

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, SEDE  
ECUADOR  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN  
CONVOCATORIA 2006-2008**

**COMUNICACIÓN Y MIGRACIÓN: ANÁLISIS DE UN PROCESO DE  
INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS *ON LINE* DEL ECUADOR**  
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES  
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN

**PAMELA JOHANA CRUZ PÁEZ**

**QUITO, OCTUBRE DE 2009**

**FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES, SEDE  
ECUADOR  
PROGRAMA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN  
CONVOCATORIA 2006-2008**

**COMUNICACIÓN Y MIGRACIÓN: ANÁLISIS DE UN PROCESO DE  
INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS *ON LINE* DEL ECUADOR**  
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES  
CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN

**PAMELA JOHANA CRUZ PÁEZ**

**ASESORA DE TESIS: GIOCONDA HERRERA  
LECTORES: MARÍA BELÉN ALBORNOZ Y JACQUES RAMÍREZ**

**QUITO, OCTUBRE DE 2009**

## **DEDICATORIA**

A Rosa Olivia, “mami Lu”, por su valentía hasta el final para alcanzar la vida en abundancia.

## AGRADECIMIENTOS

Esta investigación fue posible por la voluntad de mi Padre del cielo, quien permitió que innumerables personas estén junto a mí durante estos meses. Gracias a: Gioconda Herrera, por su tiempo y, sobre todo, su generosidad para compartir sus conocimientos; María Belén Albornoz, por su respaldo y observaciones oportunas, en base a su experiencia en nuevas tecnologías, al desarrollo de este trabajo; “Manny”, por su confianza para iniciar un lazo de amistad a pesar de los miles de kilómetros de distancia; Juan Martin, Linda y Paúl, por su apertura a comunicarse conmigo detrás de una pantalla; los editores, redactores y diseñadores de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, por su disposición a entregarme información; Diego Araujo Sánchez, por su colaboración en la construcción histórica de la migración y el periodismo ecuatoriano *on line*; Alexei Páez, Jorge Núñez y Jacques Ramírez, por sus aportes durante la elaboración de mi anteproyecto de tesis; mis tíos y amigos de la escuela de danza Unzión y la Igho Verbo Norte, por sus oraciones; Ruthy, ‘Andypan’, Taty, ‘Hijita’ y Diany, por su amistad y ánimo; mis hermanos, Lizeth y Fabián Alejandro, por su paciencia y cariño, y un agradecimiento especial a Fabián y Miryam, mis padres, por su amor de siempre.

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	5
RESUMEN.....	7
<b>CAPÍTULO I</b>	
LA INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS <i>ON LINE</i> : OTRA FORMA DE INTERACCIÓN SOCIAL EN LA GLOBALIZACIÓN .....	8
Interactividad e interacción social .....	9
La interactividad en los estudios sobre NTIC y migración .....	22
El significado de la interactividad para la gestión de contenidos en la <i>web</i> ..	24
Estrategia metodológica .....	25
Estructura de la tesis .....	29
<b>CAPÍTULO II</b>	
MIGRACIÓN Y PERIODISMO <i>ON LINE</i> EN EL ECUADOR .....	31
Reconstrucción del encuentro entre migración y comunicación en los periódicos <i>on line</i> .....	32
La construcción de la migración como objeto periodístico .....	41
<b>CAPÍTULO III</b>	
LA GESTIÓN EN LÍNEA DE CONTENIDOS SOBRE MIGRACIÓN: LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA EMPIEZA A EMERGER .....	46
Percepciones sobre los migrantes ecuatorianos en un entorno mediático de gestión de contenidos en línea .....	48
La gestión de contenidos en las versiones impresa y en línea de <i>elcomercio.com</i> , <i>hoy.com.ec</i> y <i>elmigrante.com.ec</i> .....	67
La interactividad y la coyuntura en la gestión de contenidos sobre migración en <i>elcomercio.com</i> , <i>hoy.com.ec</i> y <i>elmigrante.com.ec</i> .....	71
<b>CAPÍTULO IV</b>	
DE LOS USUARIOS ACTIVOS A LOS USUARIOS INTERACTIVOS EN LOS PERIÓDICOS EN LÍNEA CON INFORMACIÓN SOBRE MIGRACIÓN .....	74
La interacción social en los entornos mediáticos en línea .....	75
Los grados de interactividad en <i>elcomercio.com</i> , <i>hoy.com.ec</i> y <i>elmigrante.com.ec</i> .....	79
La visibilidad <i>on line</i> de la diáspora, desde la óptica de los usuarios migrantes .....	89

<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>94</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>97</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>107</b>

## RESUMEN

En 1993, cuando diario *Hoy* fue el pionero sudamericano en la entrega de noticias por Internet, la prensa escrita y periódica del Ecuador se introdujo en la exploración de las posibilidades de la red de redes digitales. En la actualidad, más del 50 por ciento de los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos ha construido sus versiones *on line* que, a diario, difunden información sobre la migración internacional de ecuatorianos: deportaciones, remesas, demandas nacionales e internacionales por la libre movilidad de las personas y, en las últimas semanas, los resultados del Plan Retorno a Casa, al aproximarse a los dos años de vigencia.

*Comunicación y migración: análisis de un proceso de interactividad en los periódicos on line del Ecuador* apunta a comprender la manera en que ocurre la interactividad alrededor de la información periodística sobre el fenómeno migratorio en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, en el encuentro de contenidos y usuarios de la Internet.

Se entiende a la interactividad como un acto creativo mediado por la tecnología que posibilita al usuario la selección y el suministro de contenidos (Kerckhove de, 1999). A partir de ahí, se indaga **si la relación entre gestores de contenidos y “lectores” de los periódicos on line del país puede calificarse como interactividad o si estamos frente a un modelo de periódico en línea que reproduce una relación unidireccional en la que los usuarios son sujetos pasivos.**

Desde una mirada etnográfica que trasciende la necesidad de situar el trabajo de campo en una unidad de análisis territorialmente delimitada, se evidencia una interacción compleja que se da, por un lado, en los procesos de producción, reproducción y puesta en circulación *on line* de los datos periodísticos, y, por otro, en la relación de los usuarios migrantes con los contenidos mediáticos en línea. En esa interactividad, la diáspora y, específicamente, los migrantes ecuatorianos juegan un papel importante porque son “fuentes” de opinión y de contenidos.

## CAPÍTULO I

### LA INTERACTIVIDAD EN LOS PERIÓDICOS *ON LINE*: OTRA FORMA DE INTERACCIÓN SOCIAL EN LA GLOBALIZACIÓN

En 100 años, tal vez menos si los sistemas electrónicos de comunicación continúan con el mismo ritmo de desarrollo que adquirieron a partir de la segunda mitad del siglo XX, es probable que la noción de interactividad quede relegada por nuevos términos que describan las particularidades de las relaciones sociales instauradas por las tecnologías de información y comunicación del futuro.

En la década de los 90, la interactividad fue la curiosidad de los lexicógrafos (Kerckhove, 1999). Ahora, es una palabra que resulta familiar porque está considerada como “una característica decisiva” o “una de las más festejadas potencialidades” de la Internet, que permite que el internauta escoja, entre una diversidad de opciones, la información que le interesa (Serra, 2006; Fonseca, 2006).

Con el apareamiento del periodismo *on line*, esa concepción se ha vuelto más compleja. Se habla de un usuario que participa en la producción noticiosa y selecciona datos a partir de sus necesidades particulares (Cerbino, 2004), mantiene proximidad con otros usuarios y entra en contacto con los gestores de contenido (Rojo, 2004); por lo que se está abandonando la idea de que la Internet, como medio de comunicación, sirve para transmitir información y material simbólico a sujetos cuyas relaciones con los otros se mantienen inmóviles.

Esta tesis apunta a comprender la manera en que ocurre la interactividad alrededor de la información periodística sobre migración en tres periódicos ecuatorianos en línea – *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*-, en el encuentro de contenidos y usuarios de la Internet. Se entiende a la interactividad como la acción por medio de la cual el usuario no solo da forma y proporciona contenidos a los medios de comunicación en línea, sino que también interactúa con sus gestores a través del correo electrónico, encuestas, foros, *chats* y *blogs*. En ese sentido, la interrogante rectora que esta investigación analizó fue si la relación entre gestores de datos periodísticos *on line* y usuarios puede calificarse como interactividad o si se está frente a un modelo de periódico en línea que reproduce una relación unidireccional en la cual los usuarios son sujetos pasivos.

Desde el auge de la interconexión descentralizada de redes de computadoras, que se dio a partir del último decenio del siglo anterior, el uso de la Internet se hizo cotidiano implicando nuevas formas de relaciones sociales. Eso no es exclusivo de la red de redes pues, como plantea John Thompson (1998), la utilización de los medios electrónicos de comunicación ha significado “la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo”; no obstante, las mismas tienen un carácter masivo en la modernidad.

En ese sentido, las preguntas operativas que contribuyeron a responder a la pregunta central fueron: ¿Cómo se ha abordado la interactividad como interacción social y qué efectos ha tenido esa noción en los periódicos *on line*?, ¿Cuál es el contexto tecnológico, social y cultural de la problemática migratoria en los periódicos ecuatorianos en línea?, ¿Cuáles son las características de la gestión de contenidos sobre el fenómeno migratorio en los periódicos *on line*?, ¿Qué tipos de relaciones sociales se pueden establecer a través de la tecnología y, específicamente, en espacios mediáticos en Internet?

En esta investigación, tanto los procesos de producción de contenidos periodístico *on line* como la relación de los usuarios con la noticia en línea develan una compleja interacción de unos con otros.

### **Interactividad e interacción social**

- **Del teléfono a la Internet: la interactividad y su cambio del mensaje al usuario desterritorializado**

El rastreo de las huellas de la interactividad en los sistemas de comunicación parece una tarea fácil si se parte de la multimedialidad o la utilización computarizada de dos o más medios (textos, sonidos, voz, imágenes o animación). En esa línea, Ignacio Ramonet (2000) sostiene que la articulación del televisor, el ordenador y el teléfono “ha creado una nueva máquina de comunicar, interactiva y basada en las posibilidades del tratamiento digital de la información”.

Esa noción de interactividad en la “revolución multimedia” se amplía con Giovanni Sartori (1998) quien señala que la Internet es una de sus ramificaciones. La red de redes se ha constituido en un nuevo límite frente a instrumentos como el televisor

porque se presenta como un mundo de múltiple uso e interactivo, en el que los usuarios han dejado de ser pasivos.

Esa “inmovilidad” del televidente, no obstante, es relativa porque puede decodificar e interpretar los mensajes audiovisuales, asentir o rechazar una información e, incluso, reaccionar con lenguaje verbal y no verbal ante una imagen o un sonido proveniente de la televisión. Por ello, Lévy (2007) es enfático en decir que todo receptor de información es activo.

Desde una perspectiva más centrada en el mensaje, ese autor sostiene que toda situación de comunicación implica interacción y participación; pero la reapropiación y recombinación de materiales del mensaje por el receptor es “un parámetro capital” para evaluar el grado de interactividad de un dispositivo.

En ese caso, dice, el teléfono sería la analogía por excelencia del medio interactivo porque permite un diálogo y una reciprocidad comunicativa. Incluso, un videojuego sería más interactivo que la televisión porque reacciona ante las acciones del jugador que, a su vez, reacciona ante imágenes.

A decir de Derrick de Kerckhove (1999), no hay posibilidad de acción ante la televisión pero sí de interpretar el contenido simbólico que esta presenta. Pero, ese “dar sentido” al material audiovisual se lo hace lejos de una participación directa en una situación específica.

Con la llegada del mando a distancia y los videojuegos, la televisión se hizo más interactiva porque se tenía la pantalla bajo control. Según ese autor, la interactividad televisiva se hizo “real” cuando los productores dejaron de tener poder sobre los usuarios, quienes empezaron a editar, grabar y reproducir los contenidos simbólicos en diferentes horarios gracias a los medios digitales.

La digitalización de la información ha ido de la mano con el desarrollo de la computadora creando las bases para una convergencia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) que, a su vez, ha permitido que la información pueda ser adaptada de un medio de comunicación a otro. Es decir, las TIC hacen referencia a la correlación entre información, informática, telefonía y telecomunicación en un único medio de producción y de transmisión

En la década de los 80, el uso de métodos digitales de procesamiento, almacenamiento y recuperación de información creció a escala industrial y doméstica.

Con la interconexión descentralizada de redes de computadoras, en la década de los 90, explotó la Internet como una red comercial, de información y comunicación, que en el 2004 superó los 900 millones de usuarios (Piscitelli, 2005).

En su nivel elemental, la “red de las redes digitales” permite la transmisión de datos o *bits* de información –sean textos, archivos de audio, imágenes o videos- de un ordenador a otro u otros. Ese envío de información entre ordenadores puede ser usado en formas de comunicación sincrónica o asincrónica, mensajes privados entre personas conocidas o debates en foros relativamente abiertos porque la Internet no es un solo entorno sino es la *World Wide Web*, el correo electrónico, los foros de discusión asincrónicos, las charlas sincrónicas y los dominios multi-usuario (Wallace, 2001).

En la globalización, la multiplicidad de formas que adoptan los medios electrónicos (cine, televisión, teléfonos y computadoras) y la velocidad con que avanzan y se instalan en las rutinas de la vida cotidiana han transformado el campo de los medios de comunicación de masas, los medios de expresión y comunicación tradicionales. A través de ellos, llegan imágenes, guiones, modelos y narraciones reales o ficticias con las que nos imaginamos e imaginamos al mundo.

El trabajo de la imaginación hace referencia a la conformación de un nuevo sentido de lo global como moderno y de lo moderno como global, que se da en el contexto de la actuación combinada de los medios de comunicación y la migración.

Para Appadurai, este último fenómeno no es nuevo<sup>1</sup> pero, en el mundo de hoy, refuerza la desterritorialización provocada por los medios de comunicación que no implica la desaparición de las coordenadas de ubicación geográfica sino, más bien, las transformaciones tecnológicas, financieras, mediáticas y migratorias de las sociedades actuales.

Como nuevo medio de comunicación, se han dado distintas reflexiones alrededor de la aparición de la Internet: para algunos, es el medio ideal por la rapidez de una agencia de noticias, la actualidad de la radio y la transmisión en vivo de la televisión. En esa línea, Ramón Salaverría (2007) sostiene que los diarios se aproximan

---

<sup>1</sup> En el Ecuador, el fenómeno migratorio data de 1960 cuando un grupo significativo de ecuatorianos salió, principalmente, de la zona sur del país a Estados Unidos, Canadá y Venezuela por la crisis de la producción de paja toquilla de 1950. Este flujo se caracterizó porque la obtención de la residencia legal fue lento, pero posible. De 1980 a 1998 se dio la segunda ola migratoria de personas de Azuay y Cañar, quienes eran principalmente hombres y del sector rural; se presume que todavía existe un gran contingente de indocumentados. La migración a Europa tiene menos años, empezó en 1999 cuando se dio la crisis bancaria en el Ecuador (Herrera et al., 2005).

al cambio más importante de su historia: el momento en que el papel está arrinconado por nuevas formas de consumo informativo de una nueva generación de lectores y el soporte digital deberá reemplazarlo. Pero, se desconoce cuándo sucederá ese cambio.

Ante esa pregunta surge la posición de otros menos optimistas quienes sostienen que la Internet se ha desarrollado como un medio más, con dinámica propia y no representa la extensión de la radio, la televisión o la prensa; por ello, los *mass media* tradicionales siguen existiendo. Inma Martín Herrera (2005) escribe, por ejemplo, que la prensa electrónica es el cuarto medio de comunicación que “ya convive democráticamente con los tres soportes anteriores: prensa, radio y televisión”.

En una posición intermedia están autores como Elisabete Barbosa (2001) que sostienen que la Internet modificará, entre otras cosas, las prácticas actuales en las redacciones periodísticas, la forma de presentar las notas informativas y los profesionales tendrán que adaptarse a las nuevas tecnologías porque “una de las grandes ventajas del periodismo *on line* es la posibilidad de interactividad entre quien escribe y quien lee las noticias”.

En ese sentido, los entornos de la Internet en los periódicos electrónicos son los espacios donde los usuarios con algún interés en común entran en contacto para comentar, contar historias, charlar, debatir y compartir información que puede ser el inicio de una relación social. No obstante, ese encuentro de personas e información es de “muchos con muchos” (1998:121) y no precisa de un tiempo y un espacio definido.

- **El debate de la interactividad en la red de redes**

Pese a que la popularidad de la Internet como tecnología de uso cotidiano es reciente, dentro de las perspectivas teórico-metodológicas sobre interactividad en la red de redes es posible ubicar a dos: la de la conducta de los internautas y los efectos individuales y colectivos de los medios digitales, que identifican a esa noción con las relaciones sociales.

Desde el punto de vista psicológico, la Internet es un entorno nuevo para lo humano que puede tener efectos intensos en nuestra conducta; de hecho, es un lugar en el que actuamos e interaccionamos de manera extraña en algunas ocasiones (2001).

A diferencia de la vida real, en el ciberespacio se despliegan señales distintas para formarnos impresiones de los demás al igual que técnicas diferentes para controlar la

impresión que damos a los otros. Es decir, hay la posibilidad de una relación social mediada por la tecnología en la que lo importante es un comportamiento particular para producir en el otro una respuesta determinada: la marca o impresión.

Implícitamente, este enfoque armoniza con la posición de los estudiosos que han identificado la red de redes con la interactividad. Y es que la Internet se distingue de la televisión porque no se limita a la influencia mediante nuestros hábitos pasivos o enviando un mensaje de aprobación o reprobación de un contenido audiovisual; sino que permite que el individuo desarrolle estrategias para modelar su propia conducta e influir en la de los usuarios con los que se interacciona. En ese sentido, las personas pueden intervenir en un juego de roles que no necesariamente coinciden con su identidad en el mundo real.

Para la corriente de los efectos individuales y colectivos, la disponibilidad de nuevos *hardware* y *software* para asistir a los usuarios a diseñar sus propios productos ha provocado un “metadiseño”; por lo que la interactividad es un acto creativo.

Ese “metadiseño” consiste en el trazo de herramientas, parámetros y condiciones de operación que hacen que el usuario sea el diseñador final; con lo que cambian los procesos por los que se designa el contenido o, como se registró en líneas precedentes, los productores dejan de tener poder sobre los internautas.

Por ello, esta perspectiva mira al usuario como contenido porque es quien aprovecha el acceso no lineal que permiten los medios digitales para convertirse en suministrador de contenidos o hacer una selección de los programas.

En la actual onda tecnológica, la interactividad, la hipertextualidad y la conexión son sus reinos. De este último surge la hipótesis del modelo de los efectos: a través de las redes integradas, ha habido un incremento en las interacciones humanas-personales, sociales e institucionales que está concentrando y multiplicando una energía mental humana. Por eso, “el grado de colaboración entre las mentes individuales de las personas está a punto de crecer ampliamente, dirigida y focalizada por la mediación del *software* y el *hardware*” (1999: 175).

En ese sentido, la conectividad es la tendencia a juntar entidades separadas y sin conexiones previas mediante un vínculo o una relación; pero ese reino es simultáneo a los otros dos. Por ejemplo, la interactividad parte de los cambios generados en el proceso de información interna a la externa por el desarrollo de las interfaces

(interconexión entre varias aplicaciones) que, a su vez, permiten interacciones más amigables entre el usuario y el ordenador; es decir, hay una relación entre usuarios en un entorno digital.

La interacción sensorial en los multimedia, los hipermedia y la realidad virtual en las interacciones entre mente humana y máquinas ha permitido una aproximación a nuestros procesos mentales, “presagiando el cambio de énfasis del estatismo de los media basados en la memoria a los media del proceso: dinámico y autoajustable, basados en la inteligencia” (1999: 175).

Pero, la interacción internauta – máquina no es suficiente para comprender todas esas posibilidades alrededor de la tecnología. Por eso, se insiste en que el usuario es quien realiza la búsqueda activa de contenido que, a su vez, hace que emisores y receptores sean los suministradores principales de cualquier comunicación de la red digital.

Adicionalmente, el “destino real” de la interactividad está en el ponerse *on line*, es decir, el contenido de la programación interactiva puede disfrutar de una durabilidad mayor que el contenido lineal convencional de la televisión o el video.

El último reino, el de la hipertextualidad, está caracterizado porque el entorno de las comunicaciones ha incrementado su complejidad y su precisión se va unificando gradualmente. Con las redes de comunicación, el acceso a los procesos digitales tiene el potencial de la universalidad, mientras que, con la invención de la realidad virtual, la virtualización y la convergencia de los valores sensoriales, texturas, estructuras y propiedades del *hardware*, los contenidos tradicionales se están convirtiendo en “*mindware*” o enseres mentales.

A partir de esas dos perspectivas, es notoria la posibilidad de abordar la interactividad desde varios ángulos como una sociabilidad más compleja porque la relación entre individuos está mediada por la tecnología. En esa multiplicidad de posiciones, Lévy exhorta a que:

La interactividad designa más un problema, la necesidad de un nuevo trabajo de observación, de concepción y de evaluación de los modos de comunicación, que un carácter simple y unívoco atribuible a un sistema o a otro (Lévy, 2007:68).

Atendiendo a ese llamado de atención, se hace una aproximación a la corriente de los efectos individuales y colectivos por la centralidad que da al usuario sin dejar de lado la

relación con el emisor. En el caso de los periódicos *on line*, consumidores y productores de información serían los suministradores de contenido en la Internet porque están conectados digitalmente, pese a no tener un vínculo previo.

Al hablar de usuario, como el individuo que utiliza cotidianamente la Internet en un contexto específico, se abre la posibilidad de referirse a esa tecnología digital como producto de la cultura. A diferencia del enfoque de la red de redes como gestora de la cibercultura (Lévy, 2007; Lemos, 1997) que destaca que ha dejado de ser un instrumento de la racionalidad moderna y se ha transformado en una herramienta de convivencia colectiva y, por eso, se puede hablar de la explosión social de la Internet, los medios masivos multimedia, las comunidades virtuales o las comunidades subterráneas de alta tecnología, como los *hackers* o *crackers*, la mirada de la Internet como artefacto cultural define que esa tecnología digital es generada por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos y, también, por los modos en que ha sido utilizada (Hine, 2000).

En cada uno de sus entornos (WWW, el correo electrónico, los foros de discusión asincrónicos, las charlas sincrónicas y los dominios multi-usuario), hay grados de interactividad de los que habla Ramonet que, en palabras de Tim Ingold (2000), darían cuenta de una temporalidad intrínseca en cada uno de ellos que se da a partir de las tareas o ‘taskcape’ que los individuos concretos realizan.

Desde el punto de vista de la comunicación mediática en línea, el modelo de los efectos individuales y colectivos permite también el análisis de la complejidad de la comunicación mediada por los *mass media* y de las relaciones humanas no solo personales, sino también sociales que se dan en espacios como los periódicos *on line*.

- **La interacción social mediada por la comunicación mediática**

En la historia de la humanidad, las interacciones sociales han sido, principalmente, cara a cara: en un espacio físico determinado, los individuos han intercambiado contenidos simbólicos como valores, creencias y opiniones (Thompson, 1998) o, como actantes, han dialogado para lograr objetivos definidos, diferenciar las divisiones de *status* social, adaptar el comportamiento frente a los demás o influirlos a través de valores morales (Goffman, 2001).

Sin embargo, el desarrollo tecnológico de las comunicaciones, información y transporte ha modificado los patrones de comunicación entre los sujetos (Carrión, 2004). Por ejemplo, han surgido espacios virtuales de encuentro de personas separadas por el espacio y el tiempo, como los migrantes y sus familiares y amigos (Mejía, 2005).

La sociabilidad, entonces, incluye las interacciones mediadas por la tecnología en las que hay un quiebre espacio-temporal que no es nuevo. Este se registró a mediados del siglo XIX cuando apareció el telégrafo eléctrico, que inauguró los sistemas de telecomunicaciones;<sup>2</sup> luego vinieron las redes de cable submarino que se constituyeron en el primer sistema global de comunicación porque la transmisión de mensajes se separó de los procesos de transporte que requerían tiempo y los individuos accedieron a información originada en lugares distantes.

En el siglo XX, ese proceso global se afianzó en la vida social: la transmisión electrónica codificada fue mayor, la comunicación de larga distancia incorporó el uso de satélites y el procesamiento, almacenamiento y recuperación de la información se dio a través de métodos digitales. Pero, el desarrollo de nuevos medios de comunicación – radio, cine y televisión- no se limitó al establecimiento de nuevas redes para la transmisión de información entre individuos; más bien, su uso creó nuevas formas de acción, interacción y relaciones sociales que son muy diferentes del tipo de la interacción cara a cara.

A decir de John Thompson, la interacción cara a cara es directa porque se da en un contexto de co-presencia, tiene un carácter dialógico y los participantes emplean una multiplicidad de señales simbólicas, como guiños, gestos, entonación de la voz, para transmitir los mensajes e interpretar los mensajes transmitidos por otros.

Con la llegada de los medios electrónicos de comunicación, la interacción social se separó del espacio físico; lo que abrió la posibilidad a que los individuos puedan relacionarse unos con otros incluso sin compartir una ubicación espacio-temporal común. Aunque ese autor se refiere a la comunicación mediada por la tecnología a escala personal, interesa su noción de *cuasi interacción mediática* para abordar las relaciones sociales establecidas por los medios de comunicación de masas, como libros, periódicos, radio, televisión e Internet.

---

<sup>2</sup> Según Flichy (1993), estos se caracterizan por la transmisión rápida de información codificada en un “lenguaje universal”, la explotación por un cuerpo técnico especializado y la constitución de redes permanentes que se extienden espacialmente cada vez más.

Esa casi interacción implica la disponibilidad extendida de información y contenido simbólico en el espacio y/o el tiempo, y la producción de formas simbólicas dirigida a un indefinido abanico de receptores potenciales. Pese a las maneras en que un lector de un libro o un periódico pueda responder al autor de un texto, como escribir un comentario o una reseña, su carácter es monológico y, por eso, es casi una interacción.

No obstante, en torno al uso de los medios de comunicación puede tornarse en algo híbrido y dar paso a una interacción mediática, que tiene un sentido dialógico porque individuos en lugares/espacios distantes recurren a recursos propios para interpretar los mensajes y responder a los emisores a través de la utilización de medios técnicos. Por ello, Thompson dice:

[La ‘cuasi interacción mediática’] Crea cierto tipo de situación social en la que los individuos se conectan unos con otros en un proceso de comunicación e intercambio simbólico. Se trata de una situación estructurada en la que algunos individuos están implicados en la producción de formas simbólicas para otros que no están físicamente presentes, mientras que otros están fundamentalmente implicados en recibir formas simbólicas producidas por otros a los cuales no pueden responder, pero con quienes pueden establecer lazos de amistad, afecto o lealtad (1998:119).

Esa hibridación abarca, también, la cotidianidad cuando se explica que un sujeto puede interactuar cara a cara y casi interactuar en el día a día cuando debate con otros individuos sobre un tema noticioso que se está transmitiendo por televisión. En este medio de comunicación, Thompson ha centrado su análisis de *cuasi interacción mediática* y, por ejemplo, dice que el ver noticias implica cierto tipo de intercalación espacio-temporal porque los televidentes asimilan que las personas o acontecimientos existen en un espacio y tiempo real que no es contiguo ni contemporáneo con las coordenadas espacio-temporales de los contextos de recepción.

Sin embargo, ese autor no excluye “la posibilidad de que pudieran crearse nuevos tipos de interacciones como, por ejemplo, el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación que tengan en cuenta un mayor grado de respuestas procedentes de los receptores”, como el uso de la tecnología del ordenador en combinación con los sistemas de telecomunicaciones que tienen un carácter de “muchos para muchos”. Para él las respuestas son una “participación” que describen las implicaciones de los individuos en la *cuasi interacción*.

A partir del planteamiento de la Teoría de la interacción de actores de Erving Goffman para explicar el comportamiento de los individuos o de un grupo de individuos en un establecimiento social, Thompson identifica cuatro formas de actuar de los emisores para los no presentes (orientación hacia el receptor, actividad mediática diaria, acontecimientos mediáticos y acción ficticia). En cuanto a los receptores, dice que estos se pueden apropiar de los mensajes iniciales pero pueden extender ese “dar sentido” en otros contextos, con otros individuos y otros mensajes interrelacionados con aquellos inicialmente recibidos.

Esto último es importante para incorporar al interaccionismo simbólico de Herbert Blumer (1981) como otra entrada teórica que refuerce el planteamiento de Thompson. Es importante señalar que esa corriente de pensamiento ha sido considerada por Paulo Serra (2006) en una “arqueología elemental” que va de la interacción a la interactividad.

A decir de ese autor, esta última noción no es exclusiva de los nuevos medios de comunicación ni de la teoría de los medios. Por eso, su origen se puede rastrear en corrientes filosóficas como el marxismo (Carlos Marx), el pragmatismo (Franklin Pierce) o la fenomenología hermenéutica (Martin Heidegger) que concibieron al hombre como un ser doblemente “interactivo” en relación con las cosas y en relación con los otros hombres. En la década de los 60's, la interactividad se vinculó con la tecnología cuando Marshall McLuhan clasificó a los medios de comunicación en “fríos” y “calientes”, según la participación de los sentidos o la percepción del ser humano. En la era de la multimedialidad, en cambio, esa noción está relacionada con el uso computarizado de dos o más medios.

En el recorrido histórico de Serra, se señala que George Simmel estudió a inicios del siglo XX la relación de los individuos con otros individuos y, a través de estudios microsociológicos, identificó a la sociedad con la interacción, como “influencia recíproca” entre las acciones de cada hombre y la de los otros.

Influenciados por Simmel y el pragmatismo, George Herbert Mead y Herbert Blumer plantearon que la realidad se conforma dinámicamente dentro del sujeto a través de su experiencia del mundo y de su relación con la sociedad. En ese sentido, los representantes del interaccionismo simbólico sostuvieron que la comprensión de la sociedad se da a partir de la comunicación.

Esa corriente de pensamiento estudia la vida de los grupos humanos a través de tres premisas: el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que éstas significan para él, el significado de esas cosas es una consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo y los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso.

La llegada a Francia de esta corriente interpretativa coincidió con el auge de la problemática de los usos de las máquinas de comunicar en las ciencias de la comunicación. Los primeros estudios de ese tipo trataron, entre otras cosas, la interacción de la conversación telefónica, la reunión de trabajo en videoconferencia y la interacción visiofónica; por lo que recibieron cuestionamiento alrededor de una falta de “distancia crítica respecto de orientaciones de investigación con las que se vinculan (...) El desdibujamiento de la distancia crítica provoca a menudo la impresión de que estos estudios dependen de una simple práctica imitativa” (Althabe, 1984 en Mattelart y Mattelart, 1999).

En ese debate se introdujo Anthony Giddens quien habló de la doble dimensión de lo “estructural” para superar el dualismo estructura/práctica; por ello, él dice que “esto [lo estructural] no impide que las propiedades estructuradas de los sistemas sociales se extiendan, en el tiempo y en el espacio, bastante más allá del control que sobre ellas pueda ejercer cada actor”.

A partir de ese nuevo régimen de producción espacial y temporal, se plantea la interacción social mediada por los *mass media* desde una mirada del “interaccionismo simbólico”. La razón: tanto Thompson como Blumer ven el principio de las relaciones sociales en lo simbólico que, retomando lo que dice Giddens, puede estar disponible en el espacio y el tiempo.

La posibilidad de interpretar los mensajes y de responder a los emisores, de la que habla Thompson, coincide con la idea básica de Blumer de que un individuo es capaz de dar sentido a las indicaciones que le formulan los otros; lo que, al final, les lleva a estar conectados (Thompson) o interconectados (Blumer).

- **Interactividad, un concepto abierto para el periodismo *on line***

La última década del siglo XX fue el punto de partida de la diversificación de servicios en los periódicos. A partir de ese periodo, la mayor parte de diarios a escala global empezó a ofrecer noticias por Internet y, de a poco, ha hecho uso de los distintos entornos de la red de redes.

Si bien, cotidianamente, los usuarios de los portales digitales de la prensa escrita envían correos electrónicos o participan en foros y/o encuestas en línea, la interactividad de la que hablan los periódicos *on line* es “un concepto en abierto” (Fonseca, 2006), porque no hay algo definitivo sobre las implicaciones que ha tenido en ese tipo de medios de comunicación.

De hecho, la relación entre interactividad y periodismo en línea es reciente como tema de investigación porque ambas problemáticas se han analizado desde fines de los 90. En ese recorrido corto, no obstante, se ubican dos propiedades: 1) la idea de “lector” de material periodístico ha variado y ese cambio ha coincidido con las etapas atravesadas por los periódicos *on line*, y 2) la labor del periodista en línea ha iniciado un proceso lento para abandonar la producción y puesta en circulación de “pocos para muchos”.

Actualmente, se pueden distinguir dos fases de los periódicos en línea (Barbosa, 2001; Albornoz, 2004) que, en países como el Ecuador, son aún difusas como se registra en el capítulo próximo. En la primera o de exploración, los diarios inauguraron sitios *web* de carácter institucional sin mayores contenidos editoriales o presentaron copias de sus ediciones impresas en línea. Sobre esas reproducciones, Luis Albornoz explica que fueron a nivel de información y de diseño.

En ese contexto, quienes descifraron los escritos periodísticos para saber su contenido eran lectores digitales que, a diferencia de los lectores tradicionales de periódicos, usaban la computadora como soporte técnico en vez del papel.

A esa etapa le ha sucedido una de incorporación de información propia, que está solamente disponible en línea. Para Albornoz, nuevos productos se han creado porque tienen contenidos informativos y servicios diferentes a las ediciones impresas, además de “un diseño más apropiado al nuevo soporte y facilitador de la lectura en pantalla”.

Sobre los servicios, Elisabete Barbosa identifica a éstos con los videos y los sonidos para complementar las noticias con texto y fotografías. Eso fue simultáneo a la disponibilidad de las ediciones anteriores que se conectan con motores de búsqueda,

iniciándose la creación de los espacios “exclusivamente” interactivos que abarcan los foros, *chat*, sondeos de opinión y correos electrónicos.

Según esa autora, en esa fase se fomentó el contacto entre dos mundos separados: el de los periodistas y el de los lectores en línea. Para Mannarino (1999 en Fuser, 2003), en cambio, los servicios interactivos desarrollados especialmente para los medios masivos *on line* visibilizaron una participación más activa del lector.

Esa nueva característica del consumidor de noticias es ampliada por otros autores que la identifican con la producción de información (Squirra, 1998 en Fuser, 2003; Cerbino, 2004). Esto último se conecta con la segunda propiedad mencionada en la relación entre interactividad y periodismo *on line*.

La elaboración de material noticioso está dejando de ser exclusividad de la labor periodística porque los contenidos ya no son determinados por unas pocas personas que ocupan cargos directivos en las empresas periodísticas, sino son elaborados entre “muchos para muchos”. Esto último hace referencia a la característica del espacio virtual como “lugar de la construcción de lo común”.

Según Lévy (2007), la disponibilidad de nuevas herramientas de comunicación en las sociedades modernas ha hecho que los individuos y colectivos se organicen y coordinen actividades, es decir, se relacionen socialmente.

En ese sentido, Mauro Cerbino sostiene que los periodistas *on line* tienen que estar concientes de la influencia que el “lector” puede tener en ellos cambiando los roles de ambos; aunque esto no significa, necesariamente, una democratización de la producción en los espacios periodísticos en línea. Al tener acceso a la misma documentación y notas de agencias que usa el periodista, el usuario se convierte en un sujeto de saber que examina y aporta a la creación de contenidos simbólicos pero, al mismo tiempo, es un actor de una interacción permanente.

Aunque los periódicos *on line* no hablan de la posibilidad de una relación social mediada por computador entre quienes producen y ponen en circulación los contenidos noticiosos y quienes lo consumen, los aportes teóricos sobre periodismo en línea e interactividad dan cuenta de esa interacción; por lo que la noción de interactividad se ha vuelto compleja desde el punto de vista de la comunicación mediática.

Incluso, hay una proyección para un espacio no solo interactivo sino intercreativo en el que los usuarios son sujetos activos. No obstante, esa relación entre

periodismo en línea e interactividad ha incorporado escasamente al migrante como usuario de una relación social sin territorio y tiempo específicos.

### **La interactividad en los estudios sobre NTIC y migración**

En el Ecuador, la interactividad no es un tema de investigación. Indirectamente, esa noción se ha abordado en los estudios sobre migración internacional y NTIC (nuevas tecnologías de la información y comunicación), que son recientes como problemáticas pese a que el éxodo de ecuatorianos se remonta a 1960 y las nuevas tecnologías cumplieron más de una década de vida como herramientas de uso cotidiano.

Tradicionalmente, la migración ha sido vista desde teorías que han enfatizado las variables económicas. En ese sentido, la salida del país de origen se constituye en una alternativa al desempleo y a los bajos salarios de las economías de procedencia, especialmente las de los países tercermundistas (Goycochea y Ramírez, 2002). Para las teorías neoclásicas, la emigración es un mecanismo racional que permite el equilibrio entre las zonas expulsoras y receptoras de mano de obra en un mediano y largo plazo. Al llegar a esa equiparación, el proceso migratorio cesaría (Ruiz, 2002; Ramírez, 2006).

Sin embargo en la globalización, que es desde donde habla y desde donde lee Arjun Appadurai (2001) a la cultura, la migración refuerza la desterritorialización provocada por los medios de comunicación. Esas dimensiones, la migratoria y comunicacional de la que habla ese autor, son destacadas por Néstor García Canclini (1999) cuando se refiere a la globalización en la que las innovaciones tecnológicas y de comunicación articularon un mercado mundial donde la producción de bienes y mensajes se desterritorializaron y las fronteras geográficas se volvieron porosas.

En términos generales, la posición de Canclini da paso a lo transnacional entendido como las interconexiones que llevan la marca de las naciones originarias. Para Franklin y Jacques Ramírez (2005), quienes abordan la oleada migratoria del Ecuador desde el enfoque teórico de las redes transnacionales, esa noción se ha extendido en el marco del desarrollo de las TIC y tiene que ver con los nexos sólidos de los lugares de origen y de destino de los migrantes en los que los contactos son no oficiales.

Según el enfoque de las cadenas y redes migratorias, la salida de personas es un proceso familiar y social.

Tales perspectivas tornan la mirada al actor social y permiten visualizar las relaciones sociales y las estrategias llevadas a cabo por los propios individuos y los grupos sociales... (Goycochea y Ramírez, 2002: 33).

A manera de una conclusión provisional desde esa perspectiva teórica, Franklin y Jacques Ramírez establecen que el movimiento continuo de ideas, información, gente y recursos al interior de las redes transnacionales se reafirma a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC). Uno de los hallazgos significativos que evidencian el aumento e incorporación de las NTIC en el flujo de las redes migratorias son los espacios para inmigrantes en medios de comunicación *on line* en los que ecuatorianos residentes en el exterior opinan y envían mensajes de forma virtual.

Es claro, entonces, que los sistemas *on line* incrementan, agudizan y difunden la conectividad de las redes migratorias al permitir la circulación de información y opiniones y la ampliación de la red de contactos de los participantes (...). También hacen posible comunicar los estados de ánimo, los nexos emocionales y afianzar así, relaciones de confianza y compromiso (Ramírez y Ramírez, 2005).

A partir de lo anterior se colige que el intercambio de información ha estado presente en las relaciones sociales transnacionales que, en el caso ecuatoriano, nacieron con los primeros mestizos que se desplazaron a Canadá, Estados Unidos y Venezuela en las décadas de los 50 y los 60 (Cfr. Sánchez, 2004; Herrera, 2005).

En la línea de la utilización de NTIC, un estudio sobre el surgimiento de “espacios de la nostalgia” o espacios virtuales de encuentro de los ecuatorianos que están fuera del país con sus familiares y amigos en su país de origen, a través del computador, concluye que un migrante puede mantener una relación prácticamente en “tiempo real” con familiares y amigos en su país de origen, a través del correo electrónico, mensajes instantáneos y actualizados en las noticias locales gracias a los sitios *web* que periódicos, radios y estaciones de televisión de sus países han establecido en la red (Mejía, 2005).

Siguiendo la problemática de la comunicación mediática *on line*, María Augusta Salas señala entrelíneas que en los espacios con información exclusiva sobre el fenómeno migratorio hay producción de datos desde los usuarios, una de las propiedades de la relación entre interactividad y periodismo en línea registrada en líneas precedentes.

Coinciden los criterios dentro del grupo respecto a que es la sección de Inmigrantes, dentro del periódico [elcomercio.com], la que recoge más sugerencias y testimonios de los lectores usuarios para el desarrollo de contenidos (Salas, 2004:50).

Para la autora, esas secciones del periódico en línea son un espacio para crear redes ciudadanas en torno a intereses distintos como el nexo con el país y la solicitud de servicios informativos.

Es evidente, entonces, que la interactividad en los periódicos *on line* como otra forma de interacción social no ha despertado el interés de los investigadores de la migración internacional y NTIC. Adicionalmente, esos estudios son escasos por lo que es válido interrogarse si quienes producen y ponen en circulación información *on line* sobre migración están pensando en la interactividad que se produce en el encuentro de contenidos y usuarios desterritorializados.

### **El significado de la interactividad para la gestión de contenidos en la *web***

La presencia *on line* de una organización, institución o empresa –incluida la mediática– no es una garantía para mantener contacto con los usuarios. Por eso, con las primeras publicaciones de revistas y periódicos en la *web* se crearon los sistemas de administración de contenidos.

De ese conjunto de herramientas, que consisten en una interfaz para controlar una o varias bases de datos donde se aloja el contenido de un sitio, surgió la noción de gestión de contenidos.

Según Pedro Rojo (2004), ese tipo de gestión digital hace referencia a un conjunto de procesos que permiten el diseño, la revisión, el aprobado, el almacenamiento, la publicación y el archivo de datos. Además, está relacionado con la definición y documentación de funciones y tareas para quienes elaboran todo tipo de contenido en la Internet que, generalmente, es parte de un sitio con hipervínculos de acceso que permiten el ingreso a distintas secciones que componen los bloques de información.

Es decir, la gestión de contenidos en la *web* tiene relación con quienes intervienen en el proceso de producción y puesta en circulación de información. Aunque muy pocos autores la han vinculado al periodismo *on line* (Salas, 2004), esa noción tiene en la interactividad una “clave” para fomentar la participación del usuario en los portales digitales de las instituciones, organizaciones y empresas. Como se dijo en líneas

precedentes, esa participación va más allá del intercambio informativo porque puede ser una construcción colectiva de material simbólico.

Además, la interactividad es importante porque puede crear una especie de “lealtad” del usuario hacia lo que se produce y se pone en circulación si los espacios interactivos facilitan que el internauta entre en contacto con los gestores de la información, puedan crear una comunidad, obtengan respuestas rápidas a sus necesidades informativas, accedan a información personalizada y actualizada (Cfr. Rojo, 2004).

Ese principio de actualización es básico en los sitios *web* de las empresas mediáticas para diferenciarse de los medios de comunicación tradicionales y, por ello, se ha hecho común el encontrar la sección “última hora” en los periódicos *on line* que se actualiza casi las 24 horas del día.

Sin embargo, la mayoría de los portales digitales de los diarios ha puesto las noticias del día a disposición de otros “lectores” a través del envío de artículos noticiosos por correo electrónico o el envío de una síntesis de las noticias del día a los *e-mails* o celulares, han abierto *chats*, foros y encuestas sobre temas coyunturales, han puesto en línea los números atrasados de ediciones principales, los resúmenes de notas digitales realizadas durante los últimos meses y hasta la agenda de programación de canales de televisión y cines por razones de competencia. Y es que la Internet también hay competencia.

Según Albornoz (2004), las publicaciones de otras ciudades, regiones y/o países; los programas de medios de comunicación que llegan al consumidor a través de otros soportes técnicos; las publicaciones de información periodística que no tienen una presencia fuera del mundo *on line* y las fuentes de información que hasta el advenimiento de Internet necesitaban de la mediación de las publicaciones periódicas para alcanzar audiencias son los cuatro rivales de una publicación periodística en línea.

Si bien no relaciona la competencia en Internet con la gestión de contenidos en línea, lo que plantea este autor lleva a especular que la interactividad podría zanjar esa lucha por mantener usuarios en un espacio periodístico *on line* por la posibilidad de armonizar textos, imágenes, audio y vídeo.

### **Estrategia metodológica**

La cultura globalizada, que se caracteriza por tener dimensiones económicas, financieras, migratorias y comunicacionales (Appadurai, 2001; Giddens, 1999; García Canclini, 1999), requiere ser vista desde lo multisituado. Esa mirada etnográfica entra en diálogo con cuatro campos interdisciplinarios de investigación: los estudios de medios, los estudios de tecnologías, los estudios culturales y las últimas investigaciones sobre migración y desarrollo.

En ese sentido, George Marcus (1995) propone la idea de una etnografía que trascienda la necesidad de situar el trabajo de campo en una unidad de análisis territorialmente delimitada, como planteaba Malinowski, y que permita al etnógrafo seguir las cadenas, los caminos, los hilos, las conjunciones o yuxtaposiciones en distintos sitios a partir de los que se buscarán conexiones.

En el caso del proceso en el que se centra esta investigación, un sitio es donde se gestionan los contenidos, los periódicos en línea, y otro es donde se los consume, los países de destino de la migración internacional de ecuatorianos a través de una pantalla de computador. En ambos sitios, la dicotomía local-global está atravesando.

Al mismo tiempo, la gestión de información periodística en línea es una “nueva frontera” tecnológica de la que habla Pau Contreras (2004), porque une el mundo real y al mundo de la Internet cuando contenidos y usuarios se encuentran. Puesto que se trata de comprender si la relación entre quienes producen y ponen en circulación información *on line* sobre migración y quienes la consumen puede considerarse interactividad, otro envite metodológico es la etnografía virtual.

Esta coincide con la metodología de análisis de la dimensión contextual de la teoría de los medios de comunicación de John Thompson, que divide al proceso comunicativo en: los contextos sociales en los que se produce y los contextos sociales en los que se reciben las formas simbólicas (Humanes, s/f).

Siguiendo la propuesta analítica de ese autor, este ejercicio etnográfico se realizó en los departamentos de redacción de las versiones en línea de El Comercio, Hoy y El Migrante Ecuatoriano, ubicados en Quito. Si bien la gestión de contenidos sobre el fenómeno migratorio fue un primer criterio de selección de los medios de comunicación, la apertura de sus directivos a ser “observados” resultó, en la práctica, el parámetro para excluir a *eluniverso.com* e incorporar a *hoy.com.ec*.

De forma paralela, empezó una fase de observación o familiarización (Ardèvol et al., 2003) con *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, que se centró en las secciones interactivas y en las secciones con contenidos sobre migración, y terminó con cuatro entrevistas y dos charlas en línea con los usuarios migrantes de ese tipo de segmentos.

La participación en la vida diaria de los editores, reporteros, diseñadores y *webmaster* durante 12 semanas, distribuidas entre enero y septiembre de 2008, observando qué sucedía, escuchando qué se decía y haciendo preguntas (Atkinson y Hammersley, 1995), fueron actividades “cara a cara” que se aplicaron bajo el enfoque multisituado; pero que no fueron posibles en el contexto *on line*.

De allí que hay autores (Hine, 2000; Ardèvol et al., 2003) que sostengan que la etnografía virtual es “asituada” en la medida que el objeto de estudio está fuera del texto o las imágenes en la pantalla y se lo va “trazando a partir de la mediación entre la experiencia, el registro textual y las anotaciones de campo” (2003:74). A través de la *www*, *chats*, encuestas, foros y correos electrónicos, la exploración del contexto mediático virtual en el que se consumen formas simbólicas arrojó datos y, especialmente, permitió la comunicación con cuatro usuarios migrantes que pasaron a ser informantes.

La mediación tecnológica no es exclusiva de lo virtual, como la dicotomía local-global no lo es de la etnografía multisituada. Josepa Cucó (2004) sostiene que toda actividad urbana está mediada por la ciudad cuando plantea la interrogante “¿es que ahora todo es antropología urbana?” (2004:39); la mediación, entonces, se convirtió en una condición de posibilidad de una actividad que requirió de la tecnología en esos dos tipos de etnografía para que se dé un intercambio social.

Siguiendo la clasificación de Wallace sobre los entornos de la Internet, en el caso de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* que producen información sobre migración se privilegiaron los espacios virtuales de:

- La *WWW* que es empleada como una combinación de biblioteca, revistero, guía de páginas amarillas y como medio de publicación personal a todo el mundo y a precios muy bajos. Su limitación está en que su sistema de catalogación dificulta la navegación para encontrar una información determinada. En *Internet, la imprenta del siglo XXI* (2005), Piscitelli establece que los *weblog* son páginas *web* que se actualizan

frecuentemente y están caracterizadas por la personalidad de su autor. Este impone su sello a través de la escritura y coloca las novedades o “nuevas entradas” para que, quienes lo lean y quieran participar, escriban a continuación.

- El correo electrónico es importante para los usuarios que lo utilizan para comunicarse con amigos, familiares o colegas. Su cobertura es amplia, llegando a universidades, organismos oficiales, empresas –incluidas las industrias mediáticas- y los hogares. Por lo general, se accede al e-mail a través de un sitio *web* que ofrece cuentas gratuitas a cambio de la publicidad que aparece mientras dura la conexión.

- Foros de discusión asíncronos que son conferencias continuas en las que se empiezan discusiones, se envían mensajes y se leen los mensajes de otros. Su característica de asincrónico se da porque la participación del usuario se da a cualquier momento del día ya que el foro puede permanecer en línea varios días o semanas. “En estos grupos podemos participar en una discusión con otras personas que tengan intereses similares independientemente de su situación geográfica y puede que nunca lleguemos a conocer a ninguna de ellas en la vida real” (2001:21).

- Las charlas asíncronas son entornos en los cuales varias personas están conectadas a la red al mismo tiempo. Esa participación no impide que entren a más “salas” virtuales en las que la dinámica es que se tecleen mensajes cortos, se lean los mensajes de los otros participantes y se responda a lo que dicen si es del interés del usuario.

Al contactarse con servidores que forman la Internet, se puede también intervenir en charlas sincrónicas de alcance mundial. Ese entorno es flexible al igual que las “salas” asincrónicas porque los usuarios pueden charlar en distintos espacios.

Del estudio regional sobre información e interactividad en dos medios digitales de Brasil, hecho por Bruno Fuser (2003), se aplicó la clasificación de interactividad: *técnica* (hombre-máquina), *social* (hombre-hombre a partir del sitio *web*), *reactiva* (selección de opciones previamente definidas) y *mutua* (posibilidad de interferir en el contenido presentado por el medio de comunicación) para analizar la interactividad en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*. Se incorporaron las dimensiones temporal, espacial y simbólica para ampliar las características de los grados de interactividad en los entornos de la *www*, charlas sincrónicas y foros asincrónicos en los

cuales la construcción de las relaciones comunicativas con los informantes no fue homogénea.

La decisión de identificarse en línea como investigadora y no con un *nick* o nombre de fantasía, que es lo usual en la Internet, fue un “arma de doble filo”: abrió la relación comunicativa con cuatro usuarios migrantes pero no facilitó la espontaneidad en la misma, exceptuando el intercambio simbólico con “Manny” que se mantiene hasta el día de hoy. Las diferencias horarias más los problemas técnicos, como desconexiones o *lags* (diferencias de tiempo entre el envío de una pregunta y una respuesta en un *chat*) fueron dificultades comparables a las de un etnógrafo que no puede prolongar su estancia en el lugar de estudio donde observa la vida de una comunidad.

### **Estructura de la tesis**

En este primer capítulo, se exploró la literatura especializada sobre interactividad y los estudios sobre nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC). Interesa examinar la relación entre: interactividad y gestión de contenidos, interactividad y proceso migratorio, e interactividad como nueva forma de interacción social.

El segundo capítulo es una suerte de definición del contexto tecnológico, cultural y social de la migración en los periódicos ecuatorianos en línea. Se inicia con un recorrido de la creación de los periódicos *on line* en el país que muestra cómo la migración se va, de manera paulatina, incorporando en este proceso y cómo se va moldeando como objeto periodístico.

El tercer capítulo se centra en la gestión en línea de contenidos sobre migración. A partir de la reflexión sobre el entorno mediático en línea –poniendo énfasis en la clasificación, el público, la estructura y la línea editorial-, se identifican las percepciones que editores, coordinadores, redactores, diseñadores y *webmaster* tienen sobre los usuarios migrantes. Específicamente, se comparan las ideas sobre quiénes son los migrantes y cuál es su preferencia de información con la producción periodística a fin de determinar si los significados que los usuarios migrantes tienen para los miembros de las redacciones *on line* influyen en la gestión de contenidos. También, se registra la mediación de la tecnología que está presente, por un lado, en la producción, reproducción y puesta en circulación de datos y, por otro, en la construcción colectiva

de datos entre gestores en línea y usuarios migrantes. Se exploran los conceptos de coyuntura e interactividad de los gestores de contenidos de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* para determinar si se oponen o se complementan a la hora de producir información sobre el fenómeno migratorio.

En el cuarto capítulo, a través de un ejercicio de etnografía virtual, se analizan las relaciones sociales que establecen los usuarios migrantes y los gestores de contenidos en el correo electrónico, foros, encuestas, *chats* y *blogs*. Se ponen en práctica los lineamientos teóricos del primer capítulo para dar cuenta de la sociabilidad compleja en la que están inmersos los usuarios migrantes de espacios mediáticos en línea y para situar el tema de la visibilidad separada del espacio y del tiempo.

## CAPÍTULO II

### MIGRACIÓN Y PERIODISMO *ON LINE* EN EL ECUADOR

La migración internacional de ecuatorianos es un “objeto de estudio” que ha provocado la inquietud de los académicos en estos últimos tiempos.<sup>3</sup> Además, está configurándose como un nuevo “objeto periodístico” que ha causado mayor complejidad en las relaciones sociales entre quienes están en el país de origen y quienes están en los países de destino.

Desde 1999, cuando la diáspora se convirtió en un hecho nacional por su magnitud y sus impactos, la radio, la televisión y la prensa escrita han ampliado la cobertura sobre el fenómeno migratorio. Este último medio de comunicación ha potenciado el uso de esa red digital para llegar a lectores no tradicionales, como los migrantes.

A partir del 2002, las versiones *on line* de los periódicos impresos han incluido secciones específicas sobre migración y espacios en los que pueden participar los migrantes como foros de discusión, charlas sincrónicas, envío de contenidos multimedia, columnas de opinión o *blogs*.

La existencia de esos espacios informativos y participativos abren la posibilidad de analizar la conexión entre periodismo *on line* y migración, que es evidente con un solo *click*. A diferencia de los estudios que sostienen que los espacios para emigrantes en medios de comunicación *on line* son una evidencia del incremento del uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (Ramírez y Ramírez, 2005; Ramírez, 2006) causado, entre otros factores, por la última etapa migratoria de ecuatorianos<sup>4</sup> (Mejía, 2005; Ramírez, 2007), se plantea que el desarrollo de los medios electrónicos de comunicación fue la condición de posibilidad para conectar virtualmente a periodistas y migrantes y que ese vínculo se ha fortalecido por la utilización de las TIC por parte de quienes han salido del país, la construcción de la migración como un objeto de especialización periodística y la representatividad que los migrantes tienen entre los usuarios de los periódicos *on line*.

<sup>3</sup> En 1999, la salida masiva de ecuatorianos y ecuatorianas provocó un desarrollo significativo de estudios sobre las causas y consecuencias de la emigración. Las líneas de análisis principales están relacionadas a los temas de remesas, historia y geografía de las migraciones, nichos laborales y migración, repercusiones en las familias de migrantes y redes migratorias (Herrera et.al, 2005; Ramírez, 2006).

<sup>4</sup> Según varios autores (Herrera et al, 2005; Gretton, 2005; Ramírez, 2007), esa etapa empezó a fines de los 90. A diferencia de los flujos migratorios de 1950-1960 y 1980-1998, los ecuatorianos que salieron del país a partir de 1999 eran de zonas urbanas, provenían de distintas provincias del país, eran personas más jóvenes y, principalmente, mujeres, de clases sociales y niveles educativos distintos.

Este capítulo está dividido en dos secciones a partir de las que se intenta definir el contexto socio-técnico-cultural<sup>5</sup> de la problemática migratoria en los periódicos ecuatorianos en línea. La primera parte es una reconstrucción histórica del encuentro entre migración y periodismo *on line* a partir de 1993, cuando los periódicos ecuatorianos lanzaron sus versiones en línea y, posteriormente, crearon espacios *on line* sobre migrantes y periódicos para migrantes. Se pone énfasis en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *migrante.com.ec* que son los medios en línea en los que se centra esta investigación.

En la segunda se explican las razones por las que la migración se está configurando como una sub-especialización periodística de los medios tradicionales (radio, prensa y televisión) y los medios en línea, a partir del concepto de periodismo especializado.

### **Reconstrucción del encuentro entre migración y comunicación en los periódicos *on line***

“Este diario es el primer medio de Sudamérica que tuvo el periódico en línea... Una primera motivación fue la innovación tecnológica pero conforme se fue acentuando el fenómeno migratorio y se cuenta con grupos de ecuatorianos tan importantes en el exterior se consolidó el proyecto del periódico en línea”.

Diego Araujo, subdirector de información de diario  
*Hoy*, 13 de febrero del 2008.

Para los estudiosos de los cambios culturales en las sociedades modernas, el riesgo de caer en un determinismo tecnológico es mayor si el eje central de una reflexión es un artefacto. En este caso, se reconstruye el encuentro entre comunicación mediática y migración a partir de la creación de los periódicos ecuatorianos en línea porque las palabras de ese subdirector de información dan cuenta que el desarrollo de los medios electrónicos de comunicación está interrelacionado con las transformaciones institucionales más importantes que han dado forma al mundo moderno caracterizado, entre otros flujos, por el de información y de personas (Thompson, 1998).

Tras la digitalización de las noticias, que influyó en el cambio de las máquinas de escribir por ordenadores personales y el reemplazo de los archivos de papel por las

---

<sup>5</sup> Para Pierre Lévy (2007), tecnología, cultura y sociedad no son entidades separadas entre sí; hacerlo “representa una especie de ficción intelectual”.

bases informáticas de datos, los periódicos empezaron a explorar las posibilidades brindadas por la Internet (Albornoz, 2004).

En la década de los 90 se registraron las primeras versiones electrónicas de la prensa escrita periódica, que se difundieron a través de compañías que ofrecían un servicio de conexión directo, mediante módem, como Compuserve, Prodigy, American Online, Delphy, GENie. En el Ecuador, en 1993, diario *Hoy* fue pionero en la entrega de un boletín de noticias a través de los servicios de ClariNet.

En ese momento, el “menú informativo” de los medios *on line* estaba solo pensado para un sector de los emigrantes.<sup>6</sup> Como escribe Jaime Mantilla:

[Esa información estuvo] destinada especialmente a los estudiantes ecuatorianos que estudian en el extranjero. Cualquier estudiante que tenga acceso a Internet a través del computador personal o del computador de su universidad, puede revisar el boletín diario y enterarse de lo que sucede en su país (Mantilla, 1994).

En 1994, tres años después de que Ecuánex proveyera por primera vez de Internet al Ecuador, *Hoy* impulsó el periódico impreso con versión en la red; a partir de entonces, se puede hablar de la presencia *on line* de los diarios ecuatorianos que actualmente llega al 57,6%<sup>7</sup> entre los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos.

En los primeros medios electrónicos, los contenidos de las versiones impresas eran trasladados a las ediciones en línea “para darse a conocer” (Cfr. Salas, 2004). Ese vuelco de las páginas de papel a las páginas electrónicas es parte de la fase de exploración del nuevo medio de la que habla Luis Albornoz (2004) que implicó, en muchos casos, la reproducción del diseño impreso en la Internet.

Con la conformación de una estructura autónoma a la de los periódicos impresos – dirección y equipo de redacción-, el propósito de los periódicos en línea empieza a cambiar a partir del 2001 y se orienta a la vinculación de “los ecuatorianos que viven

---

<sup>6</sup> De acuerdo con la “Caracterización sociodemográfica y económica de los emigrantes ecuatorianos” redactada en diciembre de 2007 por la Secretaría Nacional del Migrante, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo y el Ministerio de Trabajo, el 3,8% de los ecuatorianos y las ecuatorianas emigraron por motivos de estudios. En cambio, un 37,9% lo hizo para buscar trabajo; un 35,4, por residencia; un 17,1%, por turismo y el 7,7% restante, por traslado de trabajo, problemas de salud y otros.

<sup>7</sup> Ese dato se obtuvo luego de revisar la página *web* de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos [www.aedep.org.ec](http://www.aedep.org.ec) en la que 15 de los 26 diarios miembros han construido sus portales digitales.

fuera del Ecuador con el país” o la constitución como “un referente para los ecuatorianos que emigraron del país y hoy viven fuera” (Cfr. 2004).

De acuerdo con la evolución de los flujos migratorios de la última ola migratoria, el año 2001 es parte de un período de cuatro años en el que la diferencia entre salidas y entradas de ecuatorianos se ensanchó hasta alcanzar las 175.000 personas anuales en promedio (Herrera, 2008).

Aunque no menciona años, Albornoz identifica como una nueva etapa a aquella en la que la edición de un periódico *on line* se diferencia de su correspondiente publicación en papel por la audiencia, contenidos informativos, servicios propios, financiamiento y diseño. En el caso del Ecuador se puede decir que la migración es importante en el proceso de construcción de los periódicos en línea porque está relacionada a su autonomía, aunque el surgimiento de esos medios electrónicos fue por motivos de modernización y de presencia en la red de redes.

De acuerdo con los datos de dos empresas de análisis *web* que certifican el nivel de audiencia de los sitios electrónicos de Ecuador y Sudamérica, más del 50% de los usuarios de los periódicos nacionales en línea está en otros países; en algunos casos, llega hasta el 57% (Anexos 1 y 2).

Al comparar el tráfico de usuarios por países (Cuadro 1), realizado por Certifica.com, con los principales destinos de los y las ecuatorianas (Cuadro 2), según el Censo de 2001, es posible notar que los lectores en línea con porcentajes representativos están en los países donde se encuentra la mayoría de los migrantes ecuatorianos (España y Estados Unidos).

Pese a que Argentina no consta entre los países a los que viajan los ecuatorianos, se estima que hay unos 1.000 ecuatorianos que ahí están realizando estudios universitarios y de especialización (Ramírez, 2007).

**Cuadro 1**

**País de origen de los visitantes de dos periódicos ecuatorianos *on line* durante el primer bimestre del 2008**

País	Porcentaje
Estados Unidos	13,7%
España	9,0%
Colombia	5,2%
México	4,9%
Perú	4,9%
Argentina	3,2%

Venezuela	2,9%
Chile	2,7%
Italia	1,0%
Canadá	0,7%
Alemania	0,65%
Otros	51,15%

Fuente: certifica.com

Elaboración: Pamela Cruz, 2008.

## Cuadro 2

### País de destino de los ecuatorianos y ecuatorianas

País al que viajan	Porcentaje
España	49,43%
Estados Unidos	26,73%
Italia	9,89%
Venezuela	1,77%
Chile	1,43%
Colombia	1,31%
Gran Bretaña	1,09%
Alemania	0,99%
Bélgica	0,55%
Suiza	0,54%
Francia	0,48%
Holanda	0,26%
Resto de Europa	0,77%
Canadá	0,43%
Resto de América	1,79%
Asia	0,38%
Oceanía	0,09%
África	0,02%
No declarado	2,07%

Fuente: INEC, Censo 2001/SIISE.

Elaboración: UNFPA, FLACSO-ECUADOR, 2004.

El 2002 marcó una ruptura en los contenidos informativos sobre el fenómeno migratorio en los periódicos en papel y en los periódicos en línea. El Universo, el diario de la Costa con mayor circulación nacional, creó la sección “Migración” en la que se centralizan notas exclusivamente sobre el tema migratorio y que, en la página *web* de ese periódico, permite el acceso al portal “Voz de los migrantes” desde donde los hombres y mujeres que han salido del país envían mensajes de texto a sus familiares y amigos que se quedaron.

De acuerdo con una sistematización de mensajes enviados a ese portal hecha por Jacques Ramírez (2007), los migrantes enviaron mensajes para comunicarse con los amigos, la familia, las madres, las parejas y otros familiares.

A partir de ese año, El Comercio creó las secciones en línea “Yo estuve ahí”, que suplantó a “Cuenta tu historia”, que recoge testimonios de usuarios migrantes y no migrantes sobre actividades culturales, académicas o políticas, y “Ecuatorianos en el mundo” que reemplazó a la sección “Inmigrantes” que incluía sugerencias y testimonios de los lectores

usuarios para elaborar los contenidos (Salas, 2004). En su nuevo diseño que se lanzó en septiembre, *hoy.com.ec* incluyó la sección “Migración” que se sumó al espacio “Punto de los emigrantes”, creado en el 2005.

En marzo del 2006, El Comercio puso a circular en España El Comercio del Ecuador, que es un semanario gratuito que se edita en Quito y Madrid y tiene, también, un enlace en la página *elcomercio.com*. En septiembre de ese mismo año apareció El Migrante Ecuatoriano que es un periódico mensual que circula en Ecuador, Estados Unidos y España y se reproduce en CD y en versión *on line*.

A partir de ese recuento histórico, es notorio que la migración ecuatoriana tiene ya una presencia mediática en línea que va en ascenso desde hace seis años. Actualmente, es incierto decir cuántos medios de comunicación *on line* apostarán también por la creación de secciones con información sobre el fenómeno migratorio; pero es seguro que, en un futuro próximo, esos espacios serán más.<sup>8</sup>

- ***Elcomercio.com***

Es uno de los productos informativos de El Comercio. Se creó en 1995 por iniciativa del departamento de Tecnología. Su línea editorial coincide con la del grupo El Comercio, que es una empresa informativa de carácter privado que tiene como misión difundir información verdadera, análisis y opiniones solventes que orienten a la opinión pública.

*Elcomercio.com* comenzó como una página “muy simple”<sup>9</sup> porque una pasante subía las notas de las secciones “Política”, “Deportes” y “Negocios” –consideradas las más importantes de ese diario-; hasta mediados de 2009, un editor, un coordinador, cinco redactores y tres pasantes forman parte del equipo del punto com.

En el 2000 se concretó una alianza con el grupo Yupi Miami que dio origen a la página Yupi- El Comercio con oficinas ubicadas en la Redacción Norte de ese medio de comunicación; es decir, el personal de esa página estaba separado físicamente del Departamento de Redacción de la versión impresa que está al sur de Quito.

La unión con Yupi finalizó en el 2001 y el equipo que administraba la página Yupi-El Comercio se trasladó al sur de la ciudad para hacerse cargo de *elcomercio.com*. En ese momento, se crea un grupo autónomo de redactores a la redacción de la versión en papel, coincidiendo con la importancia de la migración en el proceso de construcción de los periódicos

---

<sup>8</sup> En el primer trimestre de 2009, por ejemplo, la revista *Vistazo* incorporó la sección “Migración” en su versión en línea.

<sup>9</sup> Entrevista 2 a Susana Morán, coordinadora de *elcomercio.com* y redactora de “Ecuatorianos en el mundo”.

en línea que se mencionó en líneas precedentes. En la actualidad, el espacio físico que ocupa el equipo de redacción del punto com está separado de la redacción de El Comercio.

En el 2002, los contenidos de la versión digital abarcan a todas las secciones del diario que es de información general y se incorpora la actualización constante de noticias que hasta 2008 llegó a 16 horas diarias. El cable internacional (EFE, AFP, DPA), la radio, la televisión local, otros sitios electrónicos (*presidencia.gov.ec*, *nytimes.com*, *elpaís.com* y el Grupo de Diarios de América) y las notas de la redacción impresa son los referentes informativos para actualizar las notas.

Semanalmente, un redactor *on line* es responsable de producir un especial multimedia que alimente al punto com; la elaboración de contenidos para las secciones de *elcomercio.com* (Ecuatorianos en el mundo, Deportes y punto, Abrazando el rock y Truquitos para conocer Quito) depende del material obtenido por el redactor a cargo de cada uno de los espacios.

Desde el 2004, los esfuerzos de la dirección de *elcomercio.com* se han volcado a fortalecer la interactividad con los lectores de la página. En el 2007, se incorporaron un calificador de noticias, comentarios en las notas, calificación de comentarios, foros, encuestas, síntesis noticiosa, mensajes por celular o SMS, RSS (Really Simple Syndication) o envío inmediato de noticias publicadas, *blogs*, videos y la sección “Yo estuve ahí”. A inicios del 2008, el equipo del punto com abrió una cuenta en Hi5 que es un espacio de creación de comunidades virtuales; en noviembre, en cambio, apostó por una cuenta en *Facebook*.

En “Yo estuve ahí”, hay testimonios de ecuatorianos emigrantes y no emigrantes sobre actividades artísticas, deportivas o políticas que son subidos por la Coordinación de *elcomercio.com* que, a su vez, es responsable de la sección “Ecuatorianos en el mundo”. Este espacio incluye información redactada desde Quito con datos proporcionados por migrantes, notas del cable internacional, videos sobre migrantes ecuatorianos, perfiles de ecuatorianos que han triunfado en el extranjero, foros y encuestas sobre temas migratorios, fotografías de migrantes, audios solicitados a familiares de migrantes y opiniones de los corresponsales.

El editor del punto.com de El Comercio, quien es economista, cumple además la función de editorialista de El Comercio y editor en Ecuador de *El Comercio del Ecuador*, que circula desde hace dos años en Madrid. Los corresponsales de España y Estados Unidos aportan eventualmente con notas a *elcomercio.com*.

- ***Hoy.com.ec***

A escala nacional y sudamericana, es el primer periódico en línea y su creación coincide con el interés de modernización y presencia en la red que tuvieron muchos medios impresos en la década de los 90. La selección y el tratamiento de la información armoniza con la línea editorial

de la versión impresa, que es “abierto a todas las tendencias políticas y de opinión y se conjuga con un periodismo transparente, independiente y plural” (Hoy, 2008).

En 1993 el proyecto se centró en el levantamiento y almacenamiento de textos en servidores de base de datos, con el propósito de comercializarlos a través de la compañía ClariNet.

En 1994, diario Hoy impulsa su versión digital por lo que los contenidos del periódico impreso de información general se suben al *on line*. En ese momento, el traspaso de contenidos era responsabilidad de una sola persona que trabajaba en el departamento Servidatos, independiente del departamento de Redacción.

En el 2002, cuando otros periódicos nacionales en línea ya tenían una estructura independiente, se conforma un equipo de tres personas (un editor, un redactor y un *webmaster*) para el *hoy.com.ec*.<sup>10</sup> En el 2004, se incorpora a otro redactor más con el propósito de mantener la actualización de noticias durante 12 horas continuas. En la actualidad, el equipo del Hoy *on line* lo conforman cuatro redactores, una diseñadora de páginas *web* y una editora, que participa en las planificaciones diarias de los editores y jefes de sección del periódico impreso; no hay pasantes pero sí estudiantes de comunicación social.

Aunque los recursos económicos y las limitaciones en la actualización de la plataforma virtual han sido una constante en la historia de este medio *on line*, en 2008 se decidió la contratación de un asesor en tecnologías digitales que impulsó el nuevo diseño del *hoy.com.ec* que espera fortalecer la interactividad con los lectores de la página. Hasta inicios del 2008, los usuarios tenían solamente la posibilidad de mandar e-mails, chatear, participar en foros y revisar las noticias archivadas desde 1992. En la transición al nuevo diseño, se han incorporado *googlemaps* (mapas interactivos), videos, audios, las secciones “última hora” y “Hoy interactúo”, e íconos de visualización de material audiovisual que se reproducen en la versión impresa. En el nuevo diseño, se aumentó la opción de comentar las noticias y *hoy.com.ec* se enlazó a *Facebook*, *Hi5* y *Twitter*.

La producción de notas “exclusivas” del Hoy *on line* está en manos de los reporteros de la versión impresa que periódicamente mandan mensajes por celular, graban audios, captan imágenes para especiales informativos del *on line* y envían los datos que no pudieron ser publicados en la versión impresa. Las fuentes informativas de este medio en línea son las agencias de cable (EFE y AFP), el monitoreo de medios, periódicos de la competencia (*elcomercio.com*, *eluniverso.com* y *ecuadorinmediato.com*) y los reporteros del periódico Hoy. El editor de información de la versión impresa es el responsable de monitorear lo que se publica en el *on line*.

---

<sup>10</sup> Entrevista a diseñadora de *hoy.com.ec*.

En cuanto al tema migratorio, la sección “Punto de encuentro del emigrante” es el espacio que recoge los testimonios, las experiencias y las opiniones de ecuatorianos que viven en otros países desde el 2005. Los mensajes de los “columnistas” son enviados a la editora, quien es periodista, que los sube a la sección. En 2009, se incorporó la sección “Tu historia desde el exterior” en la que se publican historias y fotografías de usuarios migrantes.

Por los e-mails enviados a [info@hoy.com.ec](mailto:info@hoy.com.ec), se conoce que los usuarios migrantes leen los contenidos de política, economía y deportes. En el nuevo diseño, la sección “Migración” se pensó como el espacio de concentración de las notas sobre el fenómeno migratorio; pero, aún, no está definido si los reporteros de las secciones Internacional o Sociedad alimentarán con la información.

En definitiva, *hoy.com.ec* es el periódico *on line* más antiguo pero, en términos de interactividad, su incursión es muy nueva. Su etapa interactiva es paralela a la de *elcomercio.com*, que ha abierto espacios interactivos especialmente en los dos últimos años.

Eso es una evidencia de que el uso de la interactividad es reciente en ambos medios *on line* que forman parte de los medios de comunicación con mayor cobertura a escala nacional.

- ***Elmigrante.com.ec***

Un año después de la versión impresa del periódico mensual El Migrante Ecuatoriano, *elmigrante.com.ec* apareció como una etapa de modernización tecnológica. Es un medio especializado en el tema migratorio que se edita en Quito y circula en el Ecuador, Estados Unidos (Nueva York) y Europa (España); según las proyecciones de sus dueños, circulará próximamente en Italia.

A diferencia de la versión impresa, la página *web* incluye noticias del día, que son tomadas de *elcomercio.com*, *eluniverso.com* y de *googlenews*; también, hay un espacio otorgado por convenio al periódico electrónico *ecuadorinmediato.com*.

Su director es un empresario ecuatoriano que reside en Estados Unidos. El equipo periodístico está compuesto por un redactor y un editor quienes trabajan independientemente de la versión electrónica. Cada mes, el editor envía por e-mail la información impresa al *webmaster* para que la suba a la página *elmigrante.com.ec* que físicamente tiene soporte técnico fuera de las oficinas de El Migrante Ecuatoriano.

Inicialmente, el equipo de Cafeto Lab era el responsable del diseño electrónico. Desde junio de 2008, un estudiante de informática es el responsable de la actualización de las noticias y del diseño de la versión electrónica de este periódico especializado en migración.

Por ahora, los usuarios tienen la posibilidad de comentar las notas, enviar saludos identificando su nombre, ver videos de varios lugares turísticos de las provincias del país y

escuchar música nacional. Próximamente, el diseño de *elmigrante.com.ec* cambiará a manera de Hi5, es decir, con la posibilidad de que los usuarios creen redes virtuales de personas.

Se espera incorporar el servicio de envío de fotografías, historias y videos, y la conformación de grupo de intercambio de e-mail. El usuario podrá personalizar la página de acuerdo a los colores de su provincia o de su equipo deportivo favorito.

- **Semejanzas y diferencias entre *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

Los tres periódicos *on line* que forman parte de las unidades de análisis de esta investigación surgieron de versiones impresas. Por su reciente creación, el *migrante.com.ec* no tiene un equipo autónomo al de la versión impresa como *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*.

En los tres casos, la actualización de información noticiosa depende mayoritariamente de datos de otras páginas electrónicas nacionales e internacionales, e información del cable. No obstante, el mayor recurso humano de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* permite la producción propia y reproducción de información general y especializada; pero en el tema migratorio, ese tipo de producción es casi nula en *hoy.com.ec*. En *elmigrante.com.ec* no existe producción diaria sino mensual.

De los tres periódicos en línea, *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* cuentan con una sección sobre migración; pero, únicamente, el primer medio tiene un reportero responsable de la misma. Las notas alrededor de la migración se reproducen de la versión impresa, de otros medios de comunicación y del monitoreo de medios en *elmigrante.com.ec* y *hoy.com.ec*.

En esta última unidad de análisis, no obstante, hay un espacio de opinión de migrantes que es mediado por la editora. Además, ha logrado que el equipo de la versión en línea esté más cerca de editores y periodistas de la versión impresa. Por ejemplo, los reporteros de diario *Hoy* envían mensajes por celular, captan imágenes o envían información que por razones de espacio no se pudieron incluir en el impreso y el editor de información es el responsable de monitorear la información de la versión *on line*. De su parte, *elcomercio.com* tiene una comunicación continua con los equipos de las versiones impresas de El Comercio y de otros productos (El Comercio del Ecuador en España, Últimas Noticias), mientras la comunicación con la versión impresa es mínima en el caso de *elmigrante.com.ec*.

Hay colaboración de los corresponsales en *elcomercio.com*, pero intermitente. Las notas de los corresponsales en *elmigrante.com.ec* son las mismas de la versión impresa mientras *hoy.com.ec* privilegia las notas de cable.

En interactividad, *elcomercio.com* lleva la delantera porque da la posibilidad de que los usuarios envíen fotografías, comenten las notas, escriban e-mail, suban audios, califiquen notas y comentarios de otros participantes, reenvíen noticias a otras personas, revisen las ediciones

anteriores, participen en *chats*, foros y encuestas. Desde mediados de 2009, la versión en línea de *Hoy* incorporó aplicaciones interactivas mientras la otra unidad de análisis espera abrir nuevos espacios interactivos a través del rediseño de su página electrónica para ampliar la participación de sus usuarios.

### **La construcción de la migración como objeto periodístico<sup>11</sup>**

Tras 18 años de que se proveyera por primera vez de Internet al país, la presencia de la migración en los medios no se ha limitado a los portales digitales de los periódicos. En el campo radial, “¡Callos y guatitas!” ha sido identificado como una producción transnacional, creada por ALER de Ecuador y España.

Este programa, que está en el aire desde el 2001 y se transmite también por la *Internet*, “tiene un segmento de noticias sobre Ecuador y sus inmigrantes, una sección de asesoramiento legal para los recién llegados a España y algunos segmentos interactivos que conectan a oyentes de ambos lados del Atlántico” (Mejía, 2005:489).

No obstante, ese espacio de comunicación masiva al igual que los de los periódicos se crearon después de que el fenómeno migratorio se convirtiera en un hecho nacional a partir de 1998 y tuviera eco en los medios de comunicación (Herrera et.al, 2005). De ese año en adelante, ha habido un incremento gradual de la difusión de noticias, reportajes, crónicas y artículos de opinión en radio, prensa y televisión sobre el desplazamiento de ecuatorianos a otros países.

La mayor cobertura periodística del fenómeno migratorio no es exclusiva del país. En España,<sup>12</sup> que se ha convertido en el destino más importante del último movimiento migratorio de ecuatorianos, la publicación de notas sobre inmigración aumentó en la prensa escrita entre 1995 y 2000 (Van Dijk, 2003). En ese país europeo, ocho periódicos regionales y nacionales publicaron 800 artículos trimestrales en 1995 y cerca de 2.300 en el 2000, según el Observatorio de Inmigración y Racismo.

Según ese mismo organismo, el fenómeno de la inmigración en España es evaluado negativamente porque son frecuentes los temas sobre las tragedias de los migrantes y los artículos sobre tráfico de inmigrantes. Otro tema es la delincuencia

---

<sup>11</sup> Para esta sección, se han usado fuentes primarias y secundarias.

<sup>12</sup> De 1996 a 2001, según el Censo de Población 2001, España captó el 49,43% de los ecuatorianos migrantes. En años posteriores al censo, otras encuestas como la ENEMDU 2007 registra que ese tanto por ciento disminuyó a 46,9% (Herrera, 2008).

atribuida a inmigrantes, prostitución y violencia entre inmigrantes, aunque con una frecuencia menor (2003).

El tema de los contenidos sobre migración, producidos en el Ecuador, ha sido también abordado por la academia pero no abundantemente. Tras estudiar las noticias difundidas entre agosto y noviembre del 2005 por dos radios, tres periódicos y tres canales de televisión, ALER y FLACSO señalaron que “(...) los medios no logran transmitir la respuesta que el usuario de la prensa, en general, se hace ante las imágenes y textos que consume cuando le proponen temas de migración: ¿Por qué se van los ecuatorianos de su país? Y la otra pregunta, desde los actores de la migración: ¿Por qué no quiero estar aquí?” (Cerbino, 2006: 63)

En un segundo estudio dirigido por ALER se señaló que la información periodística sobre migración en tres periódicos tiene un tono negativo, fue redactada privilegiando lo factual, convirtió en víctimas a los emigrantes y tuvo un trasfondo racista. Es decir, la producción noticiosa alrededor del fenómeno migratorio tiene sintonía en el Ecuador, como país de origen, y en España, como país de destino.

Pero, además, hace pensar que se está asistiendo a un desarrollo cuantitativo y cualitativo en el periodismo de los países donde hay flujos de emigración e inmigración. Se podría decir que está emergiendo la especialización en el tema migratorio.

Aunque en las Ciencias de la Información no hay una sub-especialización en migración, la elaboración de información específica sobre ese fenómeno social y los registros de usuarios migrantes de los periódicos *on line* están relacionados con dos de los elementos constitutivos del periodismo especializado: el contenido informativo clasificado por área temática y las audiencias (Berganza, 2005). Las secciones específicas de un medio, en cambio, son el sitio donde se desarrollan las prácticas periodísticas especializadas (Martínez Albertos, 1974).

En la Europa de la década de los 60, el periodismo especializado surgió para satisfacer las necesidades de información de quienes estaban interesados en política, justicia, sanidad o relaciones internacionales, temas que integraban un conjunto de información caótico. A esa saturación de información del campo comunicativo, por la proliferación de datos en diversas áreas del saber, se sumó la multiplicación de los medios de comunicación que estaban abiertos a demandas de audiencias más especializadas.

De allí que ese tipo de periodismo se constituyó en uno de los mecanismos de la comunicación de masas para informar sobre un objeto específico de la realidad, a partir del que se generan noticias. En ese sentido, la producción periodística especializada es responsabilidad de profesionales que conozcan de la temática. En el caso de la información internacional, Montserrat Quesada (1998) dice que:

“mientras los corresponsales en el extranjero continúen ejerciendo su profesión como periodistas generalistas y no ya como expertos en el país desde el que envían sus crónicas, no podrán ofrecer a sus lectores la información especializada que todos deseáramos leer”.

Esa cita permite el abordaje del tema de los corresponsales como precursores del periodismo especializado, de los que habla Berganza (2005). A inicios del siglo XX, los medios impresos del Ecuador inauguraron las corresponsalías al interior del territorio. Por ejemplo, *El Comercio* recibió ininterrumpidamente reportes noticiosos de Guayaquil desde 1907.

A fines de esa centuria, en cambio, las corresponsalías se abrieron en el extranjero.<sup>13</sup> Esas oficinas mediáticas de representación internacional cuentan con equipo de periodistas, fotógrafos y movilización propia para cubrir las noticias; en el caso de España, cuatro personas elaboran una parte de *El Comercio* del Ecuador en España, que tiene presencia en *elcomercio.com* y, próximamente, tendrá su propia página *web*.<sup>14</sup>

Desde el periodismo ecuatoriano, entonces, se está contribuyendo al flujo de información, ideas, gente y recursos que se ha dado al interior de las redes migratorias transnacionales.

En el capítulo I se presentó un recuento de los estudios que sostienen que los espacios para migrantes en medios de comunicación en línea son una evidencia del incremento del uso de las NTIC; sin embargo, desde el punto de vista de la industria mediática, la representatividad que los migrantes tienen entre los usuarios en línea es una explicación para el apareamiento de las secciones en línea sobre migración.

Como registra Salas (2004), la mayoría de los lectores de los periódicos ecuatorianos en línea estaba constituida por “ecuatorianos residentes en el exterior”

---

<sup>13</sup> En 2008, *El Comercio* fue el medio con mayor número de corresponsalías. En total, tenía seis en Estados Unidos, Italia, España, Colombia, Perú y Argentina. Por la crisis económica mundial, se han cerrado las corresponsalías en Italia y Perú.

<sup>14</sup> Información obtenida de la entrevista al Editor de *El Comercio* del Ecuador en España y de *elcomercio.com*.

hace cuatro años. Eso no ha variado con el tiempo, por ejemplo, el editor de *elcomercio.com* comenta que

“[Los migrantes] son los lectores que nos leen afuera. Los estudios de mercado nos dicen que básicamente el 50% de la audiencia nuestra está afuera... En sentido, los ecuatorianos de afuera son una audiencia muy importante para nosotros”.

**G.M., 15 de enero del 2008.**

En el caso de *hoy.com.ec*, el 49% de sus visitantes en línea son de América del Norte, Europa y América Latina. Esos datos, no obstante, no pueden interpretarse sin considerar el bajo nivel de acceso a las tecnologías que afecta al Ecuador, como país de procedencia, y a los ecuatorianos en los países de destino y, al mismo tiempo, el enfoque de la Internet como producto cultural.

En los Estados Unidos, los migrantes ecuatorianos estarían limitados al acceso de la Internet porque estudios recientes han demostrado que las computadoras y la red de redes no ha ingresado a la cotidianidad de la mayor parte de la población latina; adicionalmente, esos emigrantes provenían principalmente de zonas rurales y de niveles de educación bajos (Rivas y Rodríguez, 2003 en Mejía, 2005).

En España, en cambio, los migrantes tienen una relación más estrecha con las NTIC. A marzo del 2005, en Madrid, Jacques Ramírez (2007) ubicó a 147 ecuatorianos quienes eran propietarios de locutorios donde se ofrecen servicio de envío de giros y se distribuye gratuitamente periódicos de diferentes organizaciones de migrantes. Las funciones de esos medios, a decir de ese autor, son el informar sobre la situación migratoria en España y el proporcionar noticias sobre los acontecimientos más relevantes ocurridos en el Ecuador.

Esas diferencias entre países donde se han trasladado los ecuatorianos son explicables a través del concepto de brecha digital, que se refiere al contraste socioeconómico entre las comunidades que tienen Internet y las que no lo tienen, en un mismo espacio o en distintos espacios geográficos. Históricamente, esa “grieta” se originó cuando apareció el teléfono que proveía beneficios y privilegios a quienes tenían acceso a este medio de comunicación; en ese escenario se llamó brecha “analógica”.

En todo caso, el dato de la distribución de periódicos con información de interés para los emigrantes permite ampliar el criterio de Santamaría y Vázquez (2005) de que

los inmigrantes legales y/o indocumentados pueden ser vistos como una garantía de la existencia de la comunicación masiva que habla de los “otros” habitantes de los países de destino de las diásporas.

Aunque ellos analizan el fortalecimiento y desarrollo de los medios tradicionales y en línea de habla española en los Estados Unidos, su planteamiento es importante porque abre la posibilidad de pensar que entre los usuarios de los periódicos ecuatorianos en línea están, también, aquellos que no han obtenido la residencia legal o la naturalización.<sup>15</sup>

Esto último sintoniza con el enfoque de la red de redes como producto cultural que plantea que el índice de penetración de Internet no incluye a esa audiencia significativa que, sin ser parte de una “elite técnica”, se ha apropiado de esa tecnología digital en un contexto determinado (Cfr. Hine, 2000:28-29).

Desde esa mirada, entonces, es posible la inclusión de los ecuatorianos migrantes sin residencia legal entre los usuarios de los periódicos en línea. En los dos capítulos siguientes, se registrarán experiencias de cómo están emergiendo la construcción colectiva de contenidos y la interactividad social a partir de los usos concretos de los entornos mediáticos en línea.

---

<sup>15</sup> Según Herrera et al. (2005), los mestizos e indígenas del primer flujo migratorio internacional han legalizado su situación en un proceso lento. Desde la segunda ola migratoria, en cambio, el endurecimiento de las políticas migratorias de los países de destino ha obligado a que un gran porcentaje de ecuatorianos continúe como indocumentado. A esos datos se suman las estimaciones de Villamar (2004) de que por cada ecuatoriano censado en los Estados Unidos, habría dos no registrados.

### CAPÍTULO III

## LA GESTIÓN EN LÍNEA DE CONTENIDOS SOBRE MIGRACIÓN ECUATORIANA: LA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA EMPIEZA A EMERGER

En líneas anteriores se analizó la presencia mediática *on line* de la migración internacional. A partir del recuento histórico de la modernización tecnológica de los periódicos y el registro de datos sobre la representatividad de los lectores en línea de los países de destino, la creación de espacios con información exclusiva de migración y el apareamiento de periódicos para emigrantes ecuatorianos, se evidenció la conexión entre periodismo y migración.

Este capítulo se centra en la gestión en línea de contenidos sobre el fenómeno migratorio; específicamente, en quienes ejercen las funciones de diseño, revisión, almacenamiento, aprobación, publicación y archivo de los datos que puedan ser vistos, oídos o leídos en la *web* (Rojo, 2004). Su fin es doble: a) a partir de la reflexión sobre el entorno en el que se gestan los datos en línea, se analizan determinadas percepciones que los miembros de los equipos de redacción de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* tienen sobre los migrantes, las mismas que influyen en la elaboración, reproducción y puesta en circulación de los datos, y b) se evidencia que la relación entre la versión *on line* y la versión impresa de esos tres medios ha instaurado otra dinámica para gestionar contenidos en línea en los que están participando los usuarios migrantes, aunque de manera limitada y sin responder necesariamente a la coyuntura periodística.

El entorno mediático tiene factores que influyen para que un periódico *on line* elabore, replique y difunda cierto tipo de contenidos. A decir de Lourdes Martínez (2004), esos condicionantes son la configuración del medio en el que se ejerce la labor periodística, el público al que se dirige, las dimensiones que el espacio y el tiempo adquieren al interior del medio *on line* y el estilo del periodista sin perder de vista las perspectivas de la hipertextualidad y la interactividad. En esta investigación, se incorpora también a la conectividad que, según la corriente de los efectos en los medios digitales que se abordó en el Capítulo I, explica la conexión entre usuarios sin una relación previa y un espacio físico común.

Sobre el estilo, más que la capacidad expresiva del periodista, interesan determinadas percepciones que los gestores de información en línea tienen sobre los usuarios migrantes y sus preferencias informativas. Esas ideas son comparadas con el tipo de notas que se produce o reproduce a partir de los enfoques de la migración desde la economía, ciudadanía, cultura, deportes, derechos humanos, vínculos con el país y transformación de vidas, que coinciden con el contenido de las secciones informativas en las que se difunden las notas sobre el fenómeno migratorio. Ese cotejo toma en cuenta al interaccionismo simbólico que, como se mencionó en el capítulo I, plantea que el ser humano orienta sus actos hacia las personas o cosas en función de lo que éstas le significan.

Del entorno mediático se irá a la correspondencia entre la versión en papel y la versión *on line*, que es evidente para cualquier persona que compare los temas noticiosos impresos con los que están en pantalla. Sin embargo, su análisis como una relación en doble dirección muestra que los periódicos en línea están también alimentando lo impreso, incluyendo las publicaciones especializadas, y que los gestores de contenidos de las versiones en papel y en pantalla han incorporado a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) como herramientas de trabajo y de mediación social.

La utilización de las NTIC en la construcción de los contenidos *on line* es importante para la intervención de los usuarios migrantes. Esa elaboración conjunta de datos no es aún leída como la posibilidad de que otros individuos que no son miembros de un medio de comunicación *on line* puedan contribuir en la construcción de información periodística. La idea de que los usuarios migrantes son más participativos por las facilidades tecnológicas está presente, pero no va más allá de la anécdota.

Se exploran, también, los conceptos que los editores, reporteros y diseñadores *on line* tienen sobre la coyuntura y la interactividad. De acuerdo con la propuesta teórica de Pedro Antonio Rojo (2004), la interactividad es clave para la gestión de contenidos en línea. Según el trabajo de campo, ese concepto compite con la coyuntura periodística que es una guía para la elaboración de noticias en los medios de comunicación, como los son los periódicos *on line*.

Por eso, al final se registran ejemplos de notas sobre migrantes producidas entre periodistas en línea y ecuatorianos que han salido del país, que tienen electrónicamente

presencia en espacios sobre migración a pesar de que la coyuntura haya cambiado. Esas experiencias dan cuenta de que la producción colectiva está emergiendo en los periódicos *on line*.

Metodológicamente el punto de vista usado en el trabajo de campo fue el de la etnografía para establecer una conexión, a través de la movilidad física, entre usuarios migrantes y gestores de contenidos de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*. Esos tres medios de comunicación en línea fueron el contexto de la gestión de contenidos, es decir, donde se registraron procesos sociales de producción que, junto a los procesos sociales de uso que se abordarán en el capítulo siguiente, moldearon a la Internet como un producto cultural.

Por medio de una observación participante durante 12 semanas, distribuidas entre enero y septiembre de 2008, se recopiló información sobre la elaboración, reproducción y puesta en circulación de contenidos sobre la migración internacional de ecuatorianos. Además, se hicieron entrevistas a profundidad a tres grupos de informantes: editores/coordinadores, redactores y diseñadores. El perfil de los primeros fue hombres y mujeres de 25 a 50 años, con formación académica de economía y comunicación social. En el grupo de redactores se incluyeron a hombres y mujeres jóvenes, entre 23 y 30 años, estudiantes y periodistas. Finalmente, el perfil de los diseñadores fue mayoritariamente femenino (66%), con formación académica diversa: diseño gráfico, diseño *web* e ingeniería en sistemas.

### **Percepciones sobre los migrantes ecuatorianos en un entorno mediático de gestión de contenidos en línea**

Desde su nacimiento en el siglo XIX, los *mass media* han sido organizaciones comerciales orientadas a la producción de bienes de consumo simbólico (Thompson, 1998). Si se parte del contenido como valor principal de todo medio de comunicación, la diferencia entre *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* es mínima.

En un mismo soporte técnico, como la Internet, el contenido se convierte en el dato visible, audible y legible desde donde se pueden rastrear los factores que lo condicionan (Cfr. Martínez, 2004: 116). El medio, el público, las dimensiones espacio-temporales y el estilo periodístico son determinantes no exclusivas de los medios *on line*. En estos, no obstante, la comprensión de esos factores no puede prescindir de la

hipertextualidad, la conectividad y la interactividad que son parte del entorno donde se gestan los contenidos en línea, como se mencionó en el Capítulo I.

Del trabajo de campo realizado, varios informantes y miembros de redacciones *on line* se refirieron a las características de ese contexto de elaboración, reproducción y puesta en circulación de contenidos mediáticos:

El tema fuerte es la actualización de las noticias, eso es lo que hacemos. El otro tema fuerte es la interactividad en los distintos espacios que hay: los foros, las encuestas, los comentarios de las noticias, las calificaciones de las noticias, los e-mails. Pedimos que nos envíen fotografías, ese tipo de cosas.

**Editor de *elcomercio.com*.**

(...) Nosotros trabajamos sobre el momento. Lo que le distingue [a la versión en línea] es el criterio para encontrar velozmente la información ese momento y tenerla siempre lista ese momento, a la mano ese instante y poder alimentarlo con otros contenidos, otras cosas multimedia.

**Editora de *hoy.com.ec*.**

Los chicos [los redactores] ingresan la información; ellos mismos a la base y hacen los *links*, enlaces de las notas desde la página.

**Diseñadora de *hoy.com.ec*.**

Aquí en el *on line* si bien yo tengo fuentes de todos lados, no tengo ese contacto. Pierdo ese contacto con la gente. Llamo por teléfono, a muchos [contactos] les conozco solo por nombre. Sí, o sea, exactamente estoy revisando información de las agencias de noticias y los de la competencia.

**Redactor de *hoy.com.ec*.**

A partir de estas citas, se colige que los periódicos *on line* son un nuevo y múltiple entorno mediático para el periodista y su rutina profesional porque el ritmo de la búsqueda de información se acelera ante la posibilidad de publicar más rápido a través de la WWW, el contenido tiene un valor complementario en los respaldos multimedia, la *web* se convierte en herramienta de trabajo para documentar las notas, el acceso a las fuentes no requiere de un espacio físico, la presentación de los datos incluye la lectura no secuencial por medio de enlaces, la oferta informativa se ubica en los distintos entornos de la Internet (correo electrónico, foros, *chats*) para la interacción entre usuarios y la formación periodística se amplía al uso de las NTIC.

En palabras de Lourdes Martínez, todas esas diligencias hacen del periodista un gestor de contenidos *on line*; sin embargo, hay factores inherentes a la empresa mediática en la que ejerce su profesión y factores exógenos relacionados con un macro entorno que deben ser considerados para una lectura integral del contexto en el que produce, reproduce y pone en circulación los datos en línea sobre migración.

Siguiendo la propuesta teórica de esa autora, la configuración de un medio *on line* es determinante por tres aspectos: su vocación informativa que puede ir desde lo general hasta las distintas temáticas de especialización; su organización interna para distribuir funciones y su línea editorial que define la jerarquía de las informaciones. Este último concepto tiene una estrecha relación con el concepto de público que, también, condiciona la selección y el tratamiento de la información.

Pero, el enfoque de Martínez no considera la percepción como un determinante para la gestión de contenidos en línea a pesar de que es un componente del conocimiento individual de los editores y redactores quienes, a su vez, toman decisiones de producción, reproducción y puesta en circulación a partir del tipo del medio en el que trabajan y de los usuarios para los que se elabora información. Entre los miembros de las redacciones de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, hay ideas sobre quiénes son los migrantes y qué tipo de información prefieren, que orientan la producción, reproducción y puesta en circulación de notas sobre el fenómeno migratorio. En algunos casos esas percepciones son el resultado de la interacción social a través de la tecnología, como se muestra en las secciones siguientes.

- ***Elcomercio.com, hoy.com.ec y elmigrante.com.ec y su clasificación***

Con un análisis de los formatos de los tres periódicos, se confirma que las versiones digitales de El Comercio y de Hoy tienen una inclinación a lo general frente a la de El Migrante Ecuatoriano que se inclina por lo especializado. La oferta informativa de los dos primeros incluye notas propias y de agencias sobre política, economía, leyes, deportes, opiniones, aspectos sociales, mundo, tecnología, cultura y migración, con enlaces hipertextuales a páginas *web* oficiales o institucionales.

De esas temáticas, las noticias internacionales, deportivas y de política ecuatoriana son las que tienen mayor frecuencia según una muestra de 4 ediciones de cada uno de esos medios en línea; la migración, en cambio, es la temática más transversal porque está presente en secciones de opinión, internacional, economía, deportes y espacios específicos sobre migración.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> Entre el 1 y el 4 de diciembre de 2007, *elcomercio.com* difundió 92 notas en la sección “Mundo”, 79 en la sección “Deportes” y 63 en sección “Política” mientras, entre el 1 y el 4 de febrero de 2009, *hoy.com.ec* publicó 64 notas internacionales, 43 notas deportivas y 64 notas políticas y relacionadas con provincias. La temática migratoria estuvo presente en cuatro notas de las secciones negocios, deportes y judicial de *elcomercio.com* mientras *hoy.com.ec* publicó cuatro notas relacionadas con los migrantes ecuatorianos en los espacios de opinión, última hora y Punto de encuentro del migrante.

La lectura en línea se puede extender a través de *links* a material audiovisual, notas relacionadas a una misma edición o ediciones de archivo, en el caso de *hoy.com.ec*, mientras los enlaces a otros productos informativos del mismo grupo mediático están en secciones específicas de la página principal -“Productos” en *elcomercio.com* y “Suplementos” en *hoy.com.ec*-.

Para ilustrar de mejor manera, se presenta una sistematización de los enlaces de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* que están relacionados con esa vocación general:

**elcomercio.com**

Encabezado y secciones:

**elcomercio.com**

[Política](#) [Opinión](#) [Judicial](#) [Negocios](#) [Deportes](#) [Quito](#) [Ecuador](#) [Mundo](#) [Sociedad](#)

[Cultura](#) [Interactivo](#) [Video y audio](#) [Revistas](#) [Edición Digital](#) [Educación](#) [Arteeducarte](#) [Blogs](#)

Enlaces a productos del mismo grupo mediático:

PRODUCTOS

- [MÁS](#) >>
- [LÍDERES](#) >>
- [EL COMERCIO](#) >>
- [XONA](#) >>
- [familia](#) >>
- [arteducarte](#) >>
- [educación](#) >>

Enlaces a información específica sobre migración:

[ECUATORIANOS EN EL MUNDO](#) [ecuatorianos@elcomercio.com](mailto:ecuatorianos@elcomercio.com)

[Truquitos para Quito](#) | [Abrazando el rock](#) | [SMS](#) | [Ecuatorianos en el mundo](#)

Fuente: *elcomercio.com*

Encabezado y secciones:



[Actualidad](#)

[Cultura](#)

[Deportes](#)

[Dinero](#)

[Entretenimiento](#)

[Internacional](#)

[Multimedia](#)

[Opinión](#)

[País](#)

[Sociedad](#)

[Última Hora](#)

Enlaces a productos del mismo grupo mediático:

---



[Blanco y Negro](#)



[Especiales Domingo](#)



[Revista HOY Domingo](#)



[Revista Multimedia Sí](#)



[Revista infantil Cometa](#)

Enlaces a información específica sobre migración:

Sección | [Migrantes](#)

[El punto de encuentro del migrante](#)

Fuente: *hoy.com.ec*.

*Elmigrante.com.ec*, en cambio, es un medio de comunicación especializado en el fenómeno migratorio. Reproduce en su totalidad las ediciones mensuales de El Migrante Ecuatoriano y tiene la sección “Noticias Migración” con notas que se actualizan diariamente; sin embargo, su página principal privilegia información sobre política, economía, leyes, turismo y gastronomía del Ecuador con enlaces a otros medios *on line*, como *elcomercio.com*, *eluniverso.com*, *cre.com.ec* y *ecuadorinmediato.com*, y a otros sitios digitales donde se comparten videos, como *Youtube*.

Para aclarar lo anterior, se presenta una sistematización de los *links* a los que los usuarios de *elmigrante.com.ec* acceden para tener información propia o reproducida de otros medios en línea.

<i>elmigrante.com.ec</i>
Encabezado y secciones

Secciones:
<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">Actualidad</a> en Ecuador</li><li>• Ecuador inmediato</li><li>• El Migrante Ecuatoriano Youtube</li><li>• Saludos desde el Mundo</li><li>• Noticias de migración</li><li>• Música del Ecuador</li> <li>• <a href="#">Gastronomía ecuatoriana</a></li></ul>

Fuente: *elmigrante.com.ec*.

Anteriormente, se mencionó que la competencia en línea por los “lectores” es una de las razones por la que los portales digitales de los diarios crean servicios adicionales a la difusión de contenidos. Para Martínez, los medios en línea de información general se ven obligados a profundizar sus informaciones a través de los enlaces hipertextuales para no perder potenciales usuarios, sin embargo, no menciona a los medios especializados ni a la información específica sobre migrantes.

De acuerdo con el trabajo de campo, la inclusión de datos generales en periódicos *on line* sobre migración tiene relación con el nexo entre los individuos de la

diáspora y el país; pero, esa búsqueda de conexión está, también, presente en los medios con información general que tienen datos específicos sobre el fenómeno migratorio. En ese contexto, se entienden las reflexiones de los editores de *El Migrante Ecuatoriano* y *elcomercio.com*, y el diseñador de *elmigrante.com.ec*:

(...)La página *web* se creó para ser un nexo, una ventana de servicio propuesta de nosotros. Aquí está básicamente lo que se puede ofrecer: las noticias, las ediciones anteriores, noticias frescas con ecuatorinmediato, están videos, cuestión de leyes.

**Editor de *El Migrante Ecuatoriano*.**

(...) Ahorita es más información, como para mantener informados a los de afuera. Ahorita no está tan enfocada a la migración. Está más enfocada que los migrantes entren a la página y se sientan más cerca de Ecuador.

**Diseñador de *elmigrante.com.ec*.**

De manera importante, nosotros tratamos de tener información de los ecuatorianos en el exterior. Tenemos una sección especializada en ese tema, que tiene un buen predicamento. Tratamos siempre ser un nexo entre el Ecuador y el mundo, digamos. Es un tema importante para nosotros.

**Editor de *elcomercio.com*.**

Estas citas muestran que hay un auto-reconocimiento de los medios de comunicación en línea como un punto de intersección de productores de información sobre migración y consumidores migrantes. Pero, sobre todo, evidencian una primera percepción sobre quiénes son los ecuatorianos que han salido del país: son personas desconocidas –por eso, se trata de tener información sobre ellos- quienes, a su vez, desconocen lo que está sucediendo en Ecuador –por eso, se les quiere mantener informados.

En palabras del interaccionismo simbólico (Blumer, 1981), las personas interactúan con otras a partir de los significados que esas personas tienen para ellas. A partir de esa premisa, es posible establecer que *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* difunden contenidos multimedia sobre el fenómeno migratorio porque reconocen en los migrantes a esos “lectores” de los que habla Martínez, a quienes se les posibilita un puente informativo con su país.

Esa primera percepción, no obstante, no es suficiente para comprender por qué *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* seleccionan unos contenidos y no otros, les dan un tratamiento, un estilo y un lenguaje determinado. A decir de Martínez (2004), esas interrogantes son posibles de responder a partir del público al que se dirige un medio de comunicación.

- **El público de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

En el capítulo anterior se registró con estadísticas que el país de origen de los usuarios de los medios en línea coincide con los países de destino de la diáspora ecuatoriana; sin embargo, no se amplió el perfil de ese tipo de público.

Ese concepto condiciona la selección y elaboración de los contenidos mediáticos. Como en los medios tradicionales, en la Internet hay una segmentación de la información en lo económico, lo político, lo cultural, lo social, lo internacional o lo deportivo que incluye un estilo de redacción y un lenguaje específicos. Sin embargo, la diferencia en la *web* es que esa clasificación de la información es más pronunciada manifestándose en la creación de cibercomunidades en torno a intereses comunes muy específicos (2004).

En Ecuador, secciones para ecuatorianos migrantes en periódicos en línea han sido estudiadas como espacios comunicativos para enviar y recibir mensajes, pero no como plataformas de comunidades virtuales. Habría que indagar más sobre ese tema como lo han hecho, por ejemplo, Santamaría y Vásquez que analizaron a las comunidades hispanas en los Estados Unidos y sus medios de comunicación. Su conclusión principal es que las personas que buscan el mantenimiento de vínculos son los hijos de inmigrantes, los latinos de primera generación nacidos en el país de destino, porque las publicaciones en Internet en lengua española “necesitan de una acción deliberada y voluntaria para hacer uso de ellas. Obligan a que su usuario domine esa lengua más allá de simplemente hablarla o entenderla de manera oral...” (2005).

Aunque se requiere que los usuarios registren su nombre, el correo electrónico y el país donde están ubicados para comentar una nota periodística o enviar saludos, al interior de *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* no hay una idea clara sobre los migrantes ecuatorianos que forman parte de su público.<sup>17</sup>

El caso de *elcomercio.com* es diferente. Las estadísticas que maneja la Unidad Digital del Grupo El Comercio, que es el departamento responsable de la información para los anuncios pautados en la versión en línea de El Comercio, son conocidas por el

---

<sup>17</sup> De acuerdo con las entrevistas a profundidad que se hicieron para esta investigación, los miembros de ambas redacciones en línea presumen que los usuarios migrantes son hombres y mujeres jóvenes que conocen el español y saben utilizar la Internet. Por estadísticas de Google Analytics, el *webmaster* de *elmigrante.com.ec* presume que la mayoría de los usuarios migrantes están en países latinoamericanos y europeos (Anexo 2).

editor y la redactora de “Ecuatorianos en el mundo”; sin embargo, no han sido socializadas a otros miembros del equipo de redacción.<sup>18</sup>

Según los datos estadísticos de la Unidad Digital, la audiencia de *elcomercio.com* está compuesta en un 53 por ciento por hombres y en un 47 por ciento por mujeres con edades entre los 18 y más de 45 años. Del 100 por ciento de su público, 44 por ciento tiene entre 25 y 34 años mientras el 21 por ciento tiene de 35 a 44 años. Las personas de 45 años o más representan el 18 por ciento e individuos entre 18 y 24 años suman el 17 por ciento; adicionalmente, el 59 por ciento tiene universidad completa, el 23 por ciento cuenta con estudios de postgrado, el 9 por ciento tiene estudios universitarios incompletos mientras el nueve por ciento restante tiene estudios técnicos.<sup>19</sup>(Anexo 3)

Al comparar los datos de género con los resultados de las encuestas del INEC-SIEH y ENEMDU, recogidos por UNFPA – FLACSO Ecuador, son prácticamente iguales. Sobre la base del Censo de Población y Vivienda 2001, este último estudio señala que “los hombres siguen emigrando más que las mujeres, 53% versus 47% del total de emigrantes en el periodo 1996-2001” (2008:19). Con variaciones porcentuales menores al tres por ciento, esa diferenciación por sexo se mantiene en las encuestas de empleo, desempleo y subempleo 2006 y 2007.

En el cotejo de los datos del nivel de instrucción, en cambio, se encontraron diferencias. El estudio de UNFPA- FLACSO Ecuador señala que la mayoría de los emigrantes (45,7 por ciento en el caso de los hombres y 49,7 por ciento en el caso de las mujeres) tiene educación secundaria completa o incompleta mientras un promedio de 19,7 por ciento tiene estudios universitarios. Es decir, que la mayoría de los usuarios migrantes de *elcomercio.com* corresponden a ese casi 20 por ciento de población con instrucción superior.

A partir de la información de Ecuador como país de origen, a manera de suposición, en el estudio de UNFPA- FLACSO Ecuador se plantea que la población con papeles de residencia tiene mayores niveles educativos que la indocumentada en

<sup>18</sup> “De lo que sé es que la mayor parte de los usuarios están en el exterior. Yo creo que son, me imagino, un público entre 25 y 40 años”, es la respuesta que dio la diseñadora de *elcomercio.com* al preguntarle sobre el perfil de los usuarios migrantes.

<sup>19</sup> Esa información es el resultado de la sistematización del “Registro de usuarios” que es un formulario exigido en ese medio de comunicación *on line* para suscribir digitalmente a una persona que quiera comentar, corregir, chatear, participar en foros y suscribirse a noticias. El recurso humano de esa unidad, que en el *hoy.com.ec* es la Dirección Nacional de Mercadeo y Ventas, no interviene en la producción de información en línea.

Estados Unidos. En el caso de la inmigración ecuatoriana en España, ese mismo estudio destaca la relación entre niveles de instrucción y tasas de actividad de los migrantes mientras que en Italia se concentra la mano de obra en la economía del cuidado, respondiendo a la feminización del flujo.

Esa información tan específica sobre el perfil sociodemográfico del migrante ecuatoriano no es parte de las percepciones del equipo de redacción de *hoy.com.ec* y de *elmigrante.com.ec*, tampoco se incluye en las estadísticas de *elcomercio.com*. Sin embargo en este último periódico, los datos estadísticos sobre los ecuatorianos que han salido del país son usados por quienes ocupan cargos directivos para entender que “la comunidad de migrantes ecuatorianos es muy diversa, básicamente están haciendo servicios. Pero hay gente que hace moda, que hace ciencia, gente que está en la academia, gente empresaria que le va muy bien. Es la minoría pero hay”.<sup>20</sup>

La redactora de la sección “Ecuatorianos en el mundo” ha construido desde 2004 un registro de e-mail de los ecuatorianos en el extranjero; a esa base de correos electrónicos, acude “para conseguir fuentes y hacer historias”. Esta última acción es importante para abordar la relación entre elaboración y puesta en circulación de contenidos sobre migración internacional y las distintas percepciones sobre las preferencias de información de los usuarios migrantes. La consecución de “fuentes” entre los usuarios migrantes, en cambio, se analizará más adelante en la sección de la construcción colectiva de datos *on line* sobre migración.

De las entrevistas a profundidad en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, se colige que hay dos mecanismos que guían la producción, reproducción y difusión de ciertos tipos de contenidos multimedia sobre el fenómeno migratorio: el chequeo de los mensajes electrónicos que llegan a las redacciones en línea y el conteo de visitas a secciones, foros de discusión asincrónica o especiales informativos de los medios *on line*.

Sin distinguir entre usuarios internos y usuarios migrantes, el correo electrónico es el entorno de la Internet más usado. A diario, los miembros de las redacciones de las tres unidades de análisis de esta investigación calculan que llega por lo menos cinco e-mail de los ecuatorianos que han salido del país a los correos generales de *elcomercio.com* ([contactenos@elcomercio.com](mailto:contactenos@elcomercio.com)) y de *elmigrante.com.ec*

---

<sup>20</sup> Entrevista 2 al editor de *elcomercio.com*.

([info@elmigrante.com.ec](mailto:info@elmigrante.com.ec)) o los correos de sección como [ecuatorianos@elcomercio.com](mailto:ecuatorianos@elcomercio.com) o correos personales como [syopez@hoy.com.ec](mailto:syopez@hoy.com.ec).<sup>21</sup> Ese cálculo de e-mail, no obstante, es relativo porque no todos los remitentes colocan su domicilio o lugar de residencia.

En esos mensajes electrónicos, los usuarios migrantes envían saludos o felicitaciones, solicitan o dan información, y hasta reportan dificultades técnicas en las páginas *web*.<sup>22</sup> A partir de esos remitidos, los editores y redactores *on line* se forman otra percepción sobre los usuarios como “relativamente activos” porque entran en contacto con los productores de información pero no lo hacen de manera continua; sin embargo, sus mensajes son leídos como la posibilidad de “tomarles el pulso” o “saber lo que quieren y les gusta”.<sup>23</sup>

Ese seguimiento a los usuarios migrantes se completa con el conteo de visitas a las secciones de *elcomercio.com*, *elmigrante.com.ec* y *hoy.com.ec*.<sup>24</sup> En este último medio en línea, por ejemplo, la información más vista está en la portada (*home page*), deportes, política, dinero y opinión mientras que en *elmigrante.com.ec* los contenidos más consumidos tienen relación con la *home page*, farándula, saludos, embajadas y consulados y actualidad (Anexos 4 y 5).

En *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* se da un seguimiento de visitas a los espacios interactivos y especiales informativos que son producción propia. En ese contexto, se entienden las siguientes reflexiones:

“A veces tenemos una propuesta, hacemos una propuesta de un *blog* y no tenemos acogida y no nos escriben. A veces, en cambio, ponemos otro *blog* y tenemos

---

<sup>21</sup> Al momento de aplicar el método etnográfico en *elcomercio.com*, no se pudo negociar el acceso a e-mail enviados a [contactenos@elcomercio.com](mailto:contactenos@elcomercio.com) y [ecuatorianos@elcomercio.com](mailto:ecuatorianos@elcomercio.com) para un trabajo de sistematización que de cuenta si los hombres o las mujeres son quienes más envían información o qué tipo de información se envía. En *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, se resolvió no insistir en el conteo de ese tipo de correos electrónicos para mantener una coherencia con capítulos I y II en los que se establece un comparativo de las tres unidades de estudio. Sin embargo, sí se recolectaron mensajes electrónicos ilustrativos de la construcción colectiva de notas periodísticas sobre migración.

<sup>22</sup> El 6 de julio de 2008, por ejemplo, Pilar Fisher escribe un mensaje electrónico a la editora de *hoy.com.ec* preguntando si hay algún contratiempo porque no se ha subido a la *web* la edición de ese día a pesar de que son las “8:13 am hora de Ecuador”.

<sup>23</sup> Esas frases entrecomilladas fueron dichas por los editores de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* al ser consultados sobre los mecanismos de comunicación entre productores de información en línea y usuarios de esas páginas *web*.

<sup>24</sup> Entre el 6 de abril y el 5 de mayo de 2008, 364.280 visitaron *hoy.com.ec*, en cambio, *elmigrante.com.ec* recibió 3.362 visitas entre el 1 de julio y el 19 de septiembre del 2008. En enero de 2008, *elcomercio.com* recibió 583.249 visitas y su promedio mensual es de 500.000.

mucha acogida. A eso me refiero, uno va aprendiendo qué es lo que puede hacer con los lectores y qué no; eso es tomarle el pulso al lector”.

**Editor de *elcomercio.com*.**

“Me doy cuenta por los registros de tráfico, cuáles fueron las notas más leídas, puedo ver qué tantas veces se leyó una noticia. Por ejemplo, últimamente las que más se leen son las de la Liga, así me doy cuenta de las notas que más les gusta. Opinión les encanta, es una de las cosas que más se que leen porque son conocidos los editorialistas del Hoy. [En] Mi personal percepción, creo que las notas de opinión son más leídas por los usuarios del Ecuador pero el tipo de nota [que le gusta al migrante] sé a través de los registros y el resto a través de los e-mail que envía”.

**Editora de *hoy.com.ec*.**

Esta última cita es importante porque incluye abiertamente la percepción de un miembro de la redacción en línea de *hoy.com.ec* sobre las preferencias de información de los usuarios migrantes. En ese medio en línea, redactores y editora están seguros que a los ecuatorianos que han salido del país y a los que no han emigrado les interesa la información general sobre el país y les llama la atención el deporte; por eso, dicen que “tienen más o menos los mismos intereses que el ecuatoriano acá” o “se va allá con los mismos gustos, con algunas variantes como la migración”.<sup>25</sup> A partir de esas citas entrecomilladas, se entendería además por qué las temáticas deportivas y de política ecuatoriana tuvieron mayor frecuencia en la muestra de cuatro ediciones que se mencionó en líneas precedentes.

Esa percepción sobre las preferencias de información deportiva se repite en el equipo de redacción de El Migrante Ecuatoriano. Aunque ni el editor ni el redactor establecen similitudes entre ecuatorianos migrantes y no migrantes, coinciden en que los deportes “no se pueden dejar de poner porque interesa mucho a los migrantes”; según su percepción, otras temáticas que están dentro de las preferencias de información son lo político, lo religioso y lo turístico. De hecho, la versión en papel de ese periódico, que se reproduce en pantalla, tiene las secciones “Al día”, con información política y judicial del país; “Tradición”, con notas sobre pregones y romerías; mientras la versión en línea tiene la sección “Ecuador” con los enlaces “Símbolos patrios”, “Gastronomía” y “Turismo”.

En el caso de *elcomercio.com*, el equipo de redacción cree que a los migrantes les interesa todo tipo de información en el país pero, por las actividades laborales que

---

<sup>25</sup> En las entrevistas a profundidad a la editora de *hoy.com.ec*, y a uno de los redactores esas fueron las respuestas al ser consultados sobre las necesidades informativas de los usuarios migrantes.

realizan, requieren de información puntual; por eso, se pensó en que El Comercio del Ecuador, que circula en España, sea un semanario y no un diario.

- **Estructura de *elcomercio.com.ec*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

Por los temas que abordan, entonces, *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* se dividen en medios de información general e información especializada; sin embargo, no existe una clasificación que determine cuantitativamente entre medios en línea grandes o pequeños. Varios autores sostienen que una redacción *on line* es de menor dimensión cuando una misma persona ejerce varias funciones al mismo tiempo (Martínez, 2004; Salas, 2004). Albornoz (2004) amplía esa reflexión al especificar que el recurso humano está compuesto, en gran parte, por profesionales recién graduados o estudiantes que están realizando sus prácticas laborales.

Si bien la lectura académica de ese último autor fue una guía para clasificar entre miembros temporales y miembros permanentes del equipo de redacción *on line* de *elcomercio.com*, se desdibujó al interior de los otros dos medios en línea donde la categoría de estudiantes no es importante frente a las categorías de editor, diseñador ó redactor.

A partir de una nota de campo de marzo de 2008, se registra la existencia de tres equipos de trabajo (matutino, vespertino y pasantes) al interior de *elcomercio.com*. El primero está compuesto de un economista (editor), una estudiante de diplomado (coordinadora), una magíster en periodismo deportivo, una diseñadora y dos licenciados en Comunicación. Ese equipo se encarga de la actualización y coberturas periodísticas para el material propio del puntocom, como videos, audios, fotos; también, realiza monitoreo de medios y edición de noticias. El equipo de la tarde, en cambio, está compuesto por dos licenciados en Comunicación recién graduados que suben la versión impresa de El Comercio a la página *web*; pero, también, hacen actualizaciones de noticias hasta las 23:00 aproximadamente. Los pasantes son personal “rotativo” de hasta seis meses y se encargan de revisar los comentarios que se han hecho a las notas periodísticas antes de que esas opiniones se publiquen, y subir las versiones impresas de Construir, La Familia y otros productos del grupo El Comercio.

En *elmigrante.com.ec*, la incorporación de la edición impresa a la *web*, el monitoreo constante de las notas sobre migración en otras páginas digitales y medios de

comunicación *on line*, la moderación de saludos, la búsqueda y reproducción de videos y música son responsabilidad de una sola persona: el diseñador de la página quien es un estudiante de Informática. Él trabaja directamente con el director y fundador de ese periódico mensual especializado en migración; de acuerdo con las indicaciones de la máxima autoridad, se encarga de incorporar nuevos enlaces o redistribuir los espacios de ese periódico en línea. No tiene horario de trabajo pero de lunes a domingo sube por lo menos una nota de otros medios de comunicación *on line*. En ese medio en línea, no hay producción informativa a diferencia de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*.

En este último, la diseñadora es la única que ha terminado su carrera profesional y tiene título de tercer grado. Su condición académica, sin embargo, no impide que cumpla actividades que en *elcomercio.com* son responsabilidad de los redactores y los pasantes. La diseñadora delinea electrónicamente los espacios de los especiales, sube las versiones impresas de las revistas (*Newsweek* y *Hoy Domingo*) y los libros impresos por la editorial de Hoy; pero, también, es la encargada de subir las grabaciones en audio que se obtienen del primer monitoreo de la mañana a los noticieros televisivos.

La flexibilidad de funciones se registra, también, entre otros miembros del equipo de la redacción. Si bien la editora cumple las mismas actividades que el editor de *elcomercio.com* al monitorear el material que se sube constantemente en la página *web*, aprobar la selección previa de notas de agencias o material audiovisual hecha por los redactores, sugerir cambios de diseño en la portada del *on line*, revisar los e-mail de los usuarios *web* y ser el nexo principal con los editores de la versión impresa, es la responsable en la mayoría de veces de los especiales informativos que se suben a la página *web* como lo hacen la coordinadora y los redactores de la versión en línea de El Comercio. De lunes a viernes por la mañana, hay un redactor que se encarga de actualizar las noticias e incorporar las notas de la sección “Última hora”; también, recibe por mensajes de celular el reporte de los periodistas de la sección impresa. Por la tarde, hay dos redactores que se encargan de subir la versión impresa de Hoy y actualizar la información del *on line* a través del monitoreo del cable. Los fines de semana, un redactor realiza la actualización de notas en compañía de otro de los redactores que trabaja entre semana.

Aunque la redacción del *hoy.com.ec* tiene menos recurso humano que la de *elcomercio.com*, ambos medios son pequeños por su organización. Esa característica no

pasa desapercibida entre las autoridades al compararse con las versiones digitales de medios que son referentes mundiales, como el *New York Times* o *El País*.<sup>26</sup> La organización en *elmigrante.com.ec*, en cambio, es mínima porque hay una sola persona.

Al interior de la redacción de El Migrante Ecuatoriano y las otras dos redacciones *on line*, hay un orgánico funcional. Del trabajo de campo realizado, varios informantes hablaron sobre las tareas al interior de un equipo de redacción periodística en las que el editor tiene un papel protagónico. Con él, se planifican los temas, su estilo (géneros periodísticos que se utilizarán) y los recursos gráficos (fotografías, audios, videos). En el caso de la versión en papel de *elmigrante.com.ec*, el editor es quien revisa las notas antes de que pasen al diseñador y, en el caso de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, es quien decide la puesta en circulación de un material multimedia.

Aunque la presentación visual de las versiones *on line* son de su exclusiva responsabilidad, el *webmaster* de *elmigrante.com.ec* y las diseñadoras de *elcomercio.com* tienen una influencia limitada en los contenidos. A esa conclusión, se llega a partir de las siguientes reflexiones:

Al rato que yo intervengo es al principio, al rato de crear, ver los tamaños que se van a utilizar. Pero tanto en el día a día, obviamente, si hay algún problema de que pusieron mal la dimensión de una foto y me explota la caja, ahí estoy yo. Por lo general, no. Cada uno sabe las dimensiones de las fotos; simplemente, cortan y ponen. Básicamente, en la parte de los software yo les digo tienen que poner estos filtros, tienen que poner esto, tienen que cambiar. Básicamente como que les capacito esto antes de [que se escriba y se suban los datos en la página *web*].

**Diseñadora de elcomercio.com.**

Como el periódico es cada mes, ellos me envían la información del periódico porque si el periódico está separado en dos: la información de todos los días, que debo actualizar, y la del periódico, que es la que ellos me mandan la nueva edición del periódico (...) El editor me manda porque la diseñadora no, porque eso es aparte. Ella diseña el periódico.

**Diseñador y *webmaster* de elmigrante.com.ec.**

En las tareas al interior de las redacciones *on line* se reconocen, por lo menos, tres subenlaces en la estructura y organización del entorno mediático *on line*: 1) la producción, reproducción y puesta en circulación de la información siguen un orden jerárquico; 2) hay incorporación de nuevas tareas a las labores tradicionales de los

---

<sup>26</sup> En enero de 2008, el editor de *elcomercio.com* calificó a esos medios como “gigantescos” mientras que, en julio de 2008, la editora de *hoy.com.ec* mencionó que las redacciones en línea de esos periódicos son “bastante grandes”.

miembros de un equipo de redacción electrónica, y 3) la tecnología es utilizada como herramienta de trabajo y de mediación social.

En *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, la mayoría de artículos noticiosos que están en la *www*– incluido los de tema migratorio– es propuesta desde los redactores. Pero la máxima autoridad del medio, el editor, es quien cambia enfoques, sugiere fuentes, plantea recursos gráficos y audiovisuales, confirma el número de caracteres y da la aprobación final para su difusión.

En ese contexto, se entienden las reflexiones de dos de los editores de las unidades de estudio de esta investigación:

(...) Cuando se acerca el cierre, generalmente, una semana o dos semanas antes de que el periódico entre a la imprenta, se ponen los temas en las páginas viendo que no pasen de moda todavía. Eso decide el editor, yo. [El editor] se reúne con el gerente comercial para ver, por ejemplo, la cuestión publicitaria, cuántas páginas tienen ellos a veces se hacen convenios y cosas para promocionar el periódico.

**Editor de El Migrante Ecuatoriano.**

El editor tiene que ajustarse a esa dinámica [la de la versión en línea] pero es la misma práctica periodística en el impreso y en el *on line*... Es el mismo editor, tiene que tener el mismo olfato periodístico, tiene que saber entender cuál es la coyuntura: qué hecho es importante y qué hecho es secundario, saber titular, saber organizar el trabajo de cobertura periodística. Es lo mismo.

**Editor de *Elcomercio.com* y de *El Comercio del Ecuador*.**

Estas citas dan información sobre la relación entre jerarquía y contenidos. El editor o jefe de redacción tiene como subalternos de planta a periodistas y diseñadores quienes son los encargados de que la información noticiosa esté redactada y sea agradable visualmente a los potenciales consumidores; es decir, quienes están debajo del editor se encargan de la presentación informativa y visual de los contenidos.

- **La línea editorial de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

En la configuración de los medios *on line* e impresos, el último elemento es la línea editorial. Es un criterio que se deriva de una visión particular que, a su vez, influye en la jerarquía de las informaciones y las opiniones (Bosc- Bierne y Tablante, 2001).

A continuación, se registra cómo esa visión particular es la que determina la elección y la elaboración de contenidos en la versión impresa de *elmigrante.com.ec*:

Este periódico tiene una columna vertebral que es la migración. Entonces, toda la cobertura tiene que girar alrededor de eso. Nosotros ponemos en la mesa de redacción la migración, entonces, tiene que irse por la Senami [Secretaría Nacional

del Migrante] y buscar la noticia que es la noticia del día para el periódico. De ahí que muchas cosas puedan interesar si tienen un toque migratorio porque, obviamente, están en la filosofía y la línea editorial del periódico. Para nosotros un eje es la migración, son las líneas de acción o línea editorial que establecen los medios. A nosotros no nos interesaría mucho Quito sino el país sino, el Austro porque de ahí salen la mayoría de migrantes, cosas como esas. No la localidad; hoy, por ejemplo, se iniciaron las clases y nosotros vamos a perseguir a los hijos de los migrantes que van a clases, en el eje de la migración. En cambio, todos los periódicos se van por la infraestructura, cosas de esas. Es de acuerdo como usted plantee su medio.

#### **Editor de El Migrante Ecuatoriano.**

Según Martínez (2004), en la Internet las versiones impresas trasladan su línea editorial a las versiones *on line* pero esa transferencia ideológica permite “un mayor acceso a las minorías y al propio usuario individual, que pueden expresarse (...)”, sin que ello signifique una acción más democrática. Esa puntualización es importante para entender por qué hay secciones específicas para ecuatorianos que han migrado en *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* y hay espacios para el envío de correos electrónicos, comentarios, audios, videos y fotografías en los tres medios *on line* que son las unidades de análisis de esta investigación.

Como se mencionó en el Capítulo II, la misión de El Comercio es la difusión de información, análisis y opiniones que orienten a la opinión pública. En cambio, Hoy busca la inclusión de varias tendencias políticas y de opinión más un periodismo transparente, independiente y plural. De acuerdo con las entrevistas a profundidad realizadas a los editores ambos medios, la línea editorial de la versión impresa se mantiene en la versión *on line* pero el peso de la audiencia que está fuera del país ha influido en ella. Por eso, en ambos periódicos se trata de “tener información de los ecuatorianos en el exterior”<sup>27</sup> o de poner “más atención”<sup>28</sup> a esos usuarios.

Las frases entrecomilladas evidencian que hay información para el público migrante en esos medios en línea, no obstante, las notas se producen o reproducen con distintos criterios de jerarquización. Para *hoy.com.ec*, hay un nuevo concepto informativo que prioriza la mayor cantidad de información nacional más datos multimedia e interactivos.

(...) Antes se ponía mucha información internacional y poca información nacional pero, ahora, lo que más se trata de poner es información nacional porque si quieren información internacional se pueden ir a El Mundo pero no a nosotros.

---

<sup>27</sup> Entrevista 1 al editor de *elcomercio.com*.

<sup>28</sup> Entrevista 1 a la editora de *hoy.com.ec*.

Pero, destacar los temas de migración [requiere] abrir siempre un foro que puedan opinar, hacer especiales de esos temas que llaman mucho la atención como lo de la Liga [Universitaria de Quito] con video, letras de canciones, fotos y foro que dice: ¿Qué harías tú si la Liga gana la copa?

**Editora de hoy.com.ec.**

En el caso de *elcomercio.com*, la sección “Ecuatorianos en el mundo” es el espacio por excelencia alrededor del fenómeno migratorio. Según el editor de ese medio de comunicación, ahí se concentran “todos” los temas sobre migración; sin embargo, la coordinadora y redactora de “Ecuatorianos en el mundo” da información sobre la combinación de la clasificación de la versión impresa para las notas migratorias y la organización propia del *on line* que prioriza la producción propia y colectiva de notas.

Hoy [por poner un ejemplo] hubo una deportación de 100 ecuatorianos lo subimos acá, como un hecho coyuntural a la sección que corresponde, que es Judicial, pero el enfoque de Ecuatorianos en el mundo es otra cosa. Yo, por ejemplo, prefiero evitar esos temas porque, primero, es todo lo que el mundo saca, todo el mundo tiene, todas las agencias sacan el tema, tú ves y todos los periódicos tienen la misma noticia. No me sirve acá tener mucho tiempo acá historias que estén otros medios, lo que nosotros mantenemos acá es historias sobre todo de corte más positivas y que en su mayor parte son elaboradas por nosotros o por la gente que nos escribe.

**Coordinadora y redactora de “Ecuatorianos en el mundo” de *elcomercio.com*.**

La referencia en esta última cita al tratamiento de los contenidos sobre migración corrobora lo que se dijo en el capítulo anterior: se está asistiendo a un desarrollo cualitativo en el periodismo nacional porque las notas de periodistas dedicados al fenómeno migratorio quieren diferenciarse de aquellos que abordan el tema migratorio como un tema más de la agenda informativa.

Esa diferenciación es, también, una meta en la redacción de *El Migrante Ecuatoriano*; por eso, su redactor dice “en este periódico, tratamos de darle otra visión al migrante y a la migración porque normalmente el migrante ha sido visto a través de lo espectacular del fenómeno de envío de remesas o la salida masiva de ecuatorianos; también, lo que llega a ser noticia simplemente cuando hay un deportado, una agresión en el exterior”.<sup>29</sup>

A pesar de que hay esfuerzos por una producción y difusión de contenidos alejados a esa “mirada negativa” de la se habló anteriormente, las notas sobre migración

---

<sup>29</sup> Entrevista 1 al redactor de *El Migrante Ecuatoriano*.

con un tratamiento judicial son las de mayor frecuencia en *elcomercio.com* y *elmigrante.com.ec*.

### Cuadro 3

#### Notas periodísticas relacionadas con migración que publicó *elcomercio.com* entre el 1 y el 20 de diciembre del 2007

Temática	Frecuencia	Porcentaje
Cultura	6	10,7%
Negocios	7	12,5%
Deportes	4	7,1%
Judicial	19	34%
Política	3	5,3%
Opinión	2	3,5%
Ciudadanía	1	1,7%
Sociedad	10	17,8%
Internacional	4	7,1%

Total: 56.

Fuente: *elcomercio.com*

Elaboración: Pamela Cruz

### Cuadro 4

#### Notas periodísticas publicadas en *El Migrante Ecuatoriano* en noviembre del 2007

Temática	Frecuencia	Porcentaje
Cultura	1	3,5%
Negocios	1	3,5%
Deportes	1	3,5%
Judicial	6	21,4%
Política	5	17,8%
Opinión	4	14,2%
Ciudadanía	4	14,2%
Sociedad	5	17,8%
Internacional	1	3,5%

Total: 28

Fuente: *El Migrante Ecuatoriano*

Elaboración: Pamela Cruz

Desde el punto de vista del tratamiento periodístico, la producción de contenidos en ambos medios está pasando una etapa de “conflicto- integración” que es como Estrella Israel Garzón (1993) califica a la información de los países europeos sobre migración que es permanente pero sin orden porque: está en todas las secciones y en todos los géneros posibles.

Aunque la vocación informativa de [elcomercio.com](http://elcomercio.com) y [hoy.com.ec](http://hoy.com.ec) es distinta a la de [elmigrante.com.ec](http://elmigrante.com.ec), es posible concluir que hay semejanzas de los tres medios en relación al entorno mediático en el que se producen, reproducen y ponen en circulación contenidos sobre migración: las tres unidades de análisis incorporan en sus notas enlaces hipertextuales que permiten que el usuario obtenga más información sobre un

tema, incluido el migratorio, sin que eso aporte necesariamente a una lectura a profundidad. La jerarquía de funciones está presente en las redacciones en línea y es importante como un parámetro para decidir la puesta en circulación de información; no obstante, no es un elemento que fije las funciones entre los miembros del equipo de redacción. En los tres casos, la percepción que tienen sobre los migrantes hacen que su objetivo informativo sea conectarlos con lo que sucede en el país y que equiparen los datos numéricos con los mensajes electrónicos que envían los ecuatorianos que han salido del país para descifrar sus preferencias de información.

En cuanto a la línea editorial, esta se trasladó de la versión impresa a la versión *on line* y por eso se reproducen muchos de los datos impresos sobre migración en la *web*; sin embargo, ese criterio de organización de las informaciones y opiniones se ha flexibilizado por lo que hay secciones sobre migración y espacios para su participación. En la siguiente sección, se evidenciará que hay una retroalimentación de contenidos.

### **La gestión de contenidos en las versiones impresa y en línea de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

En la tendencia global de extender las publicaciones impresas a la Internet, están los tres medios en línea que son parte de esta investigación. A diario, la información sobre el fenómeno migratorio que difunden *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* es posible ubicarla en sus versiones impresas aunque en estas últimas no estén los datos de última hora.

Retomando la propuesta de Martínez (2004), esa preferencia mediática se explica por el traspaso de la línea editorial del papel a la pantalla que influye para que los periódicos se conviertan en un referente de sus versiones en línea. De hecho, las publicaciones impresas trasladan su identidad a la *web* y son una guía en la puesta en circulación de contenidos.

Tras un análisis comparativo entre el papel y el *on line* de El Comercio, Hoy y El Migrante Ecuatoriano, se establece que los elementos que tienen en común son las letras y los colores del logotipo, el nombre de la mayoría de secciones, el lugar de procedencia de los contenidos, los créditos de los autores de las notas periodísticas y las versiones impresas en formato PDF (formato de documento portátil). Sin embargo, esa correspondencia no es de un solo sentido.

Si bien las versiones impresas de los tres medios de comunicación incorporaron la dirección electrónica de sus versiones en línea en sus páginas desde el momento en que *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* fueron creados, en 2008 se hizo más evidente la alimentación del *on line* al impreso en los dos primeros periódicos.

Hasta mediados del año anterior, la primera página del diario Hoy incluía el *ranking* de las cuatro noticias más leídas, el número de visitas *on line* al cierre de la edición impresa y las preguntas de los foros de [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec) como se observa a continuación:



Miércoles 2 de julio de 2008.

Con la nueva versión de *hoy.com.ec*, el grupo Editores e Impresores optó por incorporar íconos en las notas impresas para informar y “enganchar”<sup>30</sup> a los lectores con los materiales audiovisuales y los foros de *hoy.com.ec*. Ese mecanismo visual ha sido utilizado, principalmente, en la portada de la versión impresa de El Comercio desde el año anterior.

Jueves 2 de abril de 2009



Jueves 2 de abril de 2009



<sup>30</sup> Ese es el término usado que usó la editora de *hoy.com.ec* al momento de ser entrevistada para la presente investigación.

Del trabajo de campo realizado, la coordinadora de *elcomercio.com* y el editor de El Migrante Ecuatoriano se refirieron además a cómo la versión *on line* alimenta los medios especializados y cómo desde los medios especializados se alimenta a la versión en línea:

Subimos los textos del El Comercio del Ecuador al igual que subimos los textos del impreso. Alguna vez soporté con temas que nosotros sacamos en Ecuatorianos [la sección “Ecuatorianos en el mundo”] en [para] España en el periódico, en sus inicios. Pero ahora, como ya tienen corresponsal, es mucho más fácil, mandan de allá.

**Coordinadora y redactora de *elcomercio.com*.**

Alguna vez estuve escribiendo un comentario diario [en la página *web*] pero es muy duro. Un comentario noticioso para subirlo como noticia del día. Eso ya dejé porque me quitaba mucho tiempo,-

**Editor de El Migrante Ecuatoriano.**

A partir de esas citas se colige que la relación entre la versión *on line* y la versión impresa está modificando cualitativamente la tendencia mundial de reproducir en pantalla lo que aparece en papel. Ese cambio de dinámica en la gestión de contenidos, se evidencia en la organización del trabajo del periodista de los medios impresos y de los medios en línea.

En el entorno mediático de El Migrante y *elcomercio.com*, los editores y redactores pueden adaptar los contenidos a la Internet o desde la Internet porque a diario usan el ordenador para escribir y editar las notas periodísticas, *software* específicos para diseñar los contenidos, la *WWW* para buscar información y el correo electrónico para enviar datos a otros compañeros de la redacción o leer los mensajes de los usuarios, entre ellos los migrantes.<sup>31</sup> Esas prácticas tecnológicas son similares en *hoy.com.ec*.

En ese sentido, las NTIC son herramientas de trabajo y de mediación en el ejercicio periodístico, como se mencionó en líneas precedentes. La mediación tecnológica, a su vez, es una condición de posibilidad para una interacción social con los usuarios, entre ellos los ecuatorianos migrantes.

Si bien en el próximo capítulo se explorará de que manera ocurre la interactividad en los espacios mediáticos en línea, es importante establecer aquí que del envío de

---

<sup>31</sup> La utilización de la tecnología en el ejercicio periodístico se remonta a 1970 cuando se aplicaron los primeros ordenadores. El resultado fue el apareamiento de las “redacciones electrónicas”, según Canga Larequi (Martínez, 2004). Luego vendrían la renovación del diseño, con el color y la infografía, a mediados de la década de los 80 y la distribución de lo impreso en la Internet a partir de 1992.

información por *e-mail* puede surgir la construcción colectiva de contenidos a partir de lo que dicen la coordinadora de *elcomercio.com* y la editora de *hoy.com.ec*:

Por ejemplo, ellos nos dan un mensaje: acabo de obtener un doctorado en no sé cuantas cosas, súper extraños. Les llamamos, conversamos por correo electrónico ó, también, por Messenger y hacemos las historias de ellos. No siempre son testimonios que ellos mandan sino que elaboramos ese tipo de material.

**S.M., coordinadora y redactora de *elcomercio.com***

A veces los mecanismos técnicos hacen que las personas se echen para atrás pero cuando no sucede así hay usuarios que son muy activos, por ejemplo, recuerdo que el año pasado cuando fueron las elecciones para assembleístas un ecuatoriano que estaba en Australia envió por e-mail una noticia: que los ecuatorianos pues en Australia habían ido a votar en la Embajada y había tomado sus fotos de la votación y obviamente lo destacamos. Tratamos de destacar mucho cuando tenemos esas demostraciones.

**S.Y., editora de *hoy.com.ec*.**

Esas citas muestran dos características del espacio virtual como “lugar de la construcción de lo común”. La primera hace referencia a que la tecnología está atravesando las prácticas en línea de gestores de contenidos y usuarios; de allí que unos y otros estén en igualdad de condiciones para producir contenidos disponibles en el espacio y en el tiempo.

Sin embargo, en el trabajo de campo se confirmó la reflexión de la editora de la versión en línea de Hoy. Es decir, la idea de que las facilidades tecnológicas posibilitan la participación de los usuarios; de allí que la percepción de los ecuatorianos migrantes como “relativamente activos” se relaciona directamente con lo técnico más que con el interés conjunto de construcciones simbólicas.

La otra característica apunta al rol del periodista *on line* quien ya no tiene la exclusividad para producir contenidos; pero, su mediación es importante para que la producción de los usuarios llegue a los espacios mediáticos. Retomando lo dicho por Cerbino (2004) sobre el deber de toma de conciencia de la influencia del “lector” en los productores en línea, se establece que los gestores de contenidos de los periódicos ecuatorianos *on line* aún no llegan a discernir que la construcción colectiva es importante por el intercambio entre gestores de contenidos y usuarios, desde el punto de vista simbólico; por eso, los editores y redactores *on line* consideran al envío de información por parte de los usuarios migrantes como algo anecdótico, que les llama la atención.

Como sostiene Elías Machado Gonçalves (2000), falta perspectiva para saber qué va a suceder con la participación del usuario en la construcción de datos en línea en relación, por ejemplo, con la interacción plena en la producción de contenidos, es decir, la discusión conjunta sobre géneros o formatos.

### **La interactividad y la coyuntura en la gestión de contenidos sobre migración en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

Este año se cumple un decenio desde que la salida masiva de ecuatorianos y ecuatorianas tuvo eco en los medios de comunicación del país. Si bien la comunicación masiva ha registrado el desarrollo de la última ola migratoria, como se mencionó en el capítulo II, eso no explica por qué la información sobre migración compite diariamente con otros temas por espacios mediáticos.

Para De Souza (s/f), la respuesta está en que los *mass media* informan sobre acontecimientos y acciones de actores sociales que adquieren un sentido especial para un país, una clase social, un grupo social o una persona en un momento dado. Es decir, la producción de contenidos está guiada por la coyuntura, que es la noción que articula lo eventual con lo estructural, lo históricamente dado.

Del trabajo de campo en las redacciones de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, varios informantes se refirieron al significado de la coyuntura en la elaboración de contenidos *on line*:

Estamos publicando las 24 horas noticias. En el impreso se hace un cierre, en el punto.com tenemos una mezcla de radio, televisión y prensa. Es un híbrido entre todo eso. Nosotros tenemos que reaccionar con rapidez a la coyuntura noticiosa.

**G.M., editor de *elcomercio.com***

[Para subir notas a la versión *on line*] Veo las que son más están impactantes, de moda, ese tipo de cosas. Me baso en eso y también en qué le importaría a los de afuera; así como esa Ley para que puedan traer cosas sin pagar impuestos. Todo ese tipo de cosas.

**C.V., webmaster de *elmigrante.com.ec***

[En relación a los parámetros de la información *on line* sobre migración] Yo te diría que debe cumplir los mismos parámetros que las otras informaciones; pues que sea objetiva, veraz, que sea completa y que esté dentro de la coyuntura. No creo que tendría parámetros diferentes; lo único que vería es que se dé más apertura para opinar sobre esos temas porque son ellos [los ecuatorianos migrantes] los más afectados. En el caso de la Ley migratoria, abrimos el foro de cómo lo estaban viviendo y había uno que vivía en Italia y nos decía lo vivo así.

**S.Y., editora de *hoy.com.ec***

De las citas anteriores, se colige que la coyuntura atraviesa la producción, reproducción y puesta en circulación de datos generales y de temáticas específicas. Además estimula en los gestores de contenidos una respuesta de actualización constante, que es la característica de la Internet frente a los medios tradicionales de comunicación mediática, bajo un enfoque de lo novedoso, lo noticioso o lo último.

Ese direccionamiento, a su vez, responde a la naturaleza de los periódicos *on line* como organizaciones comerciales, que apuntan al consumo de sus contenidos. Y en ese sentido, la coyuntura condiciona la habilitación de entornos como los foros en los cuales se registra una relación entre gestores de contenidos y usuarios migrantes. Por eso, se concluye que la interactividad compite con la coyuntura en las versiones en línea de Hoy, El Comercio y El Migrante Ecuatoriano, porque no es vista como un acto creativo del usuario sino únicamente como “un intercambio de información con la página”<sup>32</sup> o como “la posibilidad de que el lector califique, comente, critique los contenidos”.<sup>33</sup>

En el capítulo último se explorarán los grados de la interactividad en los foros asincrónicos y otros entornos de la Internet; no obstante, es importante registrar aquí que la observación participante en *elcomercio.com*, que coincidió con la Semana Santa de 2008, dio cuenta que la conmemoración mundial de esa fecha del calendario cristiano justificó la organización del *chat* sobre la elaboración de la fanesca en el cual participaron por lo menos tres ecuatorianos que estaban fuera del país.

En ese caso, la coyuntura influyó para que se ubiquen a los migrantes como “fuentes” de opinión sobre un tema específico. Sin embargo, la fase de observación o familiarización en los espacios interactivos y en las secciones con contenidos sobre migración en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, mostró además que los migrantes son “fuentes” de información porque suministran de forma constante mensajes textuales y/o audiovisuales, independientemente de la agenda temática impuesta por la coyuntura a los medios de comunicación.

Además el hecho de que la Internet, como parte del actual proceso de comunicación global, permita que los mensajes estén disponibles en tiempos y contextos alejados de los tiempos y contextos donde se produjeron originariamente

---

<sup>32</sup> Entrevista 1 a *webmaster* de *elmigrante.com.ec*.

<sup>33</sup> Entrevista 2 a editor de *elcomercio.com*.

explica la presencia electrónica de las notas periodísticas “Fanesca con toque ecuatoriano en Alemania”, de Juan Martín Albu que vive en Alemania, y “Concluye jornada electoral en Miami sin contratiempos”, de Manuel Ruano en Estados Unidos, en *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, a pesar de que la coyuntura haya cambiado.



## **CAPÍTULO IV**

### **DE LOS USUARIOS ACTIVOS A LOS USUARIOS INTERACTIVOS EN LOS PERIÓDICOS EN LÍNEA CON INFORMACIÓN SOBRE MIGRACIÓN**

Dar cuenta de los espacios en línea en los cuales los usuarios entran en contacto con los gestores de información no es una tarea difícil. Con un vistazo a los entornos de la Internet que son utilizados por los periódicos *on line*, se puede concluir que en el correo electrónico, las encuestas, los foros de discusión asincrónicos y las charlas sincrónicas se conectan digitalmente productores y consumidores de contenidos periodísticos a pesar de no tener un vínculo previo.

Sin embargo, esa experiencia visual no es suficiente para explicar las relaciones sociales que se pueden establecer a través de la tecnología y, específicamente, en espacios mediáticos en Internet. Ese es el objetivo de este capítulo que toma impulso en el capítulo precedente que abordó la producción colectiva de contenidos sobre el fenómeno migratorio y, al mismo tiempo, abrió la posibilidad de superar la lectura unidimensional de que los migrantes se han convertido en usuarios más participativos por las facilidades tecnológicas de la red de redes.

Los consumidores en línea no solo leen los mensajes, reaccionan ante un contenido, comentan notas, charlan o debaten porque tienen un interés informativo. Hay casos representativos de usuarios migrantes que se comunican y se interpretan unos con otros; por lo que mantienen una relación, desde el punto de vista del interaccionismo simbólico. Además, están siendo parte de esas nuevas formas de interacción desarrolladas por los medios de comunicación (Thompson, 1998) que, a su vez, en la modernidad de nuestros días están creando la interactividad social o entre personas (José Alfonso da Silva en Fuser, 2003).

Para comprender ese tipo de interactividad, no obstante, se exploran las encuestas en línea, los foros, los *chats* y las secciones de envío de fotos como entornos en los que se aplica la clasificación de interactividad técnica (hombre-máquina), interactividad reactiva (selección de opciones previamente definidas) e interactividad mutua (posibilidad de interferir en el contenido presentado).

Si bien esa categorización no presenta opciones de combinación, el registro textual y las anotaciones sobre el uso de ese “campo virtual” dan cuenta que la interactividad no

es una sola en algunos de esos entornos. Además, los correos electrónicos son el entorno para iniciar una relación comunicativa con los gestores de contenidos y con otros usuarios migrantes, mientras los espacios para envío de fotografías, en los que se puede incorporar información contextual como enunciados con el lugar y la fecha en la que fueron tomadas, y los *blogs* sitúan el tema de la visibilidad separada del espacio común compartido.

Coincidiendo con el planteamiento de John Thompson (2005), los gestores de contenidos perciben esa visibilidad como la posibilidad que los usuarios migrantes tienen para hacerse perceptibles en un espacio público y masivo. Desde los usuarios migrantes, en cambio, ese mostrarse no es un “mostrarse en puro” sino que incorpora formas simbólicas<sup>34</sup> de la cultura a través de las que se puede contactar a otros ecuatorianos que están en el país y fuera de él. Por lo general, ese contacto se evidencia con respuestas en tiempo no real, es decir, respuestas no simultáneas.

A partir de ahí, se establecen: cuáles son los entornos más usados para visibilizarse en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec* y cuáles son las motivaciones para hacerlo. De las reflexiones de cuatro informantes de esos periódicos en línea, con quienes se realizaron entrevistas individuales por correo electrónico y dos charlas por *Messenger* para acortar la distancia entre Estados Unidos, China, España y Alemania con Ecuador, se concluye que los usuarios migrantes han adquirido la capacidad de presentarse a sí mismos como uno de los usuarios de “carne y hueso” y, por lo tanto, tienen presencia simbólica para relacionarse socialmente en los entornos mediáticos a pesar de no compartir un mismo tiempo y espacio físico.

El perfil de los informantes *on line* fue mayoritariamente masculino (75%), entre 25 y 53 años, con formación universitaria y hasta 15 años de vivir fuera del país. Uno de ellos tiene doble nacionalidad, dos están en trámites para obtener la residencia legal (75%) y uno tiene visa de trabajo.

### **La interacción social en los entornos mediáticos en línea**

---

<sup>34</sup> La perspectiva desde la cual se entienden esas formas es la concepción estructural del concepto de cultura de John Thompson. Para este autor, la cultura tiene dos dimensiones: una simbólica y una inscrita en un contexto social estructurado; lo que supone un análisis de las formas simbólicas, como acciones, objetos y enunciados, dentro de un contexto socio-histórico, como es la última ola migratoria en los países de origen y destino, considerando los procesos dentro de los cuales son producidas, transmitidas y recibidas.

Hugo Carrión (2009), en su estudio sobre la calidad y costos de Internet en Ecuador, establece que la red de redes es la TIC que mayores avances ha tenido en los últimos años. Ni su crecimiento ni su uso son comparables a los de la telefonía móvil, sin embargo, ofrece “prácticamente ilimitadas posibilidades para el acceso a la información, la creación de redes sociales y la utilización de aplicaciones interactivas”.

A partir de esa reflexión, se insiste en que la interactividad es uno de los “reinos” desde los cuales se puede entender a la cibercultura ( Kerckhove, 1999) y a la Internet como producto cultural; es decir, puede estudiarse como una socialidad más compleja porque incluye la relación entre usuarios concretos, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos (Hine, 2000). Como se registró en páginas anteriores, los migrantes ecuatorianos participan en ese tipo de relaciones en las cuales se ha anulado la ausencia física por la interacción multimedia continua (Ramírez, 2007).

Del trabajo de campo en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, dos informantes se refirieron a ese tipo de sociabilidad en los periódicos en línea:

Me parece muy interesante y con un sentido social que los compatriotas fuera de su patria tengan la posibilidad, gracias a este medio, de contactarse con sus seres queridos y amigos a través de fotos y saludos.

**J. A., *elcomercio.com***

... En este mundo virtual, hay secciones como cartas, opiniones y Punto de Encuentro del Emigrante que son como un lugar de encuentro, consulta, convivencia.

**M. R., *hoy.com.ec***

Estas citas son un aporte a las investigaciones sobre secciones para ecuatorianos migrantes en periódicos en línea como espacios comunicativos para enviar y recibir mensajes, que se registraron en el capítulo precedente. Pero, sobre todo, confirman que la Internet es un medio de comunicación que no solo transmite información sino formas simbólicas entre usuarios cuyas relaciones son dinámicas porque, en lugares y tiempos distantes, recurren a recursos propios para interpretar contenidos.

Por eso, Thompson (2005) enfatiza que los individuos “crean nuevas formas de acción e interacción que tienen sus propias características distintivas” al utilizar los medios electrónicos de comunicación. Siguiendo la propuesta de ese autor, las relaciones sociales establecidas entre los usuarios de *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y

*elmigrante.com.ec* se enmarcan en tres de las cuatro particularidades de los contenidos de la noción de *cuasi interacción mediática*: se extienden en el espacio, pueden alargarse o comprimirse en el tiempo y son producidas para cualquiera que tenga los medios culturales y materiales de recibirlos, como se observa en los ejemplos a continuación:

### **Extensión en el espacio (de Valencia, España, a Ibarra, Ecuador)**



Fuente: <http://www.elmigrante.com.ec/entretenimiento.php?pagina=saludos>

### **Alargamiento en el tiempo (10 de septiembre de 2005)**

Saludos desde Alemania, nos ha llenado de mucha alegría el saber que Ecuador nuestro País clasificó para el Mundial. Nuestras sinceras felicitaciones y estaremos apoyando a la selección. Muy Atentamente  
**Lic. Juan Martín Albu Deutschland**

Solo quiero dar las gracias a mi selección ya que por lo menos ellos nos han alegrado brindándonos esta clasificación al mundial, de mi parte MUUUUUUUUUUUUUUUCHAS FELICITACIONES MUCHACHOS Y GRACIAS POR HACERNOS TAN FELICES.  
**Jorge Caspi desde Madrid España.**

Fuente: [www.elcomercio.com/solo\\_texto\\_search.asp?id\\_noticia=3745&anio=2005&mes=10&dia=9](http://www.elcomercio.com/solo_texto_search.asp?id_noticia=3745&anio=2005&mes=10&dia=9)

### **Producción cultural en línea para recepción cultural en línea**

Klever  
Luchando por la libertad. de los imigrantes...  
Roma, Italia  
Martes, 02 de junio de 2009



Fuente: <http://www.hoy.com.ec/ecuador-hoy/327219/tus-mensajes.html>

Cuando el flujo de la comunicación va de los consumidores a los gestores de información y no, exclusivamente, de estos últimos a los primeros, no hay predominancia monológica. Sin embargo, la posibilidad de usar la Internet para un

intercambio simbólico no es una característica de todos los entornos y los espacios interactivos habilitados por las versiones en línea de los tres medios analizados.

De la información sistematizada, *elcomercio.com* es el periódico con mayor número de aplicaciones interactivas (15) que, además, son identificadas como tales por ese medio de comunicación.<sup>35</sup> En la sección “Hoy interactúo” que está en la página inicial o *home* de *hoy.com.ec*, se incluyen encuestas, *blogs*, *chats* y propuestas de preguntas para esas charlas, envío de mensajes y fotos; pero los videos, audios e infografías están separados. En *elmigrante.com.ec*, en cambio, no están identificados los espacios interactivos, no obstante, sí hay secciones de video, audio, envío de mensajes y un *blog*.

En ninguno de los tres periódicos en línea, el correo electrónico está considerado como un entorno interactivo *per se* sino como un espacio de contacto que es frecuentemente usado por los usuarios “relativamente activos”. Para varios informantes, el e-mail es también la puerta para establecer una relación comunicativa, como algo más próximo, con los gestores de información:

- ¿Cómo fue el proceso para publicar su *blog* en *elcomercio.com*?
- Es necesario comunicarse con el personal de El Comercio mediante e-mail, presentar una propuesta del tema del *blog* y la razón por la cual interesa al escritor del *blog* dicho tema. Luego de ello, el personal de El Comercio lo analiza y lo acepta. Como paso final, una vez creado el *blog* es necesario agregar a El Comercio como contribuyente de dicho *blog*.

**P.P., *elcomercio.com***

- Betel<sup>36</sup> dice:

¿Y cómo empezó su relación con diario HOY?

- Betel dice:

¿Conocía a alguien de ese periódico?

- manny dice:

*Bueno siempre he sido un aficionado a la lectura, escritura, y me he inclinado por los temas sociales, mis convicciones religiosas me han dado una visión diferente de los problemas sociales, entonces descubrí que con el internet uno se podía comunicar con los medios y así comencé, escribiendo cartas al director (...)*

- (...) Betel dice:

¿Y cuándo dio el salto a Punto de encuentro del migrante?

- manny dice:

*pués fue cuando, creo, se cansaron de verme todas las semanas enviando cartas, artículos y creo que vieron la constancia y línea de trabajo y me ofrecieron ese espacio (...)*

- Betel dice:

Qué simpático eso... Entonces, la propuesta fue por Internet

- manny dice:

*por internet, es decir e-mail*

<sup>35</sup> En 2007, *elcomercio.com* difundió un audio (podcast) de una entrevista a su editor y una nota sobre la incorporación de los siguientes espacios interactivos: calificador de noticias, comentarios en las notas, calificación de comentarios, foros, encuestas, síntesis noticiosa, mensajes por celular o SMS, RSS (Really Simple Syndication) o envío inmediato de noticias publicadas, *blogs*, videos, correcciones, búsqueda de noticias, ediciones anteriores, edición impresa y la sección “Yo estuve ahí”.

<sup>36</sup> Ese fue el *nickname* o nombre “de fantasía” usado en las conversaciones por MSN con “Manny”, uno de los dos colaboradores del “Punto de encuentro del migrante”.

Ambos extractos de una entrevista *on line* y de una charla virtual, respectivamente, son interesantes porque evidencian que la comunicación remite a la interacción, como se mencionó en el primer capítulo en el cual se abordó el interaccionismo simbólico como otra entrada para reforzar el planteamiento de la transformación cualitativa de las relaciones sociales con la llegada de los *mass media* hecho por Thomson. En ambos casos, esa interacción es entre usuarios y gestores de la comunicación.

Además, esas citas evidencian que de esa relación comunicativa por e-mail puede derivarse la construcción de espacios específicos sobre migración como el *blog* “Vivencias y aprendizaje desde el nuevo imperio mundial” y “Punto de encuentro del migrante”, desde donde se establecen nuevas relaciones.<sup>37</sup>

En ese sentido se entiende, por ejemplo, que el objetivo de la bitácora mencionada sea “comunicar al lector las experiencias de uno de los pocos ecuatorianos residentes en China. Experiencias que a su vez pueden servir de aprendizaje común...”; con lo cual, se puede establecer que el intercambio de material simbólico se convierte en una base para interactuar con otros sujetos sociales en entornos mediáticos *on line*.

### **Los grados de interactividad en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec***

La interacción social mediada por la tecnología no es una sola en los periódicos *on line*. Dependiendo de las tareas que cada usuario realice en un entorno virtual o de las aplicaciones diseñadas por el medio en línea, hay distintos grados de ese tipo de sociabilidad.

De acuerdo con la clasificación planteada por Alfonso da Silva (en Fuser, 2003), la interactividad puede ser: *técnica* cuando se da entre el usuario de un periódico *on line* y la máquina; *reactiva* cuando se elige una opción de las previamente definidas por el

---

<sup>37</sup> En la entrevista por e-mail sobre el *blog* “Vivencias y aprendizaje desde el nuevo imperio mundial”, el autor, quien es un ingeniero que migró a China hace cuatro años, dice que las vivencias y las fotografías que se difunden en esos entornos de la *web* son importantes para que otros conozcan otras culturas y entiendan las razones que los migrantes ecuatorianos tuvieron para salir del país. En cambio, ‘Manny’, uno de los dos autores del “Punto de encuentro del migrante”, dice que ese entorno es “una ventana que me lleva a la esquina donde me encuentro” con amigos, familia, vecinos de su natal San Gabriel (provincia del Carchi) y otros ecuatorianos que han migrado a Europa y África.

medio en línea; *mutua* cuando se puede interferir en el contenido presentado, y *social* cuando se da entre personas a partir del mismo sitio *web*.

El trabajo en el “campo virtual” no solo confirmó esos grados de interactividad, sino que registró que incluyen formas simbólicas y se dan de manera simultánea en servicios con contenidos generales y específicos sobre migración. De allí que las características dadas por da Silva se amplían en esta investigación porque se consideran la espacialidad, la temporalidad y la dimensión simbólica de la cultura.

En *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, la interactividad *técnica* está presente en todos los entornos en los cuales los usuarios dan un *clic* para leer textos, escuchar audios, ver videos, enviar mensajes o escribir un e-mail. A este tipo de interactividad se le puede calificar de básica porque comparte con el resto de la clasificación la necesidad de que la persona use un equipo tecnológico con conexión a Internet para realizar cualquiera de las actividades en línea que están relacionadas con las interactividades *mutua*, *reactiva* y *social*.

A diferencia de la interactividad *técnica* que se da al ver la televisión o al escuchar la radio, la de la *web* puede ser masiva y simultánea en los diversos entornos de un mismo medio de comunicación; así: varios usuarios pueden dar un *clic* para escuchar un mismo audio, leer una misma nota y responder a la pregunta de una encuesta al mismo tiempo pero en espacios y momentos distintos entre ambos y diferentes a los del gestor de la información quien, de antemano, produjo y puso en circulación los contenidos multimedia en los distintos entornos *web*. En ese caso, ese tipo de interactividad se convierte en una herramienta para ubicar las tendencias de consumo en los medios de comunicación en línea.<sup>38</sup>

Las características de espacialidad y temporalidad mencionadas no son exclusivas de la interactividad *técnica* o interacción internauta-máquina, que es la denominación dada por la corriente de los efectos individuales y colectivos a una de las posibilidades de interactuar por medio de la tecnología, como se mencionó en el primer capítulo. En las otras tres clases de interactividad que se identificaron en líneas anteriores, las diferencias temporales y espaciales producen una interacción a distancia

---

<sup>38</sup> Según los datos proporcionados por Hoy, por ejemplo, los visitantes a [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec) revisan un promedio de 3,7 páginas por sesión; es decir, por lo menos deben dar por lo menos tres *clics* para buscar contenidos.

entre usuarios de un mismo medio de comunicación en línea y entre estos y los gestores de información.

Las opciones previamente definidas como calificación, impresión y opinión de textos, envío de audios, fotografías y videos por e-mail, forman parte de la interactividad *reactiva* en el entorno de la *WWW* de un medio de comunicación. A decir de Alex Teixeira (Fuser, 2003), quien realizó un análisis más detallado sobre la interactividad *mutua* y *reactiva* en los periódicos en línea, ese tipo de interacción se caracteriza por ser un sistema cerrado que se resume en la dupla estímulo-respuesta con base en la acción y reacción y en un flujo lineal y predeterminado.

En *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, los servicios preestablecidos en las secciones con contenidos sobre migración (Ecuatorianos en el mundo y Yo estuve ahí, y Migrantes y Punto de encuentro del migrante, respectivamente) son los mismos que en otras secciones. En el primer medio en línea, los usuarios pueden valorar de una a cinco estrellas una nota, juzgarla, imprimirla, mandarla por e-mail, compartirla por facebook o yahoo; en la versión en línea de Hoy, los cibernautas pueden imprimir, comentar y enviar los textos periodísticos a través del e-mail; desde mediados de 2009, también hay las opciones de compartir los contenidos periodísticos por facebook y google.

En *elmigrante.com.ec*, en cambio, la información del día presenta opciones predeterminadas por *ecuadorinmediato.com*, *eluniverso.com*, *elcomercio.com* que son los diarios en línea de los cuales se toman los contenidos periodísticos; la producción propia, que es la edición impresa subida en PDF, puede imprimirse, guardarse y mandarse por correo electrónico.

De la utilización de esos servicios determinados por los tres medios *on line* para sus usuarios, resulta una interacción a distancia con los responsables del diseño de la página *web* (diseñadoras en el caso de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, y *webmaster* de *elmigrante.com.ec*), que son quienes habilitaron esas opciones tras la aprobación de los editores. Lo mismo ocurre en las encuestas, que son entornos asincrónicos en los cuales el usuario puede responder con un “sí”, un “no” o un “tal vez” frente a una pregunta hecha por el medio en línea.

De forma esporádica ese entorno está relacionado con el fenómeno migratorio en *elcomercio.com* que, como ejemplo, consultó en marzo de 2008: “Si vive en el exterior,

¿piensa regresar al Ecuador?”.<sup>39</sup> En ese entorno o en los servicios de la WWW, por lo general, la respuesta que reciben los ciberlectores es impersonal porque las contestaciones han sido programadas de forma automática en el sistema;<sup>40</sup> no obstante, hay casos, como los cuatro e-mail que se registran a continuación, en los que un mensaje más personal es el inicio para una relación comunicativa entre usuarios y gestores de comunicación:

From: Paulo Cesar Barbatti  
To: [hoy@hoy.com.ec](mailto:hoy@hoy.com.ec)  
Sent: Monday, December 10, 2007 4:10 PM  
Subject: Gracias...

**Señorita Sandra Ríos:**

Vengo agradecer con sinceridad, por su amable respuesta. Te cuento, que el problema ya hubo una sensible mejora. El sábado ya conseguí comentar un artículo (...)

Por más una vez te lo agradezco por su importante mensaje.

Muchas alegrías y salud.

Paulo Cesar Barbatti

Rio - Brasil

----- Original Message -----

From: HOY OnLine  
To: Paulo Cesar Barbatti  
Sent: Monday, December 10, 2007 5:00 PM  
Subject: Re: Gracias...

**Estimado lector,**

Es un placer ayudarle y no dude en escribirnos ante cualquier duda o inconveniente que estaremos gustosos en atenderle.

Atentamente,

Sandra Yépez Ríos

----- Original Message -----

From: Paulo Cesar Barbatti  
To: HOY OnLine  
Sent: Sunday, January 13, 2008 9:29 AM  
Subject: Mi Opinión...

**Buenos días Sandra:**

Para empezar, deseo agradecer por tu encantadora respuesta y te cuento que, comprendo perfectamente todo trabajo hecho para mejorar el Periódico. Sepas que hoy, ya siento una gran mejora en general, y aprovecho para señalar que mucho me gusta también, los Servicios Online y todos sus Suplementos (...)

Bueno Sandra, en el momento solo veo un punto flaco, que es la demora para cargar las páginas pero, hablo eso no como una crítica pero sí como una recomendación, para ser posible, cambiar alguna cosa ahí (...)

Original Message -----

From: HOY OnLine  
To: Paulo Cesar Barbatti  
Sent: Monday, January 14, 2008 2:07 PM  
Subject: Re: Mi Opinión...

**Estimado Paulo,**

Mucho agradezco sus recomendaciones que son siempre bienvenidas, en realidad el problema de la demora en cargar la página es recurrente y por ello ese es otro de los puntos que consideramos en nuestra reingeniería del sitio (...). No dude en informarme siempre que tenga cualquier molestia en el sitio web que para nosotros sus interrogantes son de mucha utilidad para mejorar (...)

---

<sup>39</sup> Al 28 de marzo de ese año, 185 personas habían participado; el 80,54% votó por el “sí” y el 19,46% se pronunció por el “no” en esa encuesta en línea.

<sup>40</sup> El 4 de agosto de 2008, por ejemplo, [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com) informó a los “comentaristas” que desde ese día aparecerían sus nombres y correos electrónicos en lugar de los seudónimos o *nick*, como medida frente a los foristas que escudados en esos sobre nombres insultaban a otros participantes.

A partir de las frases resaltadas en negrita y subrayadas se registra cómo la relación comunicativa, que se nombró en líneas precedentes, pasa de un trato más formal a uno menos formal entre gestor de contenido y usuario; además, con estos mensajes electrónicos es posible señalar que el e-mail acorta las distancias en la interacción social mediada por la tecnología.

Desde el punto de vista de la gestión de contenidos en línea, los enlaces de conexión con el medio de comunicación, como [hoy@hoy.com.ec](mailto:hoy@hoy.com.ec), son útiles para que los usuarios den a conocer sus necesidades informativas, observaciones o sugerencias, creándose una especie de lealtad con el medio en línea y su equipo de redacción que se mencionó en el primer capítulo. Contáctenos en *elcomercio.com*, Contactos en *hoy.com.ec* y Contacto en *elmigrante.com.ec* son espacios con correos electrónicos habilitados para eso; sin embargo, del trabajo de campo se concluye que ese lazo entre usuario y medio de comunicación se refuerza en la virtualidad.

Tres de los informantes que son usuarios de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* fueron lectores de las versiones impresas de esos medios de comunicación mientras estuvieron en Ecuador; incluso, uno detalló que “el romance” con Hoy nació en su línea editorial diferente a la tendencia política de derecha.<sup>41</sup> En el país de destino, continuaron informándose en las versiones *on line* pero, además, usaron los correos electrónicos de contacto del medio en línea y de las secciones con contenidos sobre migración para enviar contenidos textuales y visuales que les ha permitido “comunicarse con el personal de El Comercio”,<sup>42</sup> “hacer conocer al mundo de habla lo que sucede en el extranjero”<sup>43</sup> y “encontrarse con mis amigos, mi familia y mi gente”<sup>44</sup>. Ese entorno, entonces, se convirtió en la principal alternativa para romper con ese sistema cerrado del que habla Texeira y para experimentar la interactividad *social* o entre personas.

Según Hiller y Tara (2004), quienes estudiaron la experiencia de los nómadas de Terranova y la relación por computadora con su patria y con nómadas en diáspora, las relaciones en línea permiten: restablecer lazos perdidos, iniciar lazos nuevos y mantener lazos viejos. De los tres informantes, uno ha logrado interactuar tanto con sus amistades y conocidos de la población donde vivió en Ecuador como con los gestores de contenidos *on line*, usuarios de *hoy.com.ec* y otros usuarios migrantes. Es decir,

---

<sup>41</sup> Charla virtual 1 a Manny Ruano.

<sup>42</sup> Entrevista 1 en línea a Paúl Peñaherrera.

<sup>43</sup> Entrevista 1 en línea a Juan Martín Albu.

<sup>44</sup> Ibid 42.

restituyó lazos sociales y empezó otros como se registra en las frases en negrita y subrayadas del siguiente e-mail:

From: manny ruano  
To: sandra yepez  
Sent: Monday, June 01, 2009 11:29 AM  
Subject: Fans

**Saludos Sandra:**

Le cuento que tengo un club de fans por allá en el Ecuador jajajaja y están ansiosos de leer el artículo que le había mandado (AP), será que lo postean pronto?

Le sigo contando otro poquito, **he encontrado muchos amigos** gracias a la cuestión de la Columna, y será algo especial de la gente del Norte que ellos son mis fieles lectores, **muchos de ellos conocidos desde la juventud, otros aun no habían nacido, y hemos formado una red de paisanos** que están regados por el mundo, además **otras personas de Ecuador me escriben** a veces reclamando que por que no escribo sobre esto o lo otro, el otro día una Señora desde California estaba molesta porque no encontraba la columna y había sido que como se cambio el formato y ella me confeso no ser muy experta en tecnología, pues le había perdido el link y bueno por fin se lo explique y de lo mas feliz.

Como le decía en otras ocasiones, muchas gracias por todo, es una experiencia muy única esto de escribir, obviamente mis seguidores no los puedo contar por centenas pero ya han pasado de la docena.

**Es seguidora de la selección de fútbol?, qué pasará el domingo y el miércoles ah?**

**Un abrazo.**

**Manny**

Si bien el caso de “Manny” es el más representativo dentro de la interactividad *social* en los entornos mediáticos que se analizan en esta investigación porque su relación comunicativa con los gestores de contenidos posibilitó su ingreso como uno de los columnistas de “El Punto de encuentro del migrante” que, a su vez, le permite un intercambio simbólico con otros ciberlectores de *hoy.com.ec* que están o no en Ecuador, los usuarios migrantes que utilizan los e-mail de contacto en los tres periódicos en línea lo hacen para mantener, recuperar e iniciar lazos sociales a través de imágenes y textos.

A partir de la información procesada (ver cuadro 5), *elcomercio.com* es el medio *on line* que concentra la mayor cantidad de contenido visual y textual de los usuarios migrantes que, principalmente, está dirigido a familiares; es decir, a personas con quienes se tuvo un lazo antes de salir de Ecuador. En 2007, Jacques Ramírez registró que los migrantes ecuatorianos que usaban el portal “La voz del emigrante” de *eluniverso.com* lo hacían para comunicarse, primero, con los amigos y, segundo, con la familia; lo que confirmaría que la utilización de espacios mediáticos para el mantenimiento de lazos sociales no ha sufrido mayores modificaciones en los dos últimos años a pesar de que en España el proceso de regularización ha facilitado las

reunificaciones familiares y la obtención de permisos de trabajo por parte de 130.00 ecuatorianos (UNFPA- FLACSO, 2008).

Por medio de [ecuatorianos@elcomercio.com](mailto:ecuatorianos@elcomercio.com), ese medio en línea recibe y acumula contenidos desde 2006 sobre las actividades, reuniones y festejos de los ecuatorianos que salieron del país que son publicados en las secciones “Uno más en el hogar”, “Juntos por el mundo” “Capturado por mi celu” y “Mi familia a lo lejos”.<sup>45</sup>

En el caso de *hoy.com.ec*, los contenidos sobre migración están dispersos en el enlace “Hoy interactúo”. Desde mayo de 2008, hay saludos de usuarios migrantes en las secciones “Tus mensajes” y en “Tu historia desde el exterior”, en esta última además están registradas 32 experiencias de ecuatorianos en los países de destino.

La versión en línea de El Migrante Ecuatoriano es el periódico con menor número de contenidos textuales porque mantiene solo seis mensajes en pantalla al día; además, su sección “Saludos” no incluye la opción de fotografías. En julio y la primera semana de agosto de 2009, se registraron 12 mensajes dirigidos, principalmente, a la familia.

CUADRO 5  
CONTENIDOS SOBRE MIGRACIÓN PUBLICADOS EN ESPACIOS MEDIÁTICOS

Medios	Dirigidos a							
	Familia	Amigos	Madre	Pareja	Usuarios de medio en línea	Sin especificación	Otros*	Contactos** laborales
Elcomercio.com	333	56	5	1	3	64	104	2
Hoy.com.ec	34	6				19	9	
Elmigrante.com.ec	5	1	1			3	2	

\* Herman@s, hij@s, barrio, población de origen, Ecuador.

\*\* Para ejercer profesión en Ecuador o el país de destino.

Elaboración: Pamela Cruz P.

Es interesante destacar que, en los tres periódicos analizados, 49 usuarios registraron sus correos electrónicos personales como un nuevo entorno no mediático para relacionarse a través de la tecnología. El objetivo de cinco de ellos fue recibir información para ubicar a personas, es decir, reactivar lazos sociales; cuatro cibernautas (un representante de un grupo musical, un residente en California, un chef y una psicóloga) se propusieron iniciar lazos con usuarios interesados en sus actividades profesionales o en hacer nuevos amigos; los 40 usuarios restantes, incluido uno que

<sup>45</sup> De todas esas secciones, se seleccionó a “Mi familia a lo lejos” que alude, específicamente, a la separación física entre personas como efecto de la migración.

informaba sobre el fallecimiento de un ecuatoriano en Italia, usaron su e-mail como parte de su identificación o solicitaron a sus familiares y amigos que les escriban.

Más allá de la numeración de los propósitos, es posible explicar la inclusión del e-mail personal en los contenidos enviados por esos 39 usuarios migrantes a partir de la comparación que hace Thompson (2005) de la interactividad desarrollada en el e-mail y la desarrollada en las cartas. A decir de ese autor, el uso del correo electrónico es, de alguna manera, parecido a la interacción mediada que se utiliza en la escritura de cartas, por su carácter dialógico y orientado a personas concretas; lo que ratifica que no se cumple la predominancia monológica de la *cuasi interacción mediática* en los periódicos *on line* analizados.

Alrededor de los contenidos visuales y textuales sin un destinatario específico, que son significativos numéricamente en los tres medios *on line*, se registró que comunicaban acontecimientos como graduaciones, viajes, matrimonios y reconocimientos públicos, en los que están involucrados los usuarios migrantes. Eso remite al concepto de “nueva visibilidad” desarrollado en medios de comunicación como la Internet, del que habla el mismo Thompson, que se caracteriza porque las personas no tienen la necesidad de estar en un mismo espacio-temporal para ver a los demás o ser testigo de un acto o suceso. En la siguiente sección se ampliará ese concepto en espacios mediáticos para envío de fotografías y de textos, y en *blogs*; si bien en estos últimos hay, también, interactividad social, esta depende de cómo el autor de la bitácora virtual pone en escena sus registros multimedia.

La última clase de interactividad, la *mutua*, no existe en *elmigrante.com.ec* porque no hay espacio alguno para la interferencia de los usuarios en los contenidos vehiculados por ese medio; en cambio, en *elcomercio.com* y *hoy.com.ec* está emergiendo de la mano de la producción periodística de “muchos para muchos”.

En el capítulo precedente se registraron dos ejemplos de notas que fueron producidas entre gestores de la información y usuarios migrantes. Más que obstaculizar la elaboración de esos productos, que sería uno de los sentidos de interferir, los ecuatorianos que salieron del país alteraron el desarrollo normal del periodismo al romper con la exclusividad de producción otorgada a los redactores.

Según Texeira (Fuser, 2003), la interactividad *mutua* se opone a la *reactiva* porque se caracteriza por “ser un sistema abierto, que se desenvuelve a través de la

negociación, en acciones interdependientes, con un flujo dinámico y en permanente desarrollo”. En el caso de las dos notas mencionadas, los usuarios migrantes gestionaron por e-mail el aviso de la fecha en la que se publicaría la nota sobre la elaboración de la fanesca y el reconocimiento formal como colaborador de diario Hoy en Miami. La interdependencia, en cambio, se dio en la participación de los gestores de contenidos y usuarios migrantes en una relación comunicativa que requirió el compromiso de entregar información sobre hechos específicos (elaboración del plato típico en Alemania y reporte del proceso electoral) y de publicarla. A diferencia de la respuesta a un estímulo, los ecuatorianos que salieron del país fueron quienes iniciaron la relación comunicativa con los gestores de la información de *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, que terminó en una producción conjunta (Ver Anexos 6 y 7).

El trabajo en el campo virtual, también, arrojó dos tipos peculiares de interactividad *mutua* con origen en la *reactiva*. En las charlas sincrónicas o *chats* en *elcomercio.com* y *hoy.com.ec*, los usuarios responden a una invitación hecha por el medio sobre un tema específico; en el día y hora fijados por el periódico en línea, en un primer momento, los gestores de contenidos son los responsables de establecer una relación comunicativa de estímulo- respuesta que va adquiriendo un carácter dialógico por el intercambio simbólico entre usuarios del mismo entorno virtual, como se observa a continuación:

**elcomercio.com**

Chat ¿Cómo se hace la fanesca?  
3/19/2008

**El Comercio dice:**  
Buenos días estamos con el chef Luis Segovia.  
**El Comercio dice:**  
Hoy hablaremos sobre la preparación de la fanesca  
**El Comercio dice:**  
Pueden hacer sus preguntas por favor  
Se ha agregado a la conversación. Se admite la escritura a mano sólo con las personas de tu lista de contactos. Se agregó a JOHN "Mas buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y lo demás vendrá por añadidura" a la conversación.  
**El Mauricio dice:**  
Hola Luis... aparte del Bacalao que otro pescado se puede utilizar???  
**Gaby dice:**  
Buen día, quisiera que me recomiende alguna alternativa de pescado q no sea el bacalao (tiene un costo bastante elevado)  
**El Mauricio dice:**  
¡esejé la misma pregunta  
**JOHN "Mas buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y lo demás vendrá por añadidura" dice:**  
la misma  
**JOHN "Mas buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y lo demás vendrá por añadidura" dice:**  
yo también  
**Gaby dice:**  
sip  
**Luis Segovia dice:**  
Una alternativa mas económica e igual de deliciosa puede ser el bagre  
**JOHN "Mas buscad primeramente el reino de Dios y su justicia, y lo demás vendrá por añadidura" dice:**  
¿El bagre tiene escamas?  
**Luis Segovia dice:**  
que se lo cocina en trozos y se lo desmenuza una ves va cocinado sobre el plato ya servido.  
**Luis Segovia dice:**  
No es de piel lisa  
**Jorge dice:**  
Vivo en chile y acá el bacalao no es tan salado

Fuente: [elcomercio.com/solo\\_texto\\_search.asp?id\\_noticia=115673&anio=2008&mes=3&dia=19](http://elcomercio.com/solo_texto_search.asp?id_noticia=115673&anio=2008&mes=3&dia=19)

El extracto de esa charla virtual es interesante porque evidencia que en ese entorno puede darse una interactividad *social* entre usuarios migrantes (Jorge) y usuarios no migrantes (chef de la Selección Ecuatoriana de Fútbol), sin una conexión

previa.<sup>46</sup> Si bien la negociación para intercambiar material simbólico está determinada por el tema del *chat* (preparación de la fanesca), los usuarios sí interfieren en el contenido porque las preguntas que hicieron y guiaron la charla están publicadas en el registro digital de noticias de *elcomercio.com*; de esa manera, constituye una interactividad *mutua*.

El otro tipo de interactividad *mutua* con origen en la *reactiva* se desarrolla en tres secciones de charlas asincrónicas de *hoy.com.ec*, desde mediados del año anterior. En “Hoy te entrevistó” y “Chats de Hoy”, el medio *on line* ha habilitado una opción para que los usuarios envíen preguntas o sugieran el nombre de la persona a quien quisieran que se entrevistase o se invite a una *charla* virtual; en ambos espacios, la posibilidad de interferir en los contenidos periodísticos es limitada en relación a las charlas sincrónicas porque los redactores *on line* son los seleccionadores de las interrogantes que se harán y se publicarán como parte de las entrevistas y los *chats*.

En “Chef interactivo”, en cambio, se establecen diálogos en tiempos distintos entre los usuarios y la *chef* colaboradora del medio, que se reproduce totalmente en el registro digital de Hoy, como se observa a continuación:

*Pregunta: hola mi nombre es Piedad soy una ecuatoriana que estoy viviendo en Madrid me gustaría saber la receta del pan de maíz la mayoría de recetas que han publicado tuyas las tengo y son muy buenas algunas las he hecho también quiero saber el postre de las tres leches. Sigán adelante con este espacio ya que nos permite mantener vivas nuestras vivencias de familia. Gracias.*

**Respuesta:** Le adjunto la receta de los platos que me solicita, espero sea de su total agrado. Cualquier duda o sugerencia, estamos gustosos de poder ayudarla.

#### POSTRE DE TRES LECHES

**Ingredientes:**

- 250 gr. de azúcar
- 300 gr. de harina
- 8 huevos

Fuente: <http://www.hoy.com.ec/especial/cocina/chef-interactivo.htm>

A partir de ese ejemplo, se evidencia que los usuarios migrantes interactúan también en espacios de comunicación asincrónica en los cuales su participación

---

<sup>46</sup> El 19 de marzo de 2008, durante una hora, 15 personas participaron en el *chat* sobre la preparación de la fanesca. Tres de ellas identificaron su lugar de residencia (Chile, Estados Unidos y Ecuador); además, los *nicks* usados evidenciaron que seis eran hombres y seis eran mujeres. Cuando la reportera de *elcomercio.com* finalizó la charla, el usuario con el sobrenombre “Mi vida pongo en tus manos” expresó: “Muchas preguntas, poco tiempo” y obtuvo una respuesta afirmativa de “P@me”; en ese momento “Paúl Jaramillo” saludó: “hola amigas” y se inició una nueva conversación.

comunicativa se mantiene en pantalla por tiempo indefinido, dando paso a una interactividad *mutua* que se caracteriza porque la intervención de los usuarios en los contenidos en línea es activada desde los *mass media*.

Del recorrido hecho por *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, se concluye que la interactividad está presente en los entornos de la WWW, el correo electrónico, las charlas sincrónicas y asincrónicas que han sido habilitados por esos periódicos en línea para usuarios migrantes y no migrantes. El paso de una interacción básica, entre usuario y la computadora, a una interacción más compleja por el intercambio simbólico, entre usuarios y estos con los gestores de contenidos, no depende únicamente de las opciones multimedia de los medios en línea sino, sobre todo, de la posibilidad de lograr una reciprocidad comunicativa tras la pantalla; por eso, se empiezan a registrar casos de interactividad *social* en espacios mediáticos, como los de los usuarios que han salido de su país de origen, que dan cuenta que los periódicos en línea con contenidos sobre migración no son instrumentos técnicos que transmiten información. A través de ellos, los periodistas y los ciberlectores están relacionándose en espacios y tiempos distintos.

### **La visibilidad *on line* de la diáspora, desde la óptica de los usuarios migrantes<sup>47</sup>**

En mayo de 2009, Ana Vinueza, estudiante de Chester Middle School, ganó el concurso “Desafío escolar” en Estados Unidos. En ese mismo país, 39 alumnos del séptimo año de básica de la escuela ludoteca Padre Víctor Grados de Riobamba realizaron presentaciones artísticas en varias escuelas de Palm Beach (Ver Anexos 8 y 9).

Ninguno de estos acontecimientos está registrado en las notas periodísticas de *hoy.com.ec* y *elcomercio.com*, respectivamente. Pero, en esos periódicos en línea, se hacen visibles ante los ojos de los usuarios al difundirse como contenidos multimedia producidos por los ecuatorianos que han salido del país.

La liberación de las propiedades espaciales y temporales de la visibilidad en la co-presencia no es una característica de la Internet, sino de todos los medios masivos en los cuales lo visual es una de las dimensiones sensoriales para la comunicación. En ellos, individuos y hechos pueden ser transmitidos a quienes no están o estuvieron presentes físicamente; con lo cual, el campo de visión se alarga en el espacio y el

---

<sup>47</sup> En esta sección, no se considera a *elmigrante.com.ec* porque su sección “Saludos” no incluye lo visual como una dimensión para difundir los contenidos sobre migración.

tiempo (2005). Por las cualidades de archivo y difusión de la información a diferencia de la radio, la prensa o la televisión, los contenidos en la *web* son representados en el presente para cientos de miles de personas a escala global.

Para John Thompson, quien sitúa el concepto de “nueva visibilidad” en el contexto de una teoría social de los medios de comunicación, los acontecimientos no se hacen visibles precisamente por las filtraciones en los sistemas de comunicación e información. Es “una estrategia explícita de los individuos que saben muy bien que la visibilidad mediada puede ser un arma en las luchas que llevan a cabo en su vida cotidiana” (2005:13).

Si bien ese autor aborda ese concepto desde su relación con el poder político, los gestores de contenidos de los periódicos en línea analizados coinciden con el planteamiento de Thompson al sostener que los usuarios migrantes y aquellos que envían textos y fotografías sobre ellos mismos lo hacen conscientes de que esos contenidos adquieren un estatus público en un medio de comunicación en línea:

A veces le utilizan al punto.com para comunicarse con los demás, para exhibirse. Ahora si no entran el punto.com, no es que no pueden comunicarse con sus familias; es todo lo contrario. La gente puede comunicarse con sus familias fácilmente pero utilizan el punto.com para mandar la foto de mi familia que estuve en tal parte... Eso es simpático, es una cosa lúdica.

**G.M., *elcomercio.com*.**

Mostrarse es importante en ese tipo de sitios mediáticos. Los migrantes cuentan lo que han hecho en los países donde se encuentran o envían fotografías para que sus mensajes sean publicados; por eso buscan a los medios de comunicación.

**S.M., *elcomercio.com***

A partir de esas citas se colige que los ecuatorianos que han salido del país han encontrado un nuevo escenario mediático para visibilizarse, pero desde sus propias ópticas. Si bien la migración está en la agenda temática desde 1999 y de ese año para acá se estaría configurando la especialización del periodismo en migración, como se argumentó en el segundo capítulo, las puestas en escena de las acciones y de los acontecimientos en los que participan los migrantes ecuatorianos tienen enfoques distintos entre las secciones habilitadas para la publicación de contenidos enviados y producidos por los usuarios migrantes y las secciones de información general de los medios de comunicación en línea.

En *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, esos segmentos generales son parte de una estructura informativa más grande y anterior a lo *on line*, el periódico

como tal; por lo que la gestión de contenidos está regida por los criterios de línea editorial y público, y el concepto de coyuntura. Las otras secciones, en cambio, se originaron en lo *on line* para potenciar la participación de los lectores a partir de las posibilidades tecnológicas de los entornos de la Internet.

Aunque hay consideraciones editoriales en esos segmentos, como utilización de lenguaje no agresivo o registro previo a la participación, los usuarios migrantes son los responsables de organizar los contenidos para hacerlos perceptibles por el sentido de la vista. Pero, la dimensión visual no va aislada; está acompañada por la palabra escrita que guía la manera en la que las imágenes son vistas y/o entendidas en las secciones “Álbum familiar” y “Capturado por mi celu”, en *elcomercio.com*, y “Tus mensajes” y “Tu historia desde el exterior”, en *hoy.com.ec*.

Antes de la creación de las secciones habilitadas para el envío y la producción de contenidos, los ecuatorianos que habían salido del país podían ser vistos en accidentes, detenciones, procesos judiciales o naufragios (Cerbino, 2006). Cuando lo invisible se hizo visible a través de esas secciones, los hechos en los que están involucrados los usuarios migrantes cambian de lo negativo a lo positivo como se ejemplifica a continuación:

elcomercio.com



#### Mi familia a lo lejos

Envié un abrazo grande y mis más sinceros deseos para los ecuatorianos. Deseo compartir con ustedes la alegría de ser campeón, gracias al Nacional por este campeonato. Un saludo inmenso a mi familia en Ecuador y uno muy especial a mi esposa Catherine e hijos Christopher y Joshua en Texas. Los amo mucho y los extraño, pronto estaré con ustedes. Soy un soldado americano sirviendo en Iraq, orgulloso de ser ecuatoriano. Saludos especiales a la gente de Sangolquí.

Nán Chutana



Quiero mandar un saludo especial a todos nuestros hermanos ecuatorianos que vivimos en diferentes parte del mundo. Que un día regresaremos a nuestro país y nunca volveremos a ser inmigrante. Saludos a mis padres y mis hermanos.

Zaira Rodriguez  
Holanda

Martes, 09 de junio de 2009

al ratifica el fenómeno migratorio como un proceso complejo porque puede abarcar más de un éxodo: del país de origen a un país de destino y de este a otro país de destino. A diferencia de las imágenes de víctima o victimario detectadas en los medios de comunicación a la migración por varios estudios (2006; Checa, 2006), los migrantes están fabricando autoimágenes de profesionales,

estudiantes, trabajadores o padres de familia que son transportadas a personas distantes. También, se elaboran las imágenes de los lugares donde están.

Cabe destacar que el uso de recursos visuales, como la bandera del equipo de fútbol El Nacional, alude a las formas simbólicas de la cultura para comunicar y, también, para enlazarse socialmente.

Esta última acción es posible en los mensajes e historias que además de banderas, camisetas, platos de comida o imágenes religiosas incluyen los correos electrónicos personales. Sobre todo, se da en los *blogs* que pueden ser entornos múltiples porque incorporan el correo de contacto con el autor de la bitácora, los servicios de comentarios, opiniones y encuestas, y los contenidos multimedia (audio, fotos y video).



Fuente: <http://www.hoy.com.ec/ecuador-hoy/306263/blogs-de-hoy.html>

En ese tipo de *blogs*, más que los moldes del diarismo tradicional, como la información y la opinión en una sola línea, es importante el hecho de comunicarse (Carvalho, s/f) o comunicar a unos usuarios con otros usuarios a través de la incorporación de *links* o enlaces relacionados con el tema de ese entorno.

Aunque esa acción comunicativa no se da en tiempo real en ninguna de las nueve bitácoras *on line* sobre migración en *elcomercio.com* y las siete habilitadas en *hoy.com.ec*, la interactividad con otros ecuatorianos migrantes es posible. Por ejemplo en el *blog* “Vivencias y aprendizajes en el nuevo imperio mundial”, su autor reconoció que:

La gran mayoría de los contactos realizados ha sido ecuatorianos. Todos ellos han dejado sus comentarios o se han comunicado conmigo vía e-mail. Y tres o cuatro de ellos me han solicitado mayor información sobre China.

**P.P.**

A partir de esa cita, se establece que los *blogs* son espacios de visibilización y, al mismo tiempo, de interactividad entre usuarios; mientras que el correo electrónico es, principalmente, un entorno para el establecimiento de lazos sociales independientemente del envío de datos audiovisuales. En ambos entornos, el interés por “dar a conocer experiencias”<sup>48</sup> o “que la gente abra los ojos y que deje saber a los líderes que piensa”<sup>49</sup> posibilita la presencia simbólica de los ecuatorianos que han salido del país en los periódicos *on line* del Ecuador.

---

<sup>48</sup> Entrevista 2 en línea a autor de *blog* de *elcomercio.com*.

<sup>49</sup> Charla virtual 1 a ‘Manny’.

## CONCLUSIONES

En esta investigación se analizó la interactividad en *elcomercio.com*, *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*, que están produciendo información sobre migración. Si bien esos tres periódicos ecuatorianos en línea, que son diferentes a partir de las características de su entorno mediático (clasificación, estructura, público y línea editorial), no han logrado superar la tendencia global de extender las publicaciones impresas a la Internet; por el contrario, han entrado en el cambio de una relación interactiva entre usuarios y gestión de contenidos.

En ese sentido, una primera conclusión es que la interactividad en los periódicos en línea del Ecuador es un nuevo y complejo proceso de interacción social en la globalización, que implica el encuentro masivo de individuos y formas simbólicas en el espacio y el tiempo. Desde la perspectiva de los efectos individuales y colectivos de los medios digitales, no solo está mediada por la tecnología sino que es un acto creativo que permite que el usuario de la Internet seleccione y suministre contenidos a quienes los producen, reproducen y ponen en circulación. Desde las perspectivas de la teoría de los medios de comunicación y del interaccionismo simbólico, en cambio, el uso de espacios mediáticos en línea contribuye a un interconexión socio-simbólica. Los testimonios de los usuarios migrantes de *elcomercio.com*, *elmigrante.com.ec* y *hoy.com.ec* ponen esto en evidencia en los capítulos con los datos del trabajo de campo.

A partir de la trayectoria de formación de los periódicos digitales del país, una segunda conclusión es que el encuentro entre migración y periodismo *on line* no se dio por el uso de las nuevas tecnologías por parte de los ecuatorianos migrantes. Fueron los periódicos, en su intento por modernizarse, los que crearon las condiciones para que en un momento posterior los compatriotas que salieron del país interactúen con los gestores de datos periodísticos sobre migración y otros usuarios migrantes, a través de la utilización de la Internet y sus entornos.

Desde la década de los 90, los migrantes estuvieron presentes como usuarios de los periódicos *on line* y eso ha garantizado la creación de secciones específicas sobre la diáspora, medios de comunicación especializados en el fenómeno migratorio y la configuración de la migración como objeto periodístico.

El ejercicio etnográfico en los contextos *off line*, en el cual se producen, reproducen y ponen en circulación las formas simbólicas, y *on line*, en el cual se

interpretan las mismas, fue decidior para establecer las singularidades de las relaciones interactivas en los tres periódicos en línea.

El contacto del usuario con los gestores de información periodística ha provocado que la interactividad sea importante en la gestión de contenidos de las versiones en línea de los medios escritos de comunicación. El tercer capítulo demostró que esa interacción permite que el usuario sea más participativo y, a partir de ahí, el gestor de contenidos ubique el consumo de información y conozca a sus públicos; en el caso de *elcomercio.com*, más profundamente que en los casos de *hoy.com.ec* y *elmigrante.com.ec*. Para los productores y reproductores de los datos periodísticos *on line*, no obstante, esa característica de dinamismo viene dada únicamente por las facilidades tecnológicas de la Internet y sus entornos. Esta investigación mostró que esa conexión entre usuarios y gestores de contenidos responde al interés de informarse y, de manera especial, a la necesidad de comunicarse.

La participación más activa de los usuarios, ya no solo como descifradores de datos desde la pantalla sino como “fuentes” de opinión y de contenidos en la relación interactiva, está transformando la labor del periodista *on line* que pasa de tener la exclusividad de la información a un proceso de producción colectiva de datos mediáticos que está emergiendo.

El cuarto capítulo evidenció que la interactividad no es una sola en los periódicos ecuatorianos *on line*, al analizar cuatro tipos de interacción mediada por la tecnología. La *interactividad técnica* está presente en todos los entornos habilitados por los medios de comunicación en línea y es una interacción básica porque se da entre el usuario y el ordenador; la *interactividad reactiva* es una respuesta limitada a las opciones previamente definidas por los gestores de contenidos, tales como la impresión de una noticia o la votación en una encuesta con preguntas cerradas; la *interactividad mutua* está naciendo de la mano de la producción colectiva de contenidos en dos de los tres periódicos analizados, y la *interactividad social* se da entre usuarios y gestores de contenidos y únicamente entre usuarios en foros, *chats*, *blogs* y, principalmente, el correo electrónico.

En definitiva, la interactividad que se da en el encuentro entre contenidos y usuarios de los periódicos *on line* del Ecuador es dinámica y fortalece ese flujo de información y personas, colocándonos en un tipo de interrelación social diferente a la

que mantenían los medios de comunicación impresos y posibilitando un papel activo en la producción de contenidos.

En esta nueva relación, los migrantes y la diáspora en general juegan un papel importante. Pero en investigaciones futuras, cabe preguntarse si se habría asistido al mismo desarrollo e los periódicos en línea de la mano de la migración y si es que esta participación de los migrantes como usuarios interactivos democratizará la producción de contenidos en cuanto a géneros, formatos y fuentes.

Esta investigación se acerca a esas preguntas sin llegar a conclusiones definitivas. Más bien, se ofrecen pistas para seguir indagando sobre esta relación mediada por la tecnología.

## ANEXO 1

### EJEMPLO DE REPORTE *CERTIFICA.COM* SOBRE NÚMERO Y PAÍS DE ORIGEN DE VISITANTES DE UN PERIÓDICO EN LÍNEA DEL ECUADOR

http://reportes.certifica.com/Reportes/index2.php?opt=VIS&type=PAIS&t0=2008-01-01&t1=&filas=0

Search 1 blocked Check AutoLink AutoFill Options

Periodo ..

Entrega ranking del país de origen de los visitantes en un período de tiempo.

**Tráfico: Enero de 2008**

Visualizar Ver Todos los Datos

#		%V	V	%PV	PV	ISPs	Ciudades
1	<a href="#">Ecuador</a>	34,0	78.655	42,3	1.174.353	ISPs	Ciudades
2	<a href="#">Estados Unidos</a>	15,4	35.661	24,9	691.945	ISPs	Ciudades
3	<a href="#">Espana</a>	10,4	24.111	6,7	185.843	ISPs	Ciudades
4	<a href="#">Perú</a>	7,0	16.216	3,0	82.577	ISPs	Ciudades
5	<a href="#">México</a>	5,9	13.554	1,7	45.823	ISPs	Ciudades
6	<a href="#">Colombia</a>	5,8	13.307	2,4	66.217	ISPs	Ciudades
7	<a href="#">Venezuela</a>	3,7	8.546	1,1	29.550	ISPs	Ciudades
8	<a href="#">Argentina</a>	3,4	7.772	1,2	32.397	ISPs	Ciudades
9	<a href="#">Chile</a>	3,1	7.257	1,0	27.099	ISPs	Ciudades
10	<a href="#">Canadá</a>	1,4	3.121	2,1	57.135	ISPs	Ciudades
11	<a href="#">Alemania</a>	1,3	2.889	1,6	44.374	ISPs	Ciudades
12	<a href="#">Italia</a>	1,0	2.348	1,6	44.935	ISPs	Ciudades
13	<a href="#">Reino Unido</a>	0,9	2.158	2,1	59.123	ISPs	Ciudades
14	<a href="#">Francia</a>	0,8	1.728	1,0	26.764	ISPs	Ciudades
15	<a href="#">Suiza</a>	0,6	1.308	1,2	34.322	ISPs	Ciudades
16	<a href="#">Brasil</a>	0,6	1.289	0,4	12.144	ISPs	Ciudades
17	<a href="#">Bélgica</a>	0,4	898	0,6	17.693	ISPs	Ciudades
18	<a href="#">Bolivia</a>	0,3	735	0,1	3.191	ISPs	Ciudades
19	<a href="#">Panamá</a>	0,3	639	0,3	7.225	ISPs	Ciudades
20	<a href="#">Costa Rica</a>	0,3	596	0,2	6.316	ISPs	Ciudades
21	Otros	3,6	8.398	4,5	126.105		

Tamaño de la muestra: 58.3249%, Error muestral: 0.1682%

Resumen

Tráfico

Visitantes

Hábitos

Accesos

Índice de Lealtad

Índice de Rebote

Participación de Tráfico

País/Región/Ciudad

ISPs

Áreas

## ANEXO 2

### EJEMPLO DE REPORTE *GOOGLE ANALYTICS* SOBRE NÚMERO Y PAÍS DE ORIGEN DE VISITANTES A *ELMIGRANTE.COM.EC*

Las 3.662 visitas provinieron de 58 países/territorios.

Uso del sitio						
Visitas	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote		
<b>3.662</b> Porcentaje del total del sitio: 100,00%	<b>2,12</b> Promedio del sitio: 2,12 (0,00%)	<b>00:01:44</b> Promedio del sitio: 00:01:44 (0,00%)	<b>78,92%</b> Promedio del sitio: 78,92% (0,00%)	<b>67,78%</b> Promedio del sitio: 67,78% (0,00%)		
Pais/territorio	Visitas	Páginas/visita	Promedio de tiempo en el sitio	Porcentaje de visitas nuevas	Porcentaje de rebote	
Brazil	33	1,45	00:01:02	96,97%	69,70%	
Argentina	31	1,19	00:00:11	93,55%	83,87%	
Chile	25	1,40	00:00:19	100,00%	76,00%	
Poland	21	10,57	00:13:06	0,00%	0,00%	
Guatemala	14	1,29	00:00:20	100,00%	78,57%	
Germany	14	1,71	00:00:50	100,00%	57,14%	
Belgium	13	2,38	00:04:41	69,23%	30,77%	
Australia	11	1,55	00:00:21	72,73%	72,73%	
Panama	9	3,00	00:01:03	100,00%	66,67%	
France	8	2,50	00:00:39	100,00%	75,00%	
Switzerland	5	1,20	00:01:21	100,00%	80,00%	
Bolivia	5	1,00	00:00:00	80,00%	100,00%	

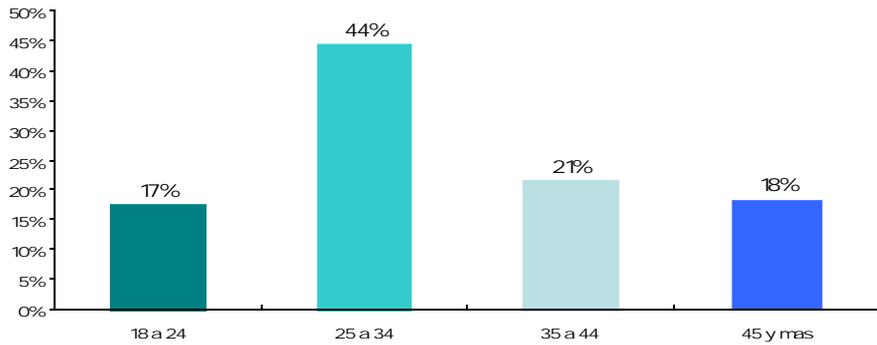
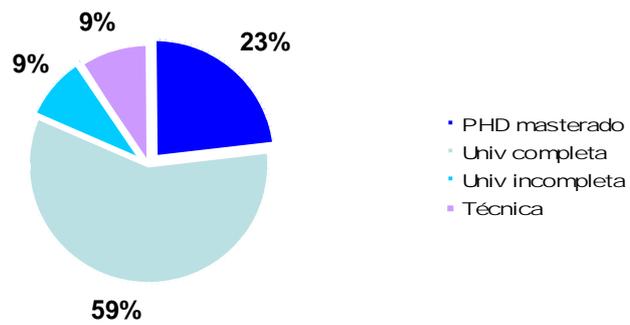
1

Google Analytics

Sweden	5	1,80	00:00:48	80,00%	40,00%	
Netherlands	4	4,00	00:03:19	75,00%	50,00%	
El Salvador	4	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Dominican Republic	3	1,00	00:00:00	66,67%	100,00%	
Norway	3	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Costa Rica	3	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
(not set)	3	1,33	00:00:24	100,00%	66,67%	
Nicaragua	3	1,33	00:00:32	100,00%	66,67%	
Russia	2	1,50	00:00:08	50,00%	50,00%	
Japan	2	1,50	00:00:11	100,00%	50,00%	
Puerto Rico	2	1,50	00:01:25	100,00%	50,00%	
Finland	2	1,50	00:00:11	100,00%	50,00%	
Taiwan	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Bangladesh	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Austria	2	1,50	00:00:19	100,00%	50,00%	
Honduras	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Paraguay	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Iceland	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Bulgaria	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Saudi Arabia	1	3,00	00:03:47	100,00%	0,00%	
Greece	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Turkey	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Haiti	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Czech Republic	1	3,00	00:01:33	100,00%	0,00%	
United Arab Emirates	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
South Korea	1	7,00	00:02:29	100,00%	0,00%	
Thailand	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Brunei	1	2,00	00:01:35	100,00%	0,00%	
China	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Israel	1	3,00	00:02:22	100,00%	0,00%	
Morocco	1	3,00	00:01:49	100,00%	0,00%	
New Zealand	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
India	1	7,00	00:10:21	100,00%	0,00%	
Ireland	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Uruguay	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%	
Romania	1	2,00	00:00:13	100,00%	0,00%	

11 - 58 de 58

**ANEXO 3**  
**PERFIL DE LA AUDIENCIA DE *ELCOMERCIO.COM* POR GÉNERO,  
 FORMACIÓN ACADÉMICA Y EDAD**



**Fuente:** Unidad Digital de El Comercio.

#### ANEXO 4

#### SECCIONES MÁS VISITADAS EN *HOY.COM.EC*

Tráfico: Abril de 2008

Visualizar Ver 10 primeros ▼

#	Nombre	Page Views	Sesiones	Visitantes
1	portada_hoy/homepage	917.132	350.809	175.289
2	deportes/index	24.154	17.508	7.460
3	politica/index	23.599	17.445	6.965
4	dinero/index	20.459	14.733	5.750
5	opinion/index	17.491	10.334	4.361
6	pais/index	17.457	13.047	5.525
7	cultura/index	8.533	6.786	3.180
8	america/index	5.593	4.597	1.987
9	elmundo/index	4.931	4.134	1.925
10	pais/noticias_vistas/293712	4.208	2.792	2.607

## ANEXO 5

### SECCIONES MÁS VISITADAS EN *ELMIGRANTE.COM.EC* ENTRE EL 7 DE JULIO Y EL 25 DE AGOSTO DE 2008

Rendimiento del contenido											
<b>Páginas vistas</b> <b>6.109</b> <small>Porcentaje del total del sitio: 100,00%</small>		<b>Páginas vistas únicas</b> <b>4.937</b> <small>Porcentaje del total del sitio: 100,00%</small>		<b>Tiempo en la página</b> <b>00:01:32</b> <small>Promedio del sitio: 00:01:32 (0,00%)</small>		<b>Porcentaje de rebote</b> <b>67,01%</b> <small>Promedio del sitio: 67,01% (0,00%)</small>		<b>Porcentaje de salidas</b> <b>46,64%</b> <small>Promedio del sitio: 46,64% (0,00%)</small>		<b>Índice de ingresos</b> <b>\$0,00</b> <small>Promedio del sitio: \$0,00 (0,00%)</small>	
URL				Páginas vistas	Páginas vistas únicas	Tiempo en la página	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Índice de ingresos		
/				1.968	1.458	00:02:13	48,17%	47,76%	\$0,00		
/Farándula.htm				294	252	00:01:26	81,40%	62,93%	\$0,00		
/saludos.php				276	133	00:00:49	16,67%	9,42%	\$0,00		
/Embajadas y Consulados.htm				190	139	00:01:37	66,04%	62,11%	\$0,00		
/interactivo.html				184	155	00:04:01	88,89%	59,24%	\$0,00		
/Actualidad.htm				158	126	00:00:49	80,95%	24,68%	\$0,00		
/Turismo.htm				145	128	00:00:47	91,67%	39,31%	\$0,00		
/Editorial.htm				125	98	00:01:15	85,71%	16,80%	\$0,00		
/Deportes.htm				117	98	00:00:50	80,00%	26,50%	\$0,00		
/VIP.htm				117	114	00:00:39	94,74%	81,20%	\$0,00		
/index.php				116	84	00:01:31	0,00%	36,21%	\$0,00		
/Social.htm				115	100	00:00:52	75,00%	19,13%	\$0,00		
/mapa.php				107	96	00:01:47	80,56%	53,27%	\$0,00		
/Reinas.htm				104	91	00:01:29	82,00%	56,73%	\$0,00		
/Cancillería Ecuatoriana.htm				99	71	00:01:21	58,97%	42,42%	\$0,00		

## ANEXO 6

### EJEMPLO DE INTERACTIVIDAD MUTUA EN *ELCOMERCIO.COM*, A TRAVÉS DE E-MAIL

• De: Juan Martin Albu [mailto:[juanmartinalbu@t-online.de](mailto:juanmartinalbu@t-online.de)]  
Enviado el: Miércoles, 12 de Marzo de 2008 6:04  
Para: Ecuatorianos  
Asunto: Fanesca a la Ecuatoriana!!!

Queremos compartir con Ustedes desde München- Alemania, esta tradición muy Ecuatoriana "La Fanesca".  
Intentamos cada año con los ingredientes posibles de encontrar en el medio, la elaboraciòn de nuestra añorada Fanesca, la cual compartimos con la Familia, Amigos y conocidos de nuestra Parroquia Santa Clara.  
aquì un par de Fotos testimoniales.

Muy atentamente  
Juan & Elsie Albu

• Von: Susana Moran<mailto:susanam@elcomercio.com>  
Datum: 12/03/2008 23:02:36  
An: Juan Martin Albu<mailto:juanmartinalbu@t-online.de>  
Betreff: RE: Fanesca a la Ecuatoriana!!!  
Hola Juan y Elsie:  
Gracias por escribirnos.

Estamos interesados en publicar sobre cómo hicieron la fanesca en Alemania. → Interdependencia  
Para lo cual necesito que me respondan las siguientes preguntas (...)

• De: Juan Martin Albu [mailto:juanmartinalbu@t-online.de]  
Enviado el: Jueves, 13 de Marzo de 2008 5:36  
Para: Susana Moran  
Asunto: Betreff: RE: Fanesca a la Ecuatoriana!!!

Buenos días Susana,  
Primeramente gracias por interesarse en este Tema. Paso a contarle que → Interdependencia  
mi familia y Yo estamos desde 1998 en Alemania, tenemos 52 años, 3 hijos, todos gracias a Dios ya Profesionales, somos: Yo de Quito y mi esposa de Tena (Prov. del Napo).  
Cada año preparamos mi Mujer y yo la Fanesca para la familia, a la cual invitamos Amigos y paisanos para que prueben algo de nuestro Lindo Ecuador, el porque, simplemente para no perder esta tradición, de cuando viviamos en Ecuador, aparte de ser un motivo especial de juntar a la familia (...)  
Para despedirme, nuestro profundo agradecimiento y felicitación a El Comercio, por permitirnos seguir integrados a nuestra querida Patria.

P.D. Si se publica esta Información, le agradecería hacernos conocer cuando y donde podemos leer. → Gestión/ negociación

Muy Atentamente  
Elsie & Juan Albu

• Von: Susana Moran<mailto:susanam@elcomercio.com>  
Datum: 13/03/2008 15:22:57  
An: Juan Martin Albu<mailto:juanmartinalbu@t-online.de>  
Betreff: RE: Betreff: RE: Fanesca a la Ecuatoriana!!!

Estimado Juan acabo de ver sus respuestas. El mail anterior estuvo demás. Hoy mismo publicaré su historia.

Saludos cordiales.

## ANEXO 7

### EJEMPLO DE INTERACTIVIDAD MUTUA EN HOY.COM.EC, A TRAVÉS DE E-MAIL

• From: manny ruano  
To: sandra yepez  
Sent: Sunday, April 26, 2009 1:42 PM  
Subject: Comentario 2009

Saludos nuevamente Sandra:

Estando en el recinto electoral se me presentó una situación, que no sé bajo que legalidad fue hecho, pero que no me preocupa, es que uno de los encargados del Consulado me pidió alguna identificación que me autorice mi labor periodística, mi respuesta fue que soy un agente libre y que reportaba de forma voluntaria y cívica para el Periódico el Hoy, que ustedes aceptan mi colaboración pero que en sí no tengo ningún vínculo legal ni económico.

No sé si para la próxima oportunidad su empresa podría producir algún tipo de documento o identificación para tener más acceso a la información de manera más formal y así cumplir con los requisitos que como le repito no se bajo que legalidad me fueron requeridos. Pero eso no será un obstáculo para seguir llevando la información hacia su medio de comunicación.

→ Gestión/ negociación

→ Interdependencia

Gracias por la atención,  
Manny.

• From: [syepez@hoy.com.ec](mailto:syepez@hoy.com.ec)  
To: [mannyruano@hotmail.com](mailto:mannyruano@hotmail.com)  
Subject: Re: Comentario 2009  
Date: Sun, 26 Apr 2009 13:59:16 -0500

Manny,

Muchísimas gracias, usted no se preocupe ya que por su gran ayuda lo mínimo que podemos otorgarle es nuestro completo respaldo.

→ Interdependencia

Diga, sin problema, que usted es un corresponsal de Diario HOY, ni siquiera se moleste en darles más explicaciones, y por supuesto, que me encargaré de que para la próxima vez le podamos enviar, al menos, una carta que le facilite su trabajo. Pero, le repito, usted tiene todo el derecho de presentarse como reportero de HOY ya que después de tanto tiempo de colaborarnos, es tan corresponsal de este Diario como cualquier otro.

Saludos y nuevamente gracias por su colaboración,

Sandra

## ANEXO 8 EJEMPLO DE VISIBILIDAD EN HOY.COM.EC

http://www.hoy.com.ec/ecuador-hoy/327847/tu-historia.html

Buscar Marcadores Corrector ortog

Search Web Mail Shopping My Yahoo!

Etnografía virtual - Google... Tu historia - Diario HO... ECUATORIANOS EN EL M...

No solo encabezamos las paginas de cronica roja.  
No solo somos numeros en las estadisticas americanas. Los latinos tambien representamos nuestra cultura y nuestros paises con orgullo, siendo embajadores de nuestra tierra y demostrando el talento de nuestro pueblo.  
**Orgullosamente ecuatorianos!**  
**Familia Vinueza-Villavicencio**  
**Estados Unidos**  
*Miércoles, 27 de mayo de 2009*

**Ana Vinueza is Chester Middle School Champion in the Scholastic Challenge**



Mrs. Vinueza (mom) and 8th grader Ana Vinueza. In February, Chester Middle School's eighth grade initial inductees to the National Junior Honor Society participated in The American Scholastic Achievement League's 2006 Scholastic Challenge. Questions used in the contest reflected the general knowledge and educational levels expected of eighth grade students, not a specific curriculum. This contest takes place in schools across the country and results are sent to the Scholastic Achievement League for scoring. This is a nationally recognized contest. Each school's individual champion with the highest score receives a medal and Certificate of Merit. Congratulations to Chester winner Ana Vinueza and her family. Ana received the highest score of those who participated at Chester Middle School. Congratulations Ana! The other students who participated and received above the national average also received a Certificate of Merit.

Fuente: [www.hoy.com.ec](http://www.hoy.com.ec)

**ANEXO 9**  
**EJEMPLO DE VISIBILIDAD EN *ELCOMERCIO.COM***

http://ww1.elcomercio.com/galerias.asp?id\_galeria=5&id=6303&cert=no

**elcomercio**  **com**



**Mi familia a lo lejos** 

Saludos desde Orlando. Queremos a través de este medio enviarles un cordial saludo a todos nuestros familiares que nos deben estar extrañando. Somos alumnos de 7mo de básica de la Escuela Ludoteca Padre Víctor Grados, de Quito Ecuador. Venimos hace dos semanas a realizar algunas presentaciones artísticas en escuelas de Palm Beach. Los alumnos de 7mo de básica.

Fuente: [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com)

## BIBLIOGRAFÍA

- Albornoz, Luis (2004). “La prensa diaria y periódica: pionero pero problemático salto on line”. En *Comunicación y cultura en la era digital*, Enrique Bustamante (coordinador): 141-177. Barcelona: Gedisa.
- Appadurai, Arjun (2001), *La modernidad desbordada*. Argentina: Ediciones Trilce.
- Ardévol, Elisenda et al. (2003), “Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea”. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>, visitado el 16 de febrero de 2008.
- Augé, Marc (2007), *El oficio del antropólogo*. España: Gedisa.
- Barbosa, Elisabete (2001). “Interactividade: A grande promessa do Jornalismo Online”. En <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-elisabete-interactividade.pdf>, visitado el 10 de febrero de 2008.
- Berganza, María Rosa (2005), *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Becker, Howard (1996). “The Epiestemology of Qualitative Research”. En *Essays on Ethnography and Human Development*, Richard Jessor et. al (eds.). Chicago: University of Chicago Press.
- Blummer, Herbert (1981), *El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método*. Barcelona: Hora S.A.
- Bosc- Bierne, Carolina y Tablante, Leopoldo (2001). “La línea editorial de los periódicos El Universal y El Nacional entre el 7 y el 15 de abril”. En *Ininco*, N°14. Disponible en <http://www.infoamerica.org/articulos/b/bosc.htm>, visitado el 15 de diciembre de 2008.
- Carrión, Fernando (2004), *Memoria de una gestión: FLACSO 1996-2004*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Carrión, Hugo (2009), *Internet. Calidad y costos en Ecuador*. Quito: Imaginar.
- Carvalho, Rosa (s/f), *De onda em onda: a evolucao dos ciberdiarios e a simplificacao das interfaces*. Disponible en [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt), visitado el 12 de febrero de 2008.

- Castello, Paula y Mario Burbano (2005). "Migración ecuatoriana y uso de Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación". En *Cartillas sobre Migración, N°12*. Quito: Plan Migración, Comunicación y Desarrollo.
- Cerbino, Mauro (2004). "Ética y sensacionalismo en el periodismo digital". En *Infolac*, Vol. 17, N°1: 9-11. México: UNESCO.
- \_\_\_\_\_(2006) *Observatorio de análisis del discurso de medios de comunicación sobre emigración*. Quito: Flacso- Plan de migración, comunicación y desarrollo.
- Contreras, Pau (2004), *Me llamo Kohfam. Identidad hacker: una aproximación antropológica*. Barcelona: Gedisa.
- Cuadra, Álvaro (2005), *La brecha digital Cybercultura y desarrollo. Paradojas y asimetrías de una sociedad en red. Nuevos contextos y usos de la cibertecnología en Chile*. Disponible en <http://www.labrechadigital.org/cibercultura.html>, visitado el 15 de febrero de 2008.
- Cruz, Pamela y Lorena Rodríguez (2002), *Elaboración de una revista especializada en Tauromaquia*, tesis de licenciatura en comunicación. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- De Souza, Herbert Jose (s/f), *Cómo se hace análisis de coyuntura*. Colombia: Codecal.
- Döbler, Hanelore (2001). "El periodismo "on line" ¿Amenaza de muerte al periodismo tradicional?". En *Chasqui*, N° 73. Quito: CIESPAL.
- Fierro, Luis (1995). "Presencia del Ecuador en el Internet". Disponible en la página *web* <http://interred.wordpress.com/1995/02/12/presencia-del-ecuador-en-el-internet/>, revisado el 26 de febrero del 2008.
- Flichy, Patrice (1993), *Una historia de la comunicación moderna*. Barcelona: MassMedia Ediciones.
- Fonseca, Katia (2006), *Blog-jornalismo: interactividade e construção colectiva da informação*. Brasil: Universidade Federal de Minas Gerais.
- Fuser, Bruno (2003). "Informação e interatividade nos meios digitais: um estudo regional". En *Jornalismo*, N°1, Volumen 6: Pp 51-63. Sao Paulo: Pontificia Universidade Católica de Campinas.
- García Canclini, Néstor (1999), *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Ediciones Paidós.

- Garzón, Estrella (1993). “La inmigración en clave periodística”. En *Chasqui*, N°93: 22-29. Quito: CIESPAL.
- Giddens, Anthony (1999), *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- Goffman, Erving (2001), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Goncalves, Elias (2001), *La estructura de la noticia en las redes digitales. Un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo*, tesis doctoral, España: Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en [www.ub.es/geocrit/b3w-260.htm](http://www.ub.es/geocrit/b3w-260.htm), visto el 19 de abril de 2008.
- Goycochea, Alba y Franklin Ramírez (2002), “Se fue, ¿a volver? Imaginarios, familia y redes sociales en la migración ecuatoriana a España (1997-2000)”. En *Íconos*, N°14: pp. 32. Disponible en [http://www.flacso.org.ec/docs/i14\\_goycochea.pdf](http://www.flacso.org.ec/docs/i14_goycochea.pdf), visitado el 17 de marzo de 2008.
- Gratton, Brian (2005). “Ecuador en la historia de la migración internacional ¿Modelo o aberración?”. En *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*, Gioconda Herrera et.al. Quito: FLACSO-Plan Migración, comunicación y desarrollo. Quito.
- Gupta, Akhil y James Ferguson (1997), *Culture, power, place: explorations in critical anthropology*. Inglaterra: Duke University Press.
- Hammersley, Martín y Paul Atkinson (1995), *Etnografía. Métodos de investigación*. España: Paidós.
- Herrera, Gioconda et al. (2005), *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*. Quito: FLACSO – Plan Migración, comunicación y desarrollo.
- \_\_\_\_\_ (2008), *Ecuador: La migración internacional en cifras*. Quito: UNFPA-FLACSO Ecuador.
- Hiller, Harry y Tara Franz (2004). “New Ties, old ties and lost ties: the use of the Internet in diaspora”. En *New media & Society*,
- Hine, Christine (2000), *Virtual Ethnography*. Londres: Sage Publications.
- \_\_\_\_\_ (2005), *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*. Estados Unidos: Berg.

- Humanes, María Luisa (s/f), *Informe sobre Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. España: Universidad de Salamanca. Disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/ESP/pdf/bib\\_ref/thompson.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/ESP/pdf/bib_ref/thompson.pdf), visitado el 15 de marzo de 2008.
- Ingold, Tim, 2000, *The perception of the Environment*. Gran Bretaña: Routledge.
- Kerckhove de, Derrick (1999), *Inteligencias en conexión*. Barcelona: Gedisa.
- Lemos, André (1997), *Ciber- socialidade: tenología e vida social na cultura contemporanea*, material de clase de Comunicación Intercultural.
- Lévy, Pierre (2007), *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. España: Anthropos.
- Mantilla, Jaime (1994). “El diario del futuro”. En diario *Hoy*, edición del 16 de enero de 1994. Disponible en <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/el-diario-del-futuro-un-periodico-sin-papel-33168-33168.html>.
- Marcus, George (1995). “Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multisited Ethnography”. En *Annual Review of Anthropology* 24: Pp. 95-117. Estados Unidos.
- Martín Herrera, Inma (2005). “Ciber redacción periodística: Nuevo lenguaje para un nuevo medio”. En *Chasqui*, N°92: 24-29. Quito: Ciespal.
- Martínez Albertos, Jorge Luis (1974), *Redacción Periodística*. Barcelona: A.T.E.
- Martínez, Lourdes (2004). “Nuevos contenidos, nuevas rutinas, nuevo lenguaje: la reconversión del periodista hacia el comunicador digital”. En Juan Miguel Aguado (coord.), *E-comunicación. Dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.
- Mattelart, Armand y Michéle Mattelart (1999), *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mejía, Silvia (2005). “Transnacionalismo a la ecuatoriana: migración, nostalgia y nuevas tecnologías”. En *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*, Gioconda Herrera, María Cristina Carrillo y Alicia Torres (editoras). Quito: Flacso- Plan de migración, comunicación y desarrollo.
- Ministerio de Relaciones Exteriores, 2007, *Política Migratoria del Ecuador*, Quito.

- Moreno, Paola (2007), *El proceso electoral de los ecuatorianos en el exterior: Reflexiones para un debate sobre la participación en contextos de migración*. Quito: SJRM-ILDIS-FEM.
- Núñez, Jorge (2006), *Cacería de Brujos. Drogas 'ilegales' y sistema de cárceles en Ecuador*. Quito: FLACSO- Abya Yala.
- Piscitelli, Alejandro (2005), *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Barcelona: Gedisa.
- Quesada, Monserrat (1998), *Periodismo especializado*. España: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Ramírez Franklin y Jacques Ramírez (2005). “Redes transnacionales y repertorios de acción migratoria: de Quito y Guayaquil para las ciudades del Primer Mundo”. En *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*, Gioconda Herrera et.al. Quito: FLACSO- Plan migración, comunicación y desarrollo.
- Ramírez, Jacques (2007) “Aunque se fue tan lejos nos vemos todos los días”: migración transnacional y uso de nuevas tecnologías de comunicación”, en *Los usos de Internet: comunicación y sociedad*, Consuelo Albornoz et.al. Quito: Flacso – IDRC-CDRI.
- Ramonet, Ignacio (2000), *La tiranía de la comunicación*. España: Temas de Debate.
- Rojo, Pedro (2004). “Gestión de contenidos: modelos para generar valor en la Red”. En *e-comunicación dimensiones sociales y profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*, Juan Miguel Aguado (coordinador). España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.
- Ruiz, Martha Cecilia (2002), “Ni sueño ni pesadilla: diversidad y paradojas en el proceso migratorio”. En *Íconos*, N°14: pp.88-97. Quito: FLACSO. Disponible en [http://www.flacso.org.ec/docs/i14\\_ruiz.pdf](http://www.flacso.org.ec/docs/i14_ruiz.pdf), visitado el 17 de marzo de 2008.
- Sádaba, Teresa (2008), *Framing: el encuadre de las noticias*. Argentina: La Crujía ediciones.
- Salas, María (2004), *La gestión de la información en los periódicos virtuales nacionales*, tesis de maestría andina en Comunicación y sociedad con mención en Políticas Públicas para Internet. Quito: Flacso-Ecuador.
- Salaverría, Ramón (2007). “Los diarios frente al reto digital”. En *Chasqui*, N°97: 4-9. Quito: Ciespal.

- Salazar, Richard (2007), *Migración. Mitos, propuestas y desafíos*. Quito: OIM- Esquel.
- Sánchez, Jeaneth (2004). “La emigración de Ecuador y los retos del desarrollo”, en *Revista aportes andinos*, Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Santamaría Arturo y Guillermina Vásquez (2005). “La identidad migrante: de los periódicos a la Internet”. En Jorge Cadena, Márgara Millán y Patricia Salcido (coord.), *Nación y movimiento en América Latina*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Santa Fe Associates Internacional (2007), *Las tecnologías de la información y las comunicaciones en la competitividad de Quito*, Quito: Conquito.
- Sartori, Giovanni (1998), *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana.
- Serra, Paulo (2006), *Internet e interactividade*. Disponible en <http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-internet-interactividade.pdf>, visitado el 10 de febrero de 2008.
- Scolari, Carlos (2004), *Hacer clic*, Barcelona: Gedisa.
- Thompson, John (1998), *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- \_\_\_\_\_ “La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología”. En revista *Versión. Estudios de comunicación y política*, N°1, octubre de 1991. Disponible en [http://www.nombrefalso.com.ar/upload/thompson\\_2.pdf](http://www.nombrefalso.com.ar/upload/thompson_2.pdf), visitado el 30 de julio de 2009.
- \_\_\_\_\_ “La nueva visibilidad”. En *Papers: revista de Sociología*, N°78, 2005. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1704760>, visitado el 10 de abril de 2009.
- Van Dijk, Teun (2003), *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*, España: Gedisa.
- Villamar, David (2004). “Características y diferencias clave entre las primeras migraciones y la reciente ola migratoria”. En *Cartillas sobre Migración*, N°10, diciembre de 2004. Disponible en <http://www.fes.ec/docs/publicaciones/migracion10.pdf;jsessionid=C35777EA615559DDA9F501CF5D2B6C90>, visitado el 3 de enero de 2009.
- Wallace, Patricia (2001), *La Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós.

## DOCUMENTOS

- Hoy, “Quiénes somos”. Artículo electrónico revisado el 10 de septiembre del 2008 y disponible en la página web <http://www.hoy.com.ec/pagshtm/somos.htm>.
- Organización Internacional para las migraciones, “Actividades”. Disponible en [www.oimconosur.org](http://www.oimconosur.org), visitado el 15 de enero de 2009.

## ENTREVISTAS EN AUDIO<sup>50</sup>

- EP01-susanam, 4 de julio de 2007.
- EP02-susanam, 19 de marzo de 2008.
- EP03-gonzalom, 14 de enero de 2008.
- EP04-gonzalom, 25 de febrero de 2008.
- EP05-gonzalom, 1 de abril de 2008.
- EP06-sandray, 2 de julio de 2008.
- EP07-sandray, 23 de julio de 2008.
- EP08-sandray, 11 de agosto de 2008.
- EP09-cristobalz, 1 de septiembre de 2008.
- EP10-cristobalz, 3 de septiembre de 2008.
- EP11-cristobalz, 8 de septiembre de 2008.
- EG01-diego, 13 de febrero de 2008.
- EG02-paola, 19 de marzo de 2008.
- EG03-leonardo, 3 de julio de 2008.
- EG04-nancy, 22 de julio e 2008.
- EG05-carlosv, 8 de septiembre de 2008.
- EO01-juanmartin, 3 de marzo de 2009.
- EO02-lindakarina, 9 de marzo de 2009.
- EO03-manuel, 3 de marzo de 2009.
- EO04-manuel, 25 de mayo de 2009.
- EO05-paul, 5 de marzo de 2009.
- EO06-paul, 28 de septiembre de 2009.

---

<sup>50</sup> En la catalogación, EP significa entrevista a profundidad, EG hace referencia a entrevista general y EO son las entrevistas *on line*.