conducido a los viejos medios a redefinir su identidad.

Por una parte, la evolución de las tecnologías de la información muestra que la dinámica que opera entre viejos y nuevos medios es la de complementariedad y acumulación, no la de sustitución. Por otra parte, gracias a los medios clásicos que han proyectado su presencia en la Red, Internet constituye un meta-medio; mientras que, considerando los nuevos servicios de información surgidos originalmente para la Red, Internet es un nuevo medio.

- **Cuarto: de periodicidad a tiempo real**

El carácter periódico de la renovación de la oferta informativa es uno de los paradigmas centrales de la comunicación pública y base de las industrias informativas.

Gran parte de las denominaciones que se utilizan hacen referencia a la peculiar frecuencia temporal de los medios, comenzando por “periodismo”. Así, se habla de: “diarios”, “semanarios”, “boletines horarios”, “periódicos mensuales”, “revistas quincenales”, “noticiero del mediodía o de la noche”, “informe semanal”, “anuario”, etcétera.

La era del tiempo real en la información comenzó en los ochenta con el fenómeno de la CNN, el primer noticiero mundial de 24 horas en directo. En los noventa, el paulatino despliegue de medios en la Red, así como el surgimiento de nuevos servicios de información *online*, ha provocado que el paradigma de la frecuencia periódica se vea superado por uno nuevo: el del directo permanente.

La Red hace posible el seguimiento, al minuto, de la actualidad informativa, y ya se utiliza en paralelo a la televisión para retransmitir acontecimientos a escala mundial en tiempo real, como ha ocurrido, por ejemplo, con la ceremonia de entrega de los premios Oscar.

Esta nueva temporalidad mediática caracterizada por la velocidad y la obsesión de inmediatez, hace saltar por los aires, en muchas ocasiones, los mecanismos de control, verificación y contraste de fuentes, sacrificados en aras de llegar como primeros. Hoy, los medios corren más riesgo que nunca de ser manipulados y se multiplican los casos de falsas noticias, a veces reconocidas en el transcurso de la misma emisión durante la que fueron lanzadas al aire.

- **Quinto: de escasez a abundancia**

El espacio, en los medios impresos, y el tiempo, en los medios electrónicos, han sido, por tradición, los recursos escasos en el sector de la comunicación. Además, en los medios electrónicos, se suma otro recurso escaso: el espectro electromagnético.

Por otra parte, la complejidad de los sistemas de producción de medios escritos y audiovisuales hace que solo algunas empresas muy poderosas puedan disponer de las costosas infraestructuras necesarias para poner a disposición del público sus mensajes.

Los medios digitales también trastocan el argumento del recurso escaso, ya que multiplican los canales disponibles, transmitiendo mayor cantidad de información en menor tiempo y a escala universal. No hay límites a la cantidad de medios que pueden existir en la Red, tampoco hay límites acerca del volumen de información que cada uno de ellos puede ofrecer al usuario, y además el costo de hacer pública la información en la Red es prácticamente equivalente para todos.

El diseño de servicios de información electrónicos es, en consecuencia, una alternativa profesional de primera magnitud para los graduados en comunicación. No requiere de grandes inversiones en infraestructura, permisos ni licencias, no tiene costos de distribución y alcanza una audiencia universal.

- **Sexto: de intermediación a desintermediación**

La Red ha puesto en cuestión una de las funciones básicas de los medios tradicionales y de sus profesiones asociadas: la mediación profesional de los comunicadores en los procesos de acceso del público a las fuentes.

El papel tradicional de los editores, *gatekeepers*, así como la función clásica de *agenda-setting*, eran constitutivos del perfil profesional de los comunicadores y del rol social de los medios. Buscar información, filtrarla, contrastarla, editarla y publicarla decidiendo acerca de su relevancia, oportunidad e interés, era hasta ayer una facultad exclusiva de esta profesión, y hoy parece la descripción de las funciones de un portal de Internet.

Ocurre que la Red, por una parte, permite el acceso directo del público a las fuentes de información sin la mediación de los comunicadores profesionales; y por otra, permite el acceso universal a un sistema mundial de publicación que funciona, de igual forma, al margen de los editores de los medios tradicionales.

El paradigma de la nueva mediación multiplica el número de voces, pero, a la vez, diluye su autoridad al haber fracturado el sistema de control editorial previo a la difusión pública de información.

- **Séptimo: de distribución a acceso**

Ante el modelo de difusión de los medios convencionales punto-multipunto de carácter unidireccional y asimétrico, surge un modelo multipunto-multipunto, multidireccional y simétrico, en el cual los usuarios acceden a los servidores donde radica la información y además pueden comunicarse entre sí utilizando el mismo sistema con el que acceden a los medios.

Las nuevas simetrías emergentes permiten a los medios en línea convertirse en foros y generar comunidades, al tiempo que abren a los propios usuarios la posibilidad y las herramientas para acceder como productores a un espacio comunicativo universal.

- **Octavo: de unidireccionalidad a interactividad**

Frente a la unidireccionalidad propia del modelo de difusión punto-multipunto, típico de la prensa y de la radio-televisión, la Red genera un modelo bilateral, debido a su arquitectura cliente-servidor, que en cierta forma es inverso al anterior.

Cuando existe un soporte físico común, tanto para la distribución como para el acceso a la información, los proveedores de contenidos y los usuarios pueden establecer, en este canal, un vínculo bilateral, ya que sus roles resultan perfectamente intercambiables.

De este modo se proyecta a escala pública el paradigma de la comunicación telefónica, situación en la cual los interlocutores intercambian, en forma permanente, sus roles de emisor y receptor gracias a la utilización del mismo canal.

La interactividad cristaliza en sistemas de *feedback* más dinámicos, inmediatos y globales, que en forma paulatina se transforman en mecanismos de encuestas *online*, ya utilizados para orientar el sentido de las campañas electorales o el desarrollo de las tramas y la evolución de los personajes en los seriales de ficción televisiva.

- **Noveno: de lineal a hipertexto**

Frente al modo lineal o secuencial que ordena la estructura del discurso en los medios tradicionales, los soportes digitales permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces).

El hipertexto es la nueva frontera tecnológica de la escritura y exige nuevas destrezas comunicativas, así como un mayor esfuerzo de lectura. La desarticulación del texto, su fragmentación y la posibilidad de enlazarlo con cualquier otro texto disponible en la Red, desvanece el paradigma lineal, y con él desaparece también la unidad, la autonomía, la estructura y, algunas veces, hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales.

Motores de búsqueda, meta buscadores, índices temáticos, portales y páginas de recursos, ayudan a los navegantes a encontrar información en esta enloquecida Babel y, en el mejor de los casos, a darle sentido. Hay que aprender a descubrir las conexiones adecuadas, a establecer las relaciones pertinentes, a recomponer en la lectura el puzle de textos fragmentados. En definitiva, hay que aprender a navegar por la información.

Este nuevo paradigma discursivo tiene la virtualidad de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal. Precisamente el nacimiento del hipertexto fue motivado por la necesidad de disponer de sistemas de almacenamiento y recuperación de información que funcionaran de modo análogo al pensamiento humano.

- **Décimo: de información a conocimiento**

La superabundancia de información característica de la era digital, revela la importancia estratégica de los medios como gestores sociales del conocimiento. El análisis profesional de la información y su transformación en conocimiento se convierte en el nuevo vector de la actividad mediática.

En la actualidad, la misión estratégica de los medios es la información acerca de la información, la inteligencia, interpretación, filtrado y búsqueda efectiva de información, que deben comunicar bajo nuevas claves narrativas y mediante un amplio repertorio de soportes, Orihuela (2004 www.cuaderno.com/paradigmas/).

2.9 Teorías de comunicación

La teoría de la comunicación que respalda esta monografía es el determinismo tecnológico del sociólogo canadiense Marshall McLuhan, la cual manifiesta que la tecnología, específicamente los medios, forman el pensamiento de los individuos, sostienen, actúan y cómo las sociedades se organizan y operan.

Dentro de su pensamiento teórico resalta la vertiente de la globalización planetaria que experimenta el mundo y nuestro país, uno de los aspectos más relevantes que deben recobrase en la etapa de la modernidad cultural para comprender el actual funcionamiento de los medios de comunicación, es su concepción respecto de la Aldea Global.

Este concepto hace referencia a la velocidad de la comunicación, puesto que la sociedad humana comenzaría a transformarse y su estilo de vida sería similar al de una aldea, no puede separarse de su concepción acerca de cómo la presencia y ante todo la utilización de los medios de comunicación tiene efectos sobre la forma en que los hombres se relacionan entre sí y con la manera en que conciben el mundo.

“Ya no puede construirse en serie, bloque por bloque, paso a paso, porque la comunicación instantánea asegura que todos los factores del medio ambiente y la experiencia co-existan en un estado de interacción activa”, McLuhan (1967: p. 63). Así mismo, McLuhan define al “mensaje” de un medio como todo cambio de escala, ritmo o pautas que ese medio provoca en las sociedades o culturas. De esta forma, el “contenido” se convierte en una ilusión, en el sentido de que este se encuentra enmascarado por la intervención del medio (la mediatización).

La frase “El medio es el mensaje” expone la forma en la que un medio se incrusta en el mensaje, creando una relación simbiótica en la que el medio influye en cómo el mensaje se percibe. “No hay absolutamente nada que no pueda evitarse mientras exista el deseo de contemplar lo que está ocurriendo” McLuhan (1967: p. 25).

McLuhan afirma que los medios son la esencia de la vida civilizada. Que las formas dominantes de los medios dados en cualquier tiempo en la sociedad forman y determinan los sentidos de los humanos y dan la base para la organización social y la vida colectiva.

La comunicación no solo apela a su dinamismo, sino a que su contenido, videos, fotografías, artículos, etcétera, son generados por una comunidad digital donde interactúan miles de personas. Así mismo, es un espacio donde la información se disemina en forma automática y a gran velocidad.

La comunicación multimedia usa combinaciones de:



Para crear un MENSAJE

Estos mensajes están relacionados con:

- Brindar información, educar.
- Dar ideas, influenciar, entretener.
- Mantenimiento, transmisión y extensión de la cultura.

Es por eso que la importancia de los efectos de los medios en la sociedad humana no se encuentra en el contenido que el medio llevaba, sino en el medio en sí mismo y en el ambiente cultural en el cual el medio funciona, un claro ejemplo: las redes (tecnología) influyeron en la convocatoria a las manifestaciones donde la población exigía un cese a la corrupción.

En la actualidad, los nuevos medios basados en el poder de la electricidad (los medios electrónicos son muy poderoso porque son extensiones de los sentidos) son muy diferentes a los medios basados en la imprenta (estos últimos están quedando en el olvido).

Es evidente que los tiempos han cambiado la radio, los teléfonos, la televisión y otras formas de medios electrónicos han reemplazado los libros como la tecnología dominante de comunicación.

McLuhan (1967) expuso que los datos transmitidos a través de un medio, y el grado de participación de las audiencias para completar al medio, son los dos criterios fundamentales, distingue así: los medios fríos y calientes. Para él, la alta definición es el estado del ser bien abastecido de datos.

En este sentido, una fotografía es una alta definición y una caricatura es una definición baja por la sencilla razón de que proporciona muy poca información visual. La revista latinoamericana de comunicación Chasqui, hace referencia a un apartado en el cual McLuhan explica claramente esta diferencia: “El teléfono es un medio frío o un medio de definición baja debido a que se da al oído una cantidad mezquina de información, y el habla es un medio frío de definición baja, debido a que es muy poco lo que se da y mucho lo que el oyente tiene que completar (...) los medios cálidos son de poca o baja participación, mientras que los fríos son de alta participación para que el público los complete”. McLuhan (1967: p. 47).

- Medio caliente: Alta definición – Más información – Menos participación.
- Medios fríos: Baja definición – Menos información – Más participación.

McLuhan creía que, con el advenimiento de estas tecnologías electrónicas, la cultura está adoptando enfoques o una manera de ver a las cosas más enfocadas a nuevos medios.

- Complejos círculos en vez de diseños lineales.
Libros tradicionales contra archivos digitales.
Historias lineales frente a narrativas híper texto.
Comics, secuelas, series de televisión.

- Pensamiento holístico más que ideas fragmentadas.

Publicidad tridimensional contra comunicación integral de marketing.

Tiendas de una sola variedad de productos frente a tiendas mega.

- Perspectivas multi dimensionales.

Visitar más sitios de Internet.

Especialización contra multitarea.

“Los humanos son de pronto un nómada que junta conocimiento; nómada como nunca antes, informado como nunca antes, libre de especialismo fragmentado, pero también envuelto en el proceso social total como nunca antes, debido que con la electricidad se extiende el sistema nervioso central globalmente, interrelacionando cada experiencia humana”. McLuhan (1967: p. 358).

Capítulo 3

ChapinTV.com, portal de información con noticias, deportes y entretenimiento de la Red de Noticias Albavisión

3.1 Red de Noticias Albavisión

Hasta junio de 2016 era conocida como Grupo Albavisión. Es una empresa, internacional de radio y televisión, que pertenece al empresario mexicano-guatemalteco Remigio Ángel González. Fue fundada el 14 de marzo de 1987.

La Red de Noticias Albavisión es la primera red de medios de comunicación, por afiliación, en América Latina. Con tecnología de vanguardia, a disposición de los medios afiliados, esta red facilita contenidos de interés y calidad para la audiencia, sobre todo en lo que concierne a noticias y entretenimiento.

Con el objetivo de optimizar el gran potencial informativo y los recursos que poseen los medios de comunicación afiliados a la red Albavisión, en todo el continente americano, se ha creado la RNA (Red de Noticias Albavisión) integrada por todos los medios televisivos, radiales y gráficos.

En la RNA se coordinan, monitorean y producen los contenidos, aportados por cada afiliado, para brindar noticias internacionales de alta calidad en el menor tiempo posible, así como la mayor y mejor información de América con cientos de profesionales al servicio de la información.

Con esta Red se conecta a 114 millones de personas en 16 países diferentes, sus afiliados tienen presencia en Centroamérica, Sudamérica y el Caribe. A la fecha, el número de afiliados lo conforman 45 canales de televisión, 68 emisoras de radio, 65 salas de proyección cinematográfica, 3 cadenas de televisión satelital (DTH) y un medio impreso.

3.1.1 Principales características de la Red de Noticias Albavisión

- Provee la más completa información gracias a la diversidad y ubicación de sus fuentes.
- Cobertura y distribución de noticias locales, con exposición internacional. Las notas más relevantes de cada medio permiten a los afiliados a la red acceder a material diario de alta calidad.
- La comunicación y retroalimentación de información es constante, permite la transmisión de avances informativos durante diferentes momentos del día con enlaces satelitales en vivo.
- Producción y cobertura con enviados especiales para eventos de relevancia mundial, se logra presencia en todos los países de América (elecciones presidenciales, eliminatorias mundiales, visitas de mandatarios y líderes religiosos, entre otros).

3.1.2 ¿Cuáles son los beneficios de la Red de Afiliados?

- Optimiza la gestión de los medios adheridos, pues crea espacios de relación y proyección entre las regiones.
- Propicia una economía de escala. Los medios afiliados a la red obtienen ventajas en términos de costos, los insumos se hacen más accesibles para todos, en la medida en la que la red crece.
- Promueve el intercambio, generación y difusión de contenidos periodísticos en el ámbito latinoamericano por medio de la Red de Noticias de Albavisión.

- Permite a sus afiliados acceder a programación internacional de alta calidad y a nuevos contenidos.
- Proporciona mayor estabilidad para la planeación de programación, a corto y mediano plazos, de cada medio, gracias a la accesibilidad a mayor y mejor contenido.
- Posibilita la transmisión de eventos deportivos internacionales.
- Facilita una mejor administración de recursos a través del soporte técnico y financiero.
- Favorece la actualización de plataformas de servicios que permiten pasar de transmisiones en sistemas análogos a sistemas digitales de alta definición.
- Provee acceso a programación de compañías productoras de televisión internacional como: Paramount, Sony, Disney Columbia, MGM, Warner, Alliance, Telefe, Caracol, Telemundo, Globo y Televisa.

La era digital, desde la década de los noventa, ha revolucionado las industrias culturales, “desestabiliza la dicotomía entre los medios de masas y la comunicación interpersonal”. Luders (2008: p. 683).

Puede decirse que el Internet se ha convertido en un medio que proporciona experiencias dentro de la vida cotidiana, tanto de consumo como de ocio y que, a la vez, ha entrado en una fase de desarrollo y de madurez a lo largo de los últimos años con la ayuda de la tecnología.

Según un estudio realizado por la consultora digital We Are Social para enero de 2016, de los 7, 395 millones de habitantes sobre el planeta, 3,419 millones tenían acceso a Internet. De más está decir que esta cifra irá en crecimiento, cada día más personas conversan, se informan, compran, venden o comparten una considerable parte de sus vidas en la Red. Esta tendencia empuja a las empresas a entrar en el mundo digital, creando a su vez una nueva necesidad por ofrecer una alternativa digital que entiendan las nuevas exigencias de comunicación *online*.

“Los medios en línea han sacudido a la industria, presentan una variedad de perspectivas acerca de la actualidad de Guatemala, que abarcan todo el espectro ideológico”. Fernández (www.soy502.com).

3.2 Portal web ChapinTV.com

Con el fin de alcanzar a un público sumergido en la era digital y la oportunidad de transmitir en vivo un evento deportivo como el Mundial de Fútbol, organizado por la Federación Internacional de Fútbol Asociado, FIFA, en la edición del 2014, con sede en Brasil; Radio Televisión Guatemala puso en funcionamiento el portal web ChapinTV.com durante el tiempo que duró el máximo evento del balón pie en el ámbito mundial, del 12 de junio al 13 de julio de 2014.

Según la publicación de amquerétaro.com “América Latina es el continente más involucrado en la red social a nivel mundial, dedica, en promedio, el 9.5% (equivalente a dos horas y media) de sus actividades diarias al uso de los sitios sociales, en comparación con los usuarios de Internet del resto del mundo que se limita a utilizar esas páginas web, en promedio, una hora y media por día”.

De acuerdo con Johan Cruyff Institute en su revista en línea en el artículo “El deporte juega bien en redes sociales”, las redes sociales “Han cambiado la manera de comunicarnos, se han convertido en una importante arma a nivel de marketing y, en la industria del deporte, se han posicionado como una plataforma

perfecta para mantener contacto directo y permanente entre una organización y su masa social”.

ChapinTV.com no se utilizó después de finalizar la mencionada justa deportiva. Sin embargo, ante la necesidad de emitir por Internet la señal de los principales acontecimientos nacionales y alrededor del mundo, el portal fue reactivado el 28 de octubre de 2015.

Con ese relanzamiento (en el 2015) se buscó proporcionar a los guatemaltecos una nueva manera de informarse, se creó una opción de comunicación digital y con ello se dio a conocer el acontecer diario, acercando al público a la información en tiempo real.

Cabe resaltar que puede mantenerse, a los telespectadores, conectados a toda hora, porque, además de televidentes, ahora son usuarios, a quienes se les permite buscar, vía web, el contenido que los canales 3, 7, 11, 13 y TN23 generan todos los días.

Lo que hace interesante este portal es lo novedoso, la rapidez y brevedad de transmitir lo acontecido en el día a día, en las últimas horas o, incluso, en los últimos minutos. ChapinTV.com no solo apela a su dinamismo, sino a que su contenido, (videos, fotografías, artículos) lo genera una comunidad digital donde interactúan miles de personas. También es un espacio donde la información se disemina en forma automática y a gran velocidad.

Por medio de esta nueva opción se procura que el usuario genere una interacción más cercana y sencilla con la información a través de múltiples dispositivos electrónicos (*smartphone*, tableta, computadoras), que están conectados a Internet de manera constante gracias al desarrollo de las tecnologías de la comunicación. De este modo, un usuario ya no se limita solo a hacer uso de los datos, sino que puede acceder a ellos en cualquier momento y lugar.

De esta manera se crea contenido que tiene la oportunidad de distribuirse, en forma directa, a una audiencia muy amplia, apuntando a los “huecos” que puedan existir en ella y así, poder crear un ambiente colaborativo para la producción de medios.

El portal ChapinTV.com ofrece una variedad de contenidos entre los que se encuentran: deportes, espectáculos, noticias, espacios de actualidad, programas en vivo mediante el *streaming* de los canales 3, 7 y TN23.

Con el objetivo de optimizar el gran potencial informativo y los recursos que poseen los medios de comunicación afiliados a la Red Albavisión, esta iniciativa de acercarse al televidente también se implementó en Argentina, Bolivia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Paraguay, Perú y República Dominicana.

Esta opción, aparte de ofrecer mejor resolución de imágenes, también pretende brindar mejores y nuevos servicios interactivos para los usuarios.

“Por cada minuto de recepción de cualquier programa en sistema normal, pueden recibirse más de cien programas en forma digital. “La digitalización abre claras posibilidades de desarrollo y un ambicioso futuro para la industria de creación de contenidos debido a que puede convertirse en un motor de producción audiovisual” Newsletter. (1997 p. 13).

Es así, que el crecimiento de Internet y el consumo de televisión, por medio de la Red en concreto, han supuesto un paso decisivo en la historia de la humanidad, se pretende que chapinTV.com sea el escenario de nuevos usuarios que, día a día, ingresan en la web con la finalidad de encontrar novedades y entretenerse.

El portal se visualiza como un medio alternativo de un medio masivo tradicional, puesto que capta a las personas que tienen acceso a Internet para que dejen de estar desconectados hasta la siguiente emisión o programa y, de esta manera,

permiten que el televidente esté conectado, leyendo y observando el mismo contenido que se transmitió con anterioridad.



Fuente: ChapinTV.com.

3.3 Características del portal web ChapínTV.com

3.3.1 Logotipo

“Logotipo es el distintivo formado por letras y abreviaturas peculiares de una empresa, conmemoración, marca o producto. (www.rae.es). Se trata de una marca diseñada en forma iconográfica. Es una forma de escritura que emplea figuras o símbolos producto de la síntesis de los objetos y formas de la realidad cotidiana.



Fuente: ChapinTV.com.

El logotipo de ChapinTV.com evoca un rehilete con aspecto tridimensional, que además de ser un juguete popular y tradicional, desde el punto de vista tecnológico, es un elemento transformador de la energía.

Juan Carlos Herrera, Web Máster del portal, mediante una entrevista realizada en junio de 2016, indicó: “Nuestro logo refleja a la comunidad que servimos y representa lo que somos como empresa de una forma dinámica, moderna, multidimensional y audaz”.

Sus cinco aspas representan a los canales (3, 7, 11, 13 y TN23) para simbolizar la unidad, colaboración e integración en una sola señal a través de esta plataforma. “Lo tridimensional refleja la magnitud de la marca y el enfoque de 360 grados que abrazamos como compañía, en tanto los colores brillantes y el uso de la luz en el diseño reflejan la vivacidad y la diversidad de contenido con el que contamos” agregó Herrera.

3.3.2 Misión

Mantener informados a todos los usuarios que visitan la página, además de entretenerlos y crear una interacción con ellos.

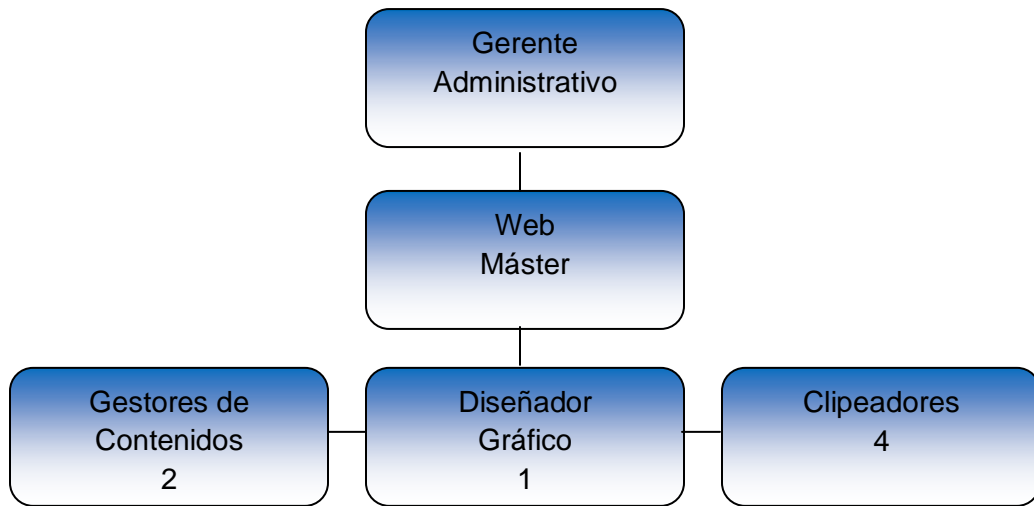
3.3.3 Visión

Ser una de las páginas informativas más importantes en el ámbito nacional y tener un reconocimiento a nivel internacional.

3.3.4 Valores

- Identidad nacional.
- Responsabilidad.
- Confiabilidad.
- Honestidad.
- Originalidad.

3.3.5 Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

3.4 Estructura técnica

El portal ChapinTV.com funciona con base en la colaboración de ocho personas, de las cuales cuatro laboran en Guatemala y otras cuatro en Chile. Los primeros tienen a su cargo generar todo el contenido nuevo que postearán en el portal y se distribuyen de la siguiente manera:

3.4.1 Gerente administrativo

En la actualidad, este cargo lo ocupa Fernando Villanueva, quien es el responsable de supervisar las operaciones y liderar el planteamiento estratégico de la empresa. Así mismo, debe alcanzar los objetivos organizacionales mediante la relación directa establecida con el Web Máster.

También se encarga de coordinar todos los recursos disponibles con los que se cuenta dentro del portal, tanto humanos como económicos, mediante la realización sistemática de un conjunto de actividades que suelen agruparse en varias funciones administrativas o gerenciales. Entre sus atribuciones también se encuentran las funciones de mercadeo y venta de la pauta dentro del portal.

3.4.2 Web máster

El cargo de Web Máster lo desempeña Juan Carlos Herrera, quien se responsabiliza de la administración de los servicios del portal para lo que debe contar con conocimientos variados (técnicos, tecnológicos, culturales, políticos, científicos, entre otros, y sobre todo, tener sentido común).

Entre sus labores debe ocuparse de revisar el funcionamiento de los servidores, estructuras, organización y prioridad en contenidos. Así mismo, integrar el trabajo de los gestores de contenido, diseñador y clipeadores.

Además, tiene la responsabilidad de la publicidad o mercadeo del sitio y establecer las relaciones e intercambios con sitios afines. Debe hacer lo posible para atraer visitas, mantenerlas y conservar su proyecto en alto para proporcionar, a los usuarios, lo que ellos realmente desean.

Luego de realizar algún proyecto, debe darle seguimiento y revisar si existen errores como *links* rotos o errores de estética, así como observar que el sitio esté funcionando en forma correcta y responder, en tiempo, las solicitudes de los usuarios en cualquier problema técnico que tengan al acceder al portal.

De igual manera, debe supervisar a las personas que colaboran en el sitio, observar si realizan bien su trabajo o corregir los contenidos que publican.

3.4.3 Gestores de contenido

Daniel Escobar y Nancy Méndez son los dos gestores de contenidos, forman parte de ChapinTV.com, y a su vez son los encargados de todos los procesos involucrados en la agregación, transformación, catalogación, agrupación, autorización, presentación y distribución de información útil para los usuarios.

El fuerte componente tecnológico, social y económico de esta sociedad ha transformado a los servicios bibliotecarios de una forma que no tiene precedentes.

Las personas requieren nuevos conocimientos tecnológicos y de información para ser receptores activos de los medios de comunicación. Debido a ello, los gestores se convierten en los mediadores entre el portal y el usuario.

Este concepto se asocia también con los nuevos enfoques de la llamada era digital, donde el mayor peso recae en los aspectos relacionados con la identificación de recursos de información internos y externos, su valoración, gestión y tratamiento eficiente, por lo que deben crear contenidos de interés para los usuarios.

“Nuestros contenidos y su calidad definirán la personalidad, reputación y sus posibilidades de convertirse en un referente en su área. Las publicaciones hablan por la empresa, demuestran su nivel de conocimientos y sus intereses”, manifestó Daniel Escobar en entrevista realizada en junio de 2016.

Por su parte, Nancy Méndez, en entrevista realizada en junio de 2016, agregó: “Los contenidos de un sitio web son el principal determinante de la visibilidad que pueda obtenerse en los resultados de búsqueda o en plataformas sociales, por lo que se requiere a un profesional que entienda cómo funcionan los principales buscadores y qué contenido tiene mayores probabilidades de ser viralizado”.

Las tareas no solo se limitan a la creación y publicación de artículos, videos o infografías, el gestor de contenidos debe ser capaz de optimizar de manera constante la visibilidad de los contenidos y a la orientación de los intereses de los usuarios.

3.4.4 Diseñador gráfico

Francisco Pérez es en la actualidad el diseñador gráfico, entre sus atribuciones se contempla la elaboración de los diversos artes visuales que contiene el portal. Así también, los artes visuales de las redes sociales de los canales.

El diseñador debe encargarse de la interfaz real del portal, así mismo es la persona responsable de que el portal sea atractivo a los ojos de los usuarios. “Se debe lograr un equilibrio entre un diseño atractivo y un acceso claro y fácil a la información, para que pueda accederse a ella con la mayor rapidez posible. Es muy importante que el sitio web sea de fácil navegación y que los usuarios encuentren la sección que desean sin perderse por la web, es necesario ponerse en el lugar del usuario y pensar en la forma en que este podría querer usar el portal”, enfatizó Francisco Pérez, en entrevista realizada en junio de 2016.

El portal debe actuar lo más interactivo posible, de forma que exista un flujo bidireccional de información entre el usuario y el sitio, por lo tanto, el ordenador debe responder a las peticiones del usuario.

Entre otras de las funciones que desempeña el diseñador se encuentra la elaboración de los *post*, los cuales son imágenes que sirven como enlace directo hacia la nota.



Fuente: ChapinTV.com,

Los *slideshow*, (galería fotográfica) son imágenes que van deslizándose en la pantalla, de forma horizontal.

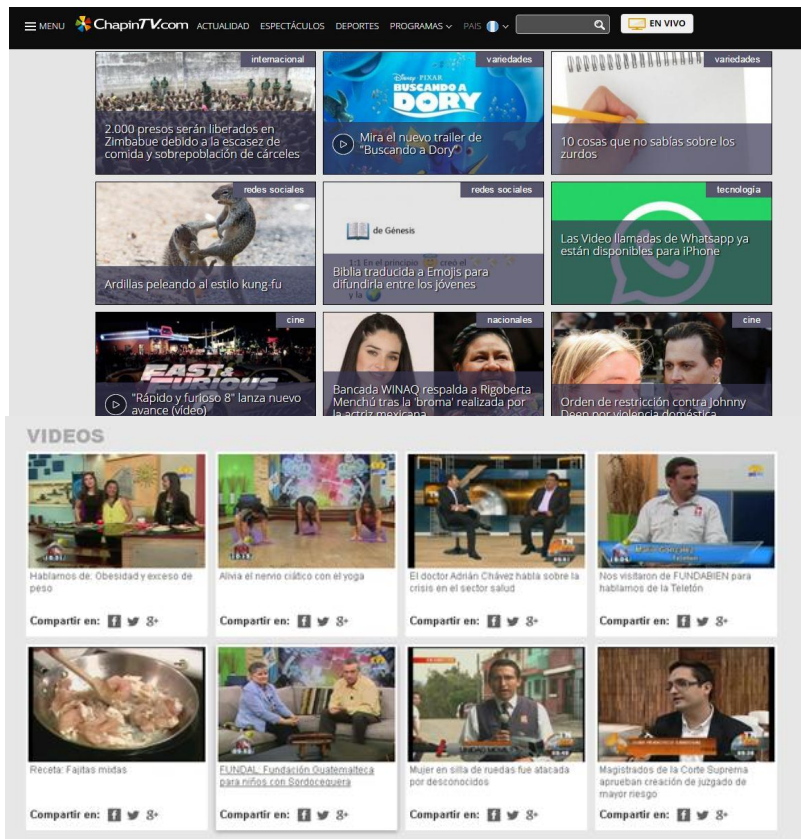


Fuente: ChapinTV.com.

3.4.5 Clipeador

Es el nombre con el que se conoce a la persona que realiza el clipeo de contenidos, el cual consiste en cortar los noticieros nota por nota y fragmentar los programas por segmentos o secciones y luego se cargan al portal. Es decir, el clipeo no es más que aprovechar y reutilizar el contenido que inevitablemente se genera todos los días. En el caso de ChapinTV.com esto lo realizan cuatro personas que laboran desde Santiago de Chile y son los encargados de clipear todas las producciones nacionales.

Estos contenidos se gestionan de forma uniforme y centralizada, provienen de diversas fuentes, por lo que se implementan mecanismos de navegación que los desarrollan de manera que los usuarios puedan tener acceso práctico y eficaz a la información de su interés.



Notas Creadas

Notas Clipeadas

Fuente: ChapinTV.com.

3.5 Software que utiliza el portal ChapinTV.com

En entrevista realizada en junio de 2016, Carlos Jordán, diseñador gráfico de Canal TN23, indicó que ChapinTV.com emplea el sistema de gestión de contenidos *Drupal* que se usa para crear portales dinámicos y con gran variedad de funcionalidades para cargar los diferentes videos, notas e imágenes que constituyen el sitio y que, a la vez, cuenta con una buena configuración. A través de este software es posible publicar artículos, contenidos multimedia y foros, entre otras presentaciones.

“*Drupal* es un programa multipropósito y muy configurable que permite publicar imágenes y archivos, entre otros, también ofrece la posibilidad de otros servicios añadidos como encuestas, votaciones, *blogs*, administración de usuarios y permisos”.

Así mismo, agregó que ese programa posee un sistema dinámico, en lugar de almacenar sus contenidos de texto y otras configuraciones en archivos estáticos en el sistema de ficheros del servidor de forma fija, lo hacen en una base de datos que se edita con el uso de un entorno web.

Este sistema cuenta con una amplia y activa comunidad de usuarios y desarrolladores que colaboran, en conjunto, en su mejora y ampliación gracias a que su arquitectura es muy consistente.

Destaca por la calidad de su código y de las páginas generadas, así como por su flexibilidad y adaptabilidad con la gran cantidad de módulos adicionales disponibles, ya que permite que sea adecuado para realizar diferentes sitios web.

Este *software* permite publicar, administrar y organizar todo tipo de contenido (texto, imágenes, videos y audios) en forma muy segura, lo que posibilita crear páginas en forma autónoma, eficiente y dinámica. Esta filosofía de "bien público" propicia que, a lo largo de los años, *Drupal* haya impulsado la formación de una extensa comunidad de programadores que día a día van mejorando el sistema, al publicar sus aportaciones en beneficio de todos y haciendo más rica esta tecnología de manera directa.

3.5.1 Características del software Drupal

- Flexibilidad.
- Escalabilidad.
- Optimizado para SEO y posicionamiento web.
- Robustez y fiabilidad.
- Seguridad.
- Código público y gratuito.
- Comunidad de desarrollo muy activa.

3.6 ChapinTV.com a través de las redes sociales

Como su nombre hace referencia a su función u objetivo, las redes sociales se definen como la forma de interacción social, así también pueden crearse relaciones personales o profesionales; por aparte, compartir información, interactuar y crear comunidades o grupos que tengan intereses similares.

Dentro de las principales redes sociales que se utilizan pueden mencionarse *Facebook* y *Twitter*; que han tenido un crecimiento significativo con el pasar de los años, pues cada vez, más usuarios desean ingresar en ellas.

Debido a lo anterior puede decirse que las redes sociales son el punto de partida de un usuario que desea entrar y realizar búsquedas en la web, pues de esta forma, los servicios de navegación en Internet, logran incrementar el tráfico en el portal.

Las redes sociales ya están en las rutinas diarias, ¿cuántas veces al día se revisan? ¿Con qué duración se hace?

Por lo mismo, ChapinTV.com opera básicamente a través de las diferentes *fans page* y *twitters* de los programas y noticieros de la Red de Noticias (TN23, T13, Telediario, Noti7, Nuestro Mundo, Combate, entre otros). Es decir, la mayor parte de las visitas al portal se generan por la vinculación de estas redes.

Los usuarios se constituyen, sobre todo, por el enlace que se genera cuando las personas navegan por *facebook* o *twitter*, pues de esa manera, al observar los diversos contenidos que son posteados, los internautas se interesan e ingresan en los diferentes *links* y así, después, se enlazan con el portal.

“Son muy pocas las personas que ingresan en forma directa en el portal, el mayor tráfico de la página se constituye por medio de *linkiados* de los enlaces y

referencias desde las redes sociales de los programas y noticieros que tiene la Red de Noticias Albavisión”, indicó Herrera.



Fuente: ChapinTV.com.

3.6.1 Seguidores que tienen los diferentes programas de la Red de Noticias Albavisión

Según datos del estudio elaborado por la firma de investigación digital *iLifebelt*, Guatemala es el país centroamericano con más usuarios de *Facebook*, con 3.01 millones de usuarios, mientras que en *Twitter* hay poco más de 300 mil usuarios.

Los *fans* con los que cuentan las diferentes *fans page* de los programas de la Red, hasta junio de 2016, se constituían de las siguiente manera:



Fuente: ChapinTV.com.

En tanto, los seguidores de los diferentes programas estaban distribuidos de la siguiente forma:



Fuente: ChapinTV.com.

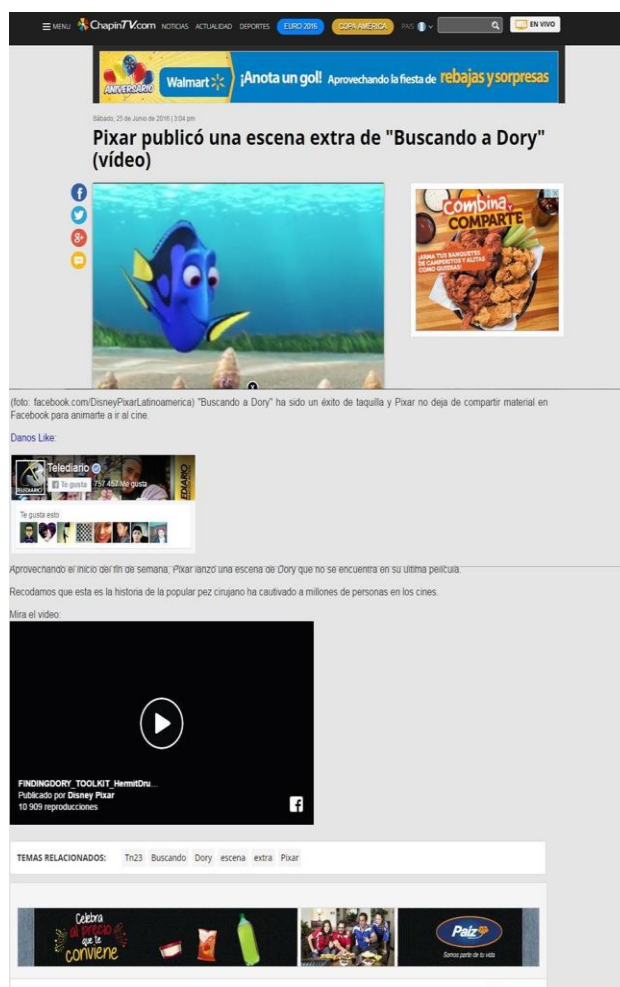
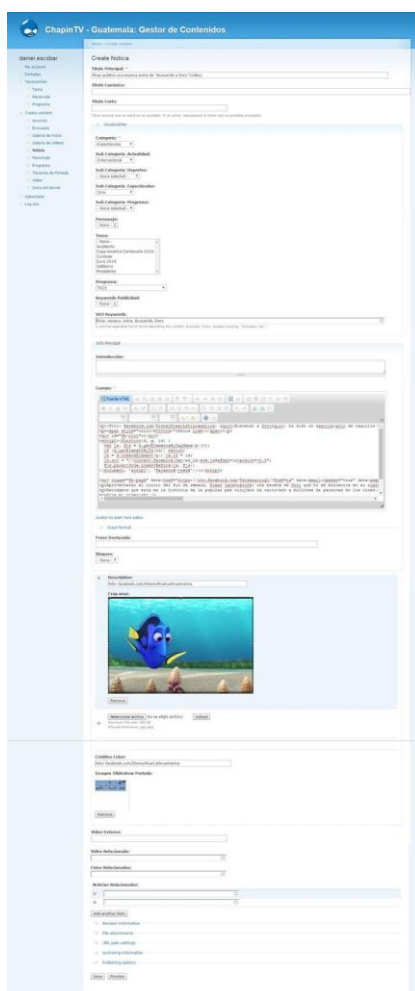
3.7 ¿Cómo se elabora una nota de ChapinTV.com?

El portal de ChapinTV.com, con el propósito de brindar mayor variedad a sus usuarios, realiza notas de interés nacional que se desarrollan en el instante. Debido a ello, como portal, cuentan con su propio gestor de notas, quien ya tiene los campos predeterminados para su elaboración.

Las notas se generan de la siguiente manera:

- El titular tiene que ser atractivo para llamar la atención de los usuarios.
- El cuerpo de la nota tiene que centrarse en describir todos los detalles que engloba la noticia.
- En el campo de categorías debe segmentarse la noticia por el contenido que tiene.
- Se debe establecer a qué programas será *linkiado* para distribuirlo en la página (producción nacional).

- Se agrega la opción HTML para insertar video o fotografía que será la portada de la noticia.
- Posteriormente la nota será cargada y publicada en los lugares que con anterioridad se determinó.
- Cuando se publica una nota siempre debe colocarse el crédito de donde se obtuvo la foto y la información.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8 Contenido del portal ChapinTV.com

El portal tiene diversidad de contenido, entre él se encuentra información de salud, tecnología, entrevistas, datos curiosos, consejos, participación ciudadana y educación, entre otros.

La página se desglosa de la siguiente forma:

3.8.1 Menú

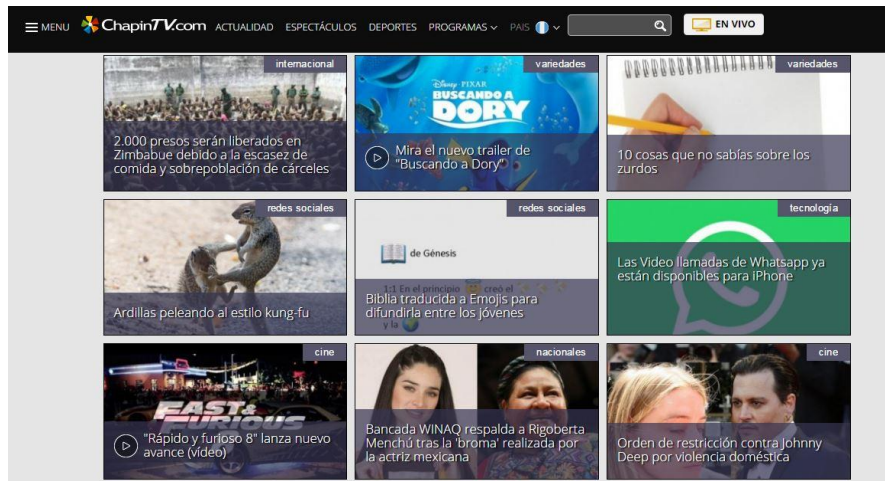
Las categorías que componen el portal se encuentran de forma vertical.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8.2 Noticias

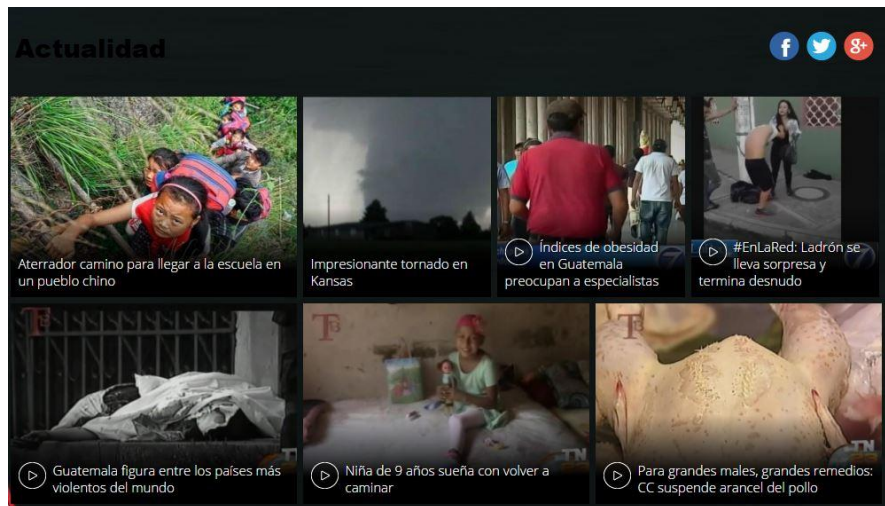
En este apartado se encuentra todo lo concerniente a notas de diversa índole que se publican todos los días.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8.3 Actualidad

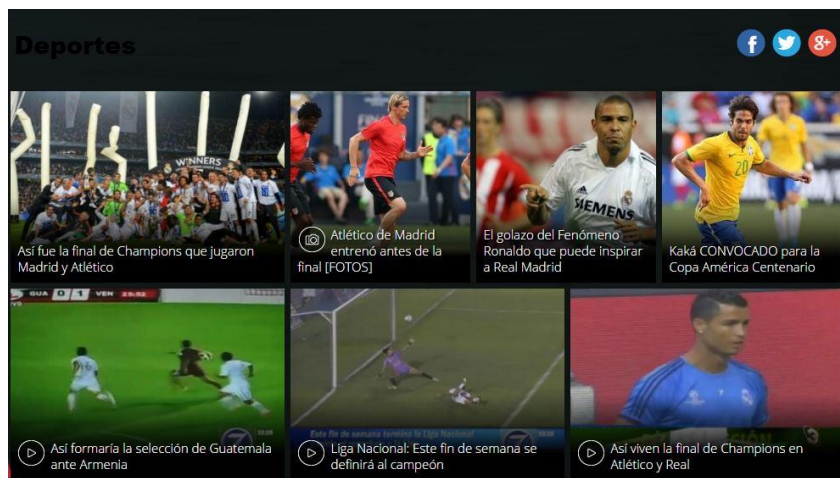
En este espacio se localiza todo lo relacionado con lo más reciente que ha suscitado en el acontecer noticioso.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8.4 Deportes

En esta categoría se publica todo lo relevante en las diferentes disciplinas deportivas lo que permite conectar a los fanáticos con sus deportes preferidos. Este apartado del portal es uno de los más buscados.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8.7 Búsqueda y en vivo

En este apartado puede ingresarse algún título o palabra clave, de alguna nota o noticia, para que localizarla con rapidez.



Fuente: ChapinTV.com.

3.8.8 En vivo

Aquí se encuentran los *streamings* de los canales 3, 7 y TN23 donde pueden verse los canales desde la web. (Se transmiten solo los noticieros, encuentros de la liga nacional de fútbol y programas de producción nacional, el canal TN23 es el único que está activo las 24 horas).



Fuente: ChapinTV.com.

3.9 Publicidad

La publicidad de ChapinTV.com es variada, lo que refleja que aparte de aprovechar el contenido con el que cuenta y brindar una nueva opción al televidente también es una página auto-sostenible.

Esta publicidad *online* se constituye por un bajo costo y una alta efectividad. Otra ventaja de este tipo de publicidad es la inmediatez, pues el destinatario del anuncio puede acceder al producto o servicio al instante. Por su parte, el anunciante paga (en la mayor parte de las ocasiones) por cada visita que recibe. Por lo general, la publicidad que se encuentra en el portal de ChapinTV.com se vende por espacio de 30 días.

Entre los espacios publicitarios que se venden en el portal se encuentran los siguientes:

3.9.1 Preroll

Más conocido como “cortinilla”. Se trata de un pequeño anuncio que aparece cuando el enlace se encuentra cargando. Ocupa la ventana del navegador y dura pocos segundos, pero suficientes para que el usuario se dé cuenta de lo que ve.

3.9.2 Box

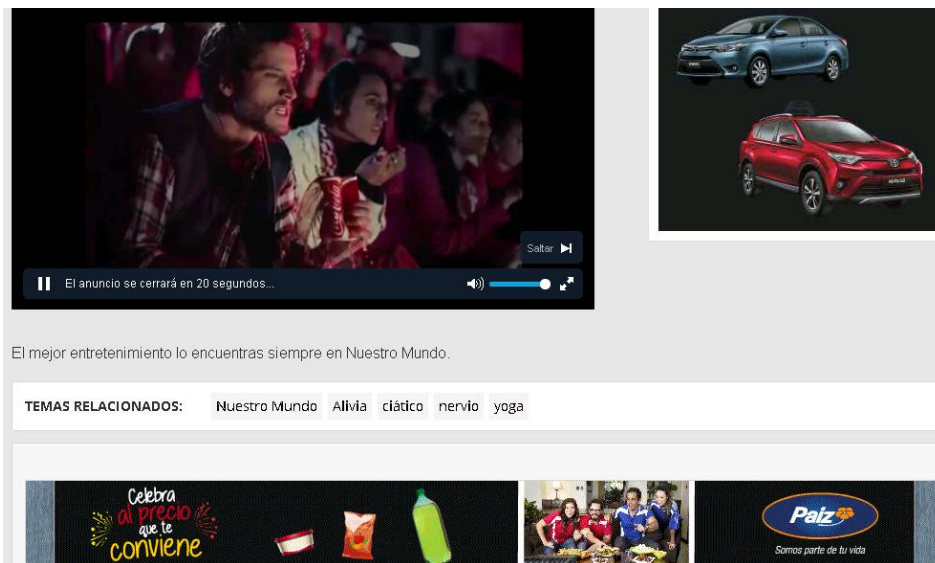
Este formato publicitario es pequeño, como su nombre lo indica tiene la apariencia de una caja. Esta publicidad tiene algún tipo de animación, ya sea corta o larga, efectos de texto e imagen que la hacen más interesante, los box pueden tener: logo, texto simple, eslogan, idea de venta, texto publicitario e imagen.

3.9.3 Banner rectangular estático

Este formato es rectangular y se coloca con orientación horizontal en la parte superior del portal, que es la parte más estratégica para incrustarse y en la cual el usuario puede verlo con perfección. Es ideal para situarlo al lado de una noticia o artículo que el usuario pueda leer.

3.9.4 Banner rectangular animado

Este banner se coloca en la parte inferior del portal, por lo general son de gran formato debido a sus características de lograr el impacto visual en el usuario y porque poseen una animación de flash con los más avanzados e interesantes efectos.



The image shows a screenshot of a video player interface. The main video frame displays a scene with people in a dimly lit setting, possibly a concert or event. Below the video frame is a control bar with a play/pause button, a progress bar, and a volume icon. A text overlay on the video frame reads "El anuncio se cerrará en 20 segundos...". To the right of the video frame, there is a thumbnail image showing two cars, one blue and one red. Below the video player, there is a text line: "El mejor entretenimiento lo encuentras siempre en Nuestro Mundo." followed by a "TEMAS RELACIONADOS:" section with tags: "Nuestro Mundo", "Alivia", "clático", "nervio", and "yoga". At the bottom of the screenshot, there are three horizontal banners: the first one says "Celebra al precio que te conviene" with images of products; the second one shows a group of people; and the third one is for "Palz" with the tagline "Somos parte de tu vida".

Fuente: ChapinTV.com.

3.10 ¿Cómo se mide el tráfico que genera el portal de ChapinTV.com?

La creciente oferta de computadoras a bajo costo, facilidades de crédito, y el fácil acceso a teléfonos celulares con señal inalámbrica de Internet, son algunas de las causas principales para que más guatemaltecos, cada día, tengan acceso a navegar por la web.

Por ese motivo, es necesario examinar que la estrategia que se utiliza para llegar a los usuarios sea efectiva y poder así, medir la eficiencia, aceptación y posicionamiento dentro de la población, así como que se cumplan los objetivos del plan de comunicación digital.

Si bien la mayor parte de publicaciones web disponen de sus propias estadísticas, hay otros "macro-indicadores" consensuados por el conjunto de usuarios especializados en el posicionamiento como aquellos que certifican la "capacidad de éxito" de un sitio web.

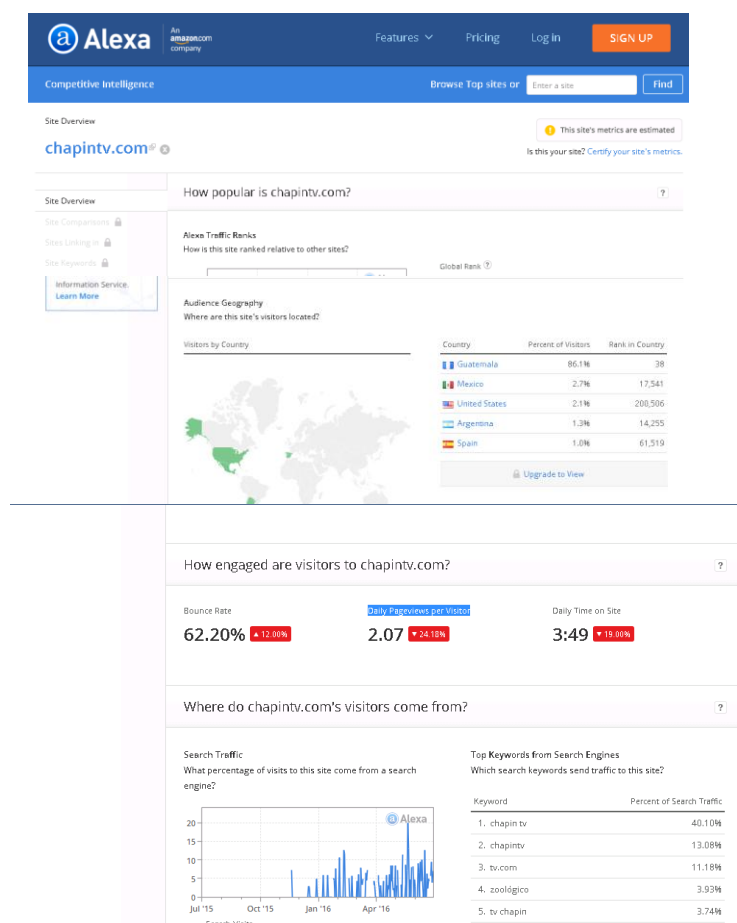
Los *hits* cuentan todas las peticiones realizadas a un servidor cuando se visita una página, debido a ello, lo habitual es medir el tráfico en visitas (a partir de 30 minutos de inactividad se cuenta una visita nueva aunque se trate del mismo usuario) y páginas vistas (el número de páginas solicitadas a un sitio web). También es relevante el número de usuarios únicos, identificados por medio del número IP o, más preciso, mediante los sistemas de etiquetas.

Existen, en el mundo web, múltiples indicadores que ayudan a conocer el nivel de tráfico o visitas que se realizan sobre determinado sitio en Internet. En este caso se utilizan los medidores *Alexa.com* y *Google Analytics*.

Según *Alexa.com*, el contenido que ofrece el portal *ChapinTV.com* resulta interesante para los usuarios guatemaltecos, ya que durante la semana del 27 de junio al 03 de julio de 2016 se encontraba en la casilla 38 en el ámbito

nacional global. A nivel mundial, de acuerdo con este medidor, ChapinTV.com ocupa el puesto 45,158 con la confianza de 81 sitios web que se han *linkeado* a sus notas y una velocidad de carga de 1,372 segundos.

El 86.1% de tráfico de este portal es generado por usuarios que se encuentran en el país, seguido por un 2.7% de usuarios mexicanos, luego 2.1% por estadounidenses, el listado finaliza con 1.3% y 1.0% de visitantes argentinos y españoles respectivamente. Este medidor también revela que el 62.20% de los visitantes salen de este sitio web después de ver un solo enlace. La tasa de visitas diarias al portal es de 2.07% y número promedio de minutos empleados en el portal por cada visitante es de 3:49 por día.



Fuente: Alexa.com.

Por aparte, *Google Analytics* permite evaluar las campañas realizadas en redes sociales para incrementar las visitas en el portal.

En este medidor resalta que el tráfico social principal de ChapinTV.com se genera mediante los enlaces que se dan con *Facebook*, así también puede establecerse que la principal fuente de referencia de este portal se origina con Amazon.

Otro dato significativo es que los usuarios que visitan el portal lo hacen en un mayor porcentaje por medio de un dispositivo móvil, seguido de un ordenador y en menor proporción por medio de *tablet*.

Sus páginas con mayor actividad son las que tiene contenido deportivo, esto obedece a que la Red de Noticias Albavisión transmite la mayor cantidad de encuentros de liga nacional, copa América, Eurocopa, Mundial de Fútbol, entre otros.



Fuente: *ChapinTV.com*.

3.11 Importancia de los portales web

La comunicación en el mundo conlleva a la aparición de nuevos medios que faciliten esta tarea, en un mundo globalizado es imperioso que la interacción entre las personas sea cada vez más rápida aunque, algunas veces, sea de manera

impersonal, pero en tiempo real, por ello cada vez cobran más importancia y popularidad los nuevos medios digitales que permitan esta función entre las personas, sin importar el lugar donde se encuentren.

“Los portales web brindan una nueva alternativa porque permiten expandir el alcance de la comunicación ofreciendo una opción diferente para los usuarios. En el contexto de esta nueva era digital, puede apreciarse cómo por la convivencia de nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación”, indicó Miguel Morales, Director del Área *E-learning* de la Universidad Galileo.

Por aparte, Carlos Alario Hoyos, catedrático e investigador de la Universidad Carlos III de Madrid España, manifestó: “En la actualidad producimos más información de la que somos capaces de consumir a lo largo de nuestra vida, aunque es necesario desarrollar la capacidad de filtrar la información que queremos y los portales nos brindan esta opción”.

En Guatemala ha crecido la necesidad de informar a través de medios digitales, lo cual abre un espacio a los lectores para poder interactuar y aportar con cualquier tipo de noticias o artículos de opinión.

“La web social brinda como principios fundamentales la participación y la cooperación, se ha introducido en todos los campos de la vida. Desde el ámbito de la intimidad para auto revelarnos a los demás hasta el ámbito laboral, el mundo de los negocios, en la cultura, política y la economía”, agregó Alario.

Los portales permiten expandir, ampliar, socializar y generalizar la información visualizando a este tipo de sitio web como una enorme sala de intercambio de información donde los usuarios comparten, con otros, todas las actividades que efectúan, así como contenidos multimedia o bien simplemente textos, estando en contacto constante y con actualizaciones en tiempo real, al realizar intercambio de

información que da lugar a debates y comentarios acerca de un contenido en particular.

Según Alarios, hoy en día, si los canales de información no se transforman y evolucionan, la audiencia los irá sustituyendo por nuevas opciones, por ello, los portales permiten al usuario consumir lo que quiere y segmentar lo que le interesa brindándole una experiencia nueva al ya no ser solo receptor sino que puede retroalimentar la información.

Por aparte, Morales puntualiza que el portal ChapinTV.com es una opción digital centralizada que permite expandir la difusión de información variada, ya que los televidentes de los canales nacionales puedan retroalimentarse y elegir el contenido de su interés.

Dos de cada tres personas han usado alguna vez la Internet, el mundo está inmerso en ella, es un medio muy utilizado por todos y, por lo tanto, un gran impacto en la sociedad debido a que ha logrado transformar la forma de comunicación tanto en el ámbito personal, como profesional.

A la vez, los portales son un fenómeno que ha calado en la vida cotidiana del hombre, pues han surgido como efecto de las nuevas tecnologías que se introducen de manera vertiginosa en el campo de la comunicación social.

Conclusiones

El presente trabajo abordó cómo la Internet revolucionó a los medios de comunicación por la introducción de los portales que permiten actualizaciones constantes y brindan mayor alcance, por lo mismo, se anotan las siguientes conclusiones.

1. El portal ChapinTV.com contribuye con transmitir y compartir información, ya que moderniza y brinda una nueva opción de información a la población.
2. En relación con la estructura técnica, el portal ha requerido un diseño integrado con el objetivo de que sea atractivo e incentive a los usuarios para que lo utilicen.
3. El portal ChapinTV.com cuenta con una organización propia, compuesta por nueve personas que ocupan cargos administrativos y técnicos, ellos son un gerente, un web máster, dos gestores de contenidos, un diseñador gráfico y cuatro clipeadores.
4. El portal ChapinTV.com es una alternativa que proporciona múltiples opciones a los usuarios, quienes pueden adquirir información que incrementa de alguna manera sus conocimientos.

Recomendaciones

Al personal técnico y administrativo del portal ChapinTV.com

1. Trabajar en mejorar la imagen para que esta sea más atractiva y con ello sea más memorable para los usuarios, ya que en este punto puede explotar su potencial.
2. Mantener la variedad de contenido, puesto que la disposición del auditorio condicionan cualquier esfuerzo en el ámbito digital.
3. El portal debe construir memorias y crear una buena interacción con la audiencia para seguir posicionándose en el gusto de los internautas.
4. Todo medio de comunicación debe ser innovador e ir de la mano con la tecnología a través de la Internet, para crear esos espacios con el telespectador y mantener una retroalimentación, que es lo que se pretende con estas nuevas opciones.
5. Realizar un análisis integral, profundizando en la estructura y contenido de la información que existe en el portal.
6. Diseñar una estructura detallada y exhaustiva del portal, orientada a despertar interés en los usuarios.

Referencias bibliográficas

1. Boror Pirir, Giovanni Alberto. 2012 Experiencias en la administración de la página web de un telenoticiero guatemalteco. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación: Universidad de San Carlos de Guatemala.
2. Berners-Lee, Tim. 2000. Tejiendo la red, siglo veintiuno. España.
3. Díaz Noci, Javier Salaverría Aliaga, Ramón 2001, Manual de Redacción Ciberperiodística.
4. Gutiérrez Garay, Sergio. 2010. Integración social digital. Social media internet. México: PAC.
5. Gutiérrez, Claudio Baeza Yales, Ricardo y Javier Velasco. 2008. Cómo funciona la web. Santiago, Chile. Primera Edición.
6. Jiménez Cermeño, Berne Arnoldo. 2014. La televisión digital en Guatemala. Tesis en Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación: Universidad de San Carlos de Guatemala.
7. León, Bienvenido. 2009. Transformar la televisión: otra televisión es posible. Sevilla, España: Comunicación social ediciones y Publicaciones.
8. Lloret Mauri, Jaime García Pineda, Miguel y Fernando Boronat Seguí. 1998. IPTV, la televisión por Internet. Málaga, España: Publicaciones Vértice.

9. Lüders, Marika. 2008. Conceptualizing personal media.
10. McLuhan, Marshall .1967. La Aldea Global. Barcelona: Gedisa.
11. Newsletter. 1997. Presente y futuro de la TV. Digital en Europa. Cable y Satélite. Madrid, España: Editorial Recolectos.
12. Revista Comunicología, 1^a. Edición 2008. Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Imprenta Sonibel.
13. Rivas, Ana Martina. Brock Nils y Pamela Cuadros. 2008. Manual de *Streaming*.
14. Zafra, Juan Manuel 2010. Cuadernos de comunicación Evoca, la televisión que viene.

E-grafías

1. “Albavisión-Red de Afiliación de Medios / Albavisión”. Albavision.tv. N.p., 2015. Web. Consulta efectuada el 16 de abril de 2016. 14:30 horas.
2. Chávez, Patricia. Comunicación a la Carta, Nueva Tecnología en los Medios de Comunicación Electrónica. www.miespacio.org/cont/gi/carta.htm. Consulta efectuada el 01 de marzo de 2016. 16:20 horas
3. Diccionario de la Real Academia de la Lengua del.rae.es/?w=logotipo&origen=REDLE. Consulta efectuada el 18 de junio 2016. 12:20 horas.
4. Fernández, Dina 2014. Artículo la movida digital de los medios de comunicación <http://www.soy502.com/articulo/movida-digital-medios>. Consulta efectuada el 30 de junio de 2016. 20:30 horas.
5. Johan Cruyff Institute en su revista en línea en el artículo “El deporte ‘juega bien en redes sociales””. <http://johancruyffinstitute.com/es/blog-es/el-deporte-juega-bien-en-redes-sociales-2/>. Consulta efectuada el 29 de junio de 2016. 10:30 horas.
6. Orihuela, José Luis Los 10 paradigmas de la e-Comunicación. <http://www.cuaderno.com/paradigmas/>. Consulta efectuada el 20 de marzo de 2016. 13:25 horas.
7. Periódico amquerétaro.com 2014. Publicación sobre el mundial más comentado en las redes sociales de la historia del fútbol. <http://amqueretaro.com/cultura/2014/06/18/brasil-2014-el-mundial-de-futbol-mas-comentado-en-redes-sociales-de-la-historia> Consulta efectuada el 29 de junio de 2016. 10:25 horas.

8. Rosario, Jimy 2005. Artículo la Tecnología de la información y la comunicación (TIC), su uso como herramienta para el funcionamiento y el desarrollo de la educación virtual, publicado en Cibersociedad.net.
Consulta efectuada el 11 de mayo de 2016. 09:15 horas.
9. Sexto Estudio Anual sobre Redes Sociales de la Internet Advertising Bureau (IAB).Enero2015.http://www.iabspain.net/wpcontent/uploads/downloads/2015/01/Estudio_Anual_Red_Sociales_2015.pdf.
10. Sexto Estudio Oleada del Observatorio de Redes Sociales de The Cocktail Analysis (octubre de 2014). <http://tcanalysis.com/blog/posts/the-cocktail-analysis-y-arena-publican-la-viola-del-observatorio-de-redes-sociales>
11. We are social 2016. Estudio sobre el estado de Internet y las redes sociales. <http://franbarquilla.com/estado-internet-redes-sociales-2015-espana-estudio/>.
Consulta efectuada el 15 de abril de 2016. 23:10 horas.

Entrevistas realizadas

- Alario Hoyos, Carlos. Catedrático e investigador de la Universidad Carlos III de Madrid, España.
- Escobar, Daniel. Gestor de Contenido de ChapinTV.com.
- Herrera, Juan Carlos. Máster Web del portal ChapinTV.com.
- Jordán, Carlos. Diseñador Gráfico de Canal TN23 de la Red de Noticias Albavisión.
- Méndez, Nancy. Gestora de Contenido de ChapinTV.com.
- Morales, Miguel. Director del Área E-learning de la Universidad Galileo.
- Pérez, Francisco. Diseñador Gráfico ChapinTV.com.