

# Impacto mediático de la Web 2.0 en Canarias

## Marco de Análisis

**Temporalidad:** Enero 2008 – Marzo 2009

**Tema:** Proyección mediática de la Web 2.0

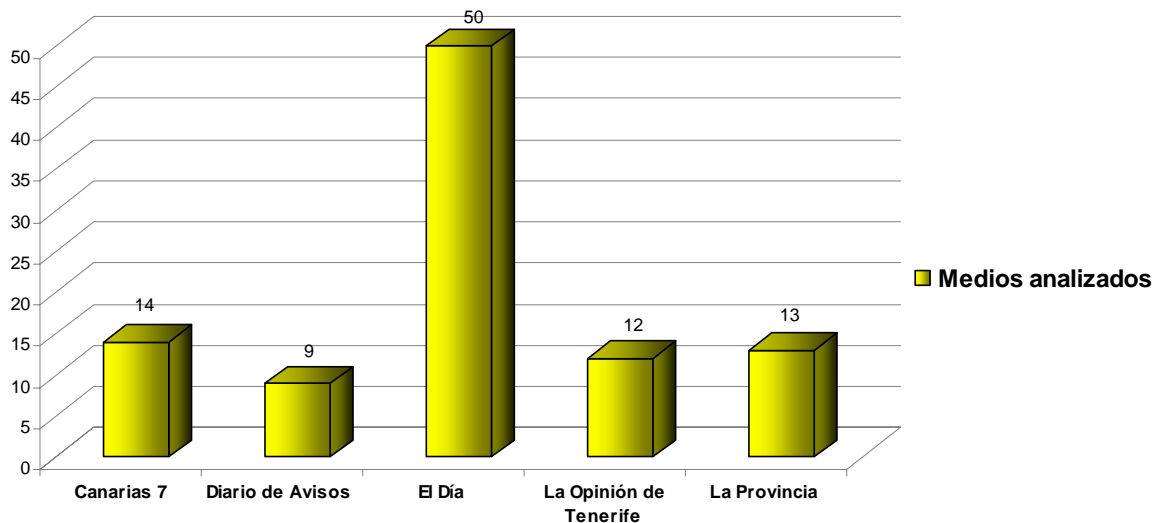
**Metodología:** Seguimiento sistemático de prensa

**Número total de noticias:** 98

## Medios analizados

### Prensa

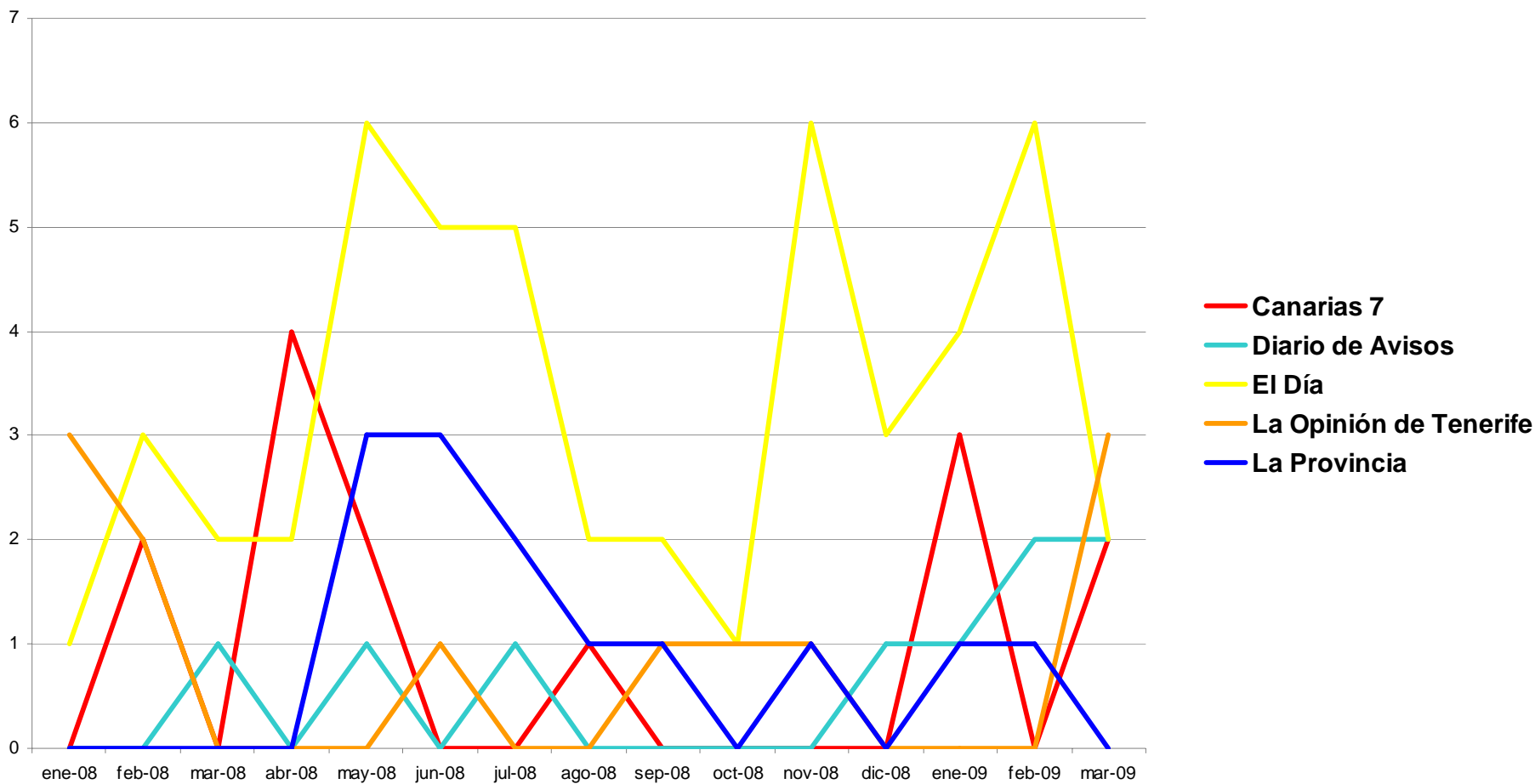
Canarias 7  
Diario de Avisos  
El Día  
La Opinión de Tenerife  
La Provincia



## Evolución del tratamiento mediático de las noticias relacionadas con la Web 2.0



## Incidencia mediática de las noticias relacionadas con la Web 2.0



## -Los 5 puntos a tener en cuenta-

1. En términos generales, los medios de prensa centraron la información relacionada con la Web 2.0 en la dinamización de las nuevas formas de la comunicación, participación e interacción social online.
2. Los medios de prensa hicieron énfasis en la estrecha relación que existe entre la Web 2.0 y el sector del turismo, debido a que diversas Instituciones utilizan aplicaciones y herramientas de la plataforma Web 2.0 para promocionar la Isla.
3. En el ámbito político, los medios de prensa proyectaron la dinamización del uso de la Web 2.0 como una plataforma comunicativa, participativa e interactiva entre la ciudadanía y las instituciones, actores y grupos políticos.
4. En relación con la Web 2.0, los medios de prensa priorizaron en las temáticas relacionadas con los avances en las herramientas y aplicaciones de la Web 2.0, en estudios relacionados con el porcentaje de los usuarios y las jornadas informativas de la Web 2.0.
5. El Día realizó un seguimiento metódico de las noticias relacionadas con la Web 2.0, mientras que coincidentalmente Canarias 7, Diario de Avisos, La Opinión de Tenerife y La Provincia realizaron un seguimiento discontinuo de dicha temática.