



Medios de comunicación digitales: una nueva forma de ver el periodismo

Digital media: a new way of seeing journalism

Mídias digitais: uma nova forma de ver o jornalismo

Shirley América Cabrera Almeida ^I
shirley.cabreraa@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8415-4706>

Emma Carolina Vásquez Bohórquez ^{II}
emma.vasquezb@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2468-8677>

Alba Rosa Barreth González ^{III}
alba.barrethg@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9920-6575>

Correspondencia: shirley.cabreraa@ug.edu.ec

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de diciembre de 2022 * **Aceptado:** 12 de enero de 2023 * **Publicado:** 14 de febrero de 2023

- I. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- II. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- III. Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Resumen

El periodismo en este siglo se está adaptando a la sociedad de la información y sobre todo, a través del fenómeno Internet, que ha surgido un medio digital, interactivo y de multimedia, que representa un método de elaboración, estructuración y difusión de nueva información.

Esta era ha influido en los medios, la presencia en Internet y está en constante innovación y evolución con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo, atraer y valorizar el aumento que aportan las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Palabras Clave: Medios de comunicación; periodismo; redes sociales.

Abstract

Journalism in this century is adapting to the information society and above all, through the Internet phenomenon, which has emerged as a digital, interactive and multimedia medium, which represents a method of elaboration, structuring and dissemination of new information.

This era has influenced the media, the presence on the Internet and is constantly innovating and evolving with new tools and services to make the most of, attract and value the increase provided by Information and Communication Technologies..

Keywords: Media; journalism; social networks.

Resumo

O jornalismo neste século está se adaptando à sociedade da informação e, sobretudo, através do fenômeno da Internet, que surgiu como um meio digital, interativo e multimídia, que representa um método de elaboração, estruturação e divulgação de novas informações.

Esta era influenciou os meios de comunicação, a presença na Internet e está constantemente a inovar e a evoluir com novas ferramentas e serviços para aproveitar, atrair e valorizar o incremento proporcionado pelas Tecnologias de Informação e Comunicação.

Palavras-chave: Meios de comunicação; jornalismo; redes sociais.

Introducción

El periodismo ya no es lo que era, aunque cabe preguntarse si alguna vez fue lo que se pensaba que era. Hay que decir que los referentes profesionales de los libros de texto y de estilo nunca se han plasmado tan concretamente en las redacciones. Pero con el cambio de siglo, la convergencia

digital redefinió sus herramientas y cambió fundamentalmente los medios en los que se había desarrollado el periodismo durante dos siglos. En esta mutación, el periodismo ha perdido el privilegio de ser el principal productor y difusor de información del que ha disfrutado desde los tiempos modernos. Y ese no es el único cambio, es que resulta que el periodismo se puede ver desde cualquier lugar, e incluso cualquiera puede ser capaz de reportar desde cualquier lugar que se halle con información relevante para mostrar.

Este trabajo muestra definiciones del periodismo y de los temas referentes a la investigación, además de presentar la discusión mediante grafica de encuestas realizadas a 143 participantes de diferentes edades, acerca de su consideración en los medios de comunicación digitales.

Material y métodos

Este estudio se basa en una metodología deductiva. Esto porque, a partir del estudio medios de comunicación digitales, como una nueva forma de ver el periodismo, podemos llegar a conocer la dimensión social del estudio.

En este artículo investigativo, el análisis de la información se realizó a través de medios y plataformas educativas que permitieron desarrollar la bibliografía de esta investigación.

Desarrollo

Medios de comunicación

Los medios tradicionales, los metamedios y las redes digitales conforman la arquitectura de la sociedad de la comunicación a través de la que se relacionan millones de ciudadanos, organizaciones y otros actores sociales. Esta arquitectura se equipara a un ecosistema por su complejidad, interdependencia, diversidad de especies y auto - organización. La arquitectura del ecosistema no sólo relaciona a los medios con sus audiencias sino también a éstas entre sí y con otras organizaciones que se han convertido en metamedios para comunicarse con sus públicos, clientes, usuarios y partes interesadas. El producto de esas interacciones es capital relacional y social. (Freire, Araújo, García, & Fernández, 2016)

Por ello, las formas de comunicación o nuevos medios hace referencia a un presupuesto conceptual que sirve para definir unas estructuras de comunicación que de un tiempo a esta parte están desarrollando su actividad en internet. Sin ánimo de ser exhaustivos, pero con la intención de ser

esclarecedores. (García G. L., 2005) En este sentido cabe señalar cabe algunas de las principales formas de comunicación o nuevos medios:

- Diarios digitales
- Buscadores y directorios
- Portales
- Comunicadores virtuales
- Redes sociales
- Bitácoras o Weblogs

Medios digitales

En un mundo de constante cambio con dependencia a la tecnología y su presentación y/o consumo de noticias, hace que surjan nuevas formas de ver el periodismo. Es por esta razón que apareció el periodismo digital y modificó para siempre las salas de redacción de los medios de comunicación. Pero, muchos años más tarde, cabe la pregunta: ¿Qué es el periodismo digital? Según Sánchez, “es mucho más que trasladar contenidos de la prensa escrita a la Red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla” (2007, p. 68).

En todo este proceso es importante también destacar un elemento fundamental: “el concepto clave del periodismo en red es el hipertexto, es decir, el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas” (p. 68). Sin embargo, aunque esta nueva tendencia gane más adeptos día tras día, los principios básicos del periodismo deben primar sobre los nuevos formatos. (Antunish, 2021)

Es por ello que autores como Cabello, Rendón, & Iturralde (2020) señalan que “el desarrollo de la tecnología permite que las herramientas de comunicación se amplíen y, con el tiempo, influyan en los medios y luego surjan los medios existentes”.

- **Medios audiovisuales:** son aquellos equipos que emiten imágenes y ruidos, como pueden ser los televisores, el cine que a medida que pasa el tiempo junto con la tecnología se van actualizando, implementando nuevas opciones para los usuarios.
- **Medios impresos:** es toda aquella información que se puede encontrar de manera física, es decir, revistas, folletos, periódicos, afiches, folletos. Es importante considerar que estos

medios han perdido un poco el terreno debido a la facilidad que brinda la tecnología de poder revisar esta información de manera digital.

- **Medios digitales:** a través del tiempo surgen estos medios digitales como las laptops, dispositivos celulares, tablets que permiten que los usuarios tengan acceso a cualquier información de manera fácil, incluso las empresas están optando por recurrir a estos medios para poder aplicar las promociones o publicidad.

Periodismo

El periodismo nació de esa necesidad de saber qué pasaba a nuestro alrededor, y es que se conoce como periodismo aquella actividad mediante la cual se investiga, se selecciona la información más relevante y se prepara para que sea más fácil de entender. (Ros, 2020)

Dado a que tiene como objetivo revelar ciertas cosas, pero su característica principal es que no solo considera el presente, sino que también hace referencia al pasado por lo que causó ciertos eventos. Sus puntos de partida son investigaciones, búsquedas de datos, resultados, pistas, personajes y testimonios.

Actividad cuyo fin es recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a hechos del presente, del pasado y/o del futuro. En este sentido, el periodismo se entiende como una metodología adecuada para poder presentar cualquier tipo de información valiosa, buscar fuentes seguras y verificables. (Martínez, 2018)

Y es que, el periodismo es algo más que describir lo que pasa adentro de las redacciones o manejar las herramientas tecnológicas. Las prácticas son un aspecto de los estudios del periodismo, que comprenden también la discusión de los alcances de la profesión, la consideración de su lugar como institución, las personas que se desempeñan como periodistas y el contenido que producen. La profesionalización del periodismo sigue reinventándose (Waisbord, 2013) en estos tiempos en que abarca el amplio rango de las funciones que involucran la producción, la edición y la circulación de contenidos, en cualquier formato, etapa y origen. Citado por (Amado & Kanashiro, 2018)

Reporteros / periodistas

Los Periodistas son especialistas de la comunicación, haciéndolos responsables de investigar, analizar, interpretar y divulgar información a través de cualquier medio de comunicación (periódicos, televisión, radio, redes sociales). Hoy en día, estos profesionales pueden optar a

trabajar directamente para periódicos y revistas o pueden trabajar de manera autónoma o independiente. (Neuvoo, 2017)

Para Yépez & Quezada (2019) “también se puede indicar a los reporteros ciudadanos, que son los que inspiran su labor en la confianza que tiene por determinado medio de comunicación de donde reciben el contenido informativo”. Y es que cualquier persona tiene la posibilidad de informar desde su celular móvil y mostrarlo mediante los medios digitales.

Pero también, cabe recalcar que un profesional de la información debe servirse de herramientas tecnológicas para poder desarrollar su trabajo con mayor comodidad y utilizar estos canales de difusión como medios de transmisión de la información con las características de instantaneidad, simultaneidad e información en tiempo real, pero sin descuidar la ética profesional y un lenguaje adecuado en la transmisión de la información. Todo ello compone un conjunto de retos para el periodismo digital, en su adaptación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento, que vamos a abordar en este artículo. (Marañón, 2014)

Redes sociales

Estudiosos de la comunicación consideran que no sólo las redes sociales son un espacio virtual de entretenimiento, comunicación entre amigos, familiares y personas que buscan conseguir pareja o simplemente contactarse con otras culturas, sino que también se han convertido en un lugar importante, en que los medios de comunicación interactúan con los ciudadanos, entregándoles información y recibiendo a cambio opiniones, participación en el espacio periodístico, hablado en la TV, donde además se introducen fotografías, datos, participación, videos entre otros . (García & Castro, 2018)

Aplicaciones de noticias: conocidas en inglés como news apps, son el fruto de la labor conjunta de periodistas y programadores informáticos. Muchas veces, el volumen de datos es tan grande que resulta imposible encontrar una noticia si no se diseña una aplicación que nos permita agrupar y analizar variables, por ejemplo, por localización geográfica, por fecha, por nombre de compañía, etcétera. (Crucianelli, 2013)

Características del medio digital

Este tipo de periodismo digital abarca todos los aspectos anteriores como la prensa escrita, la radio, la televisión y otros formatos en un conjunto multimedia sustentado en las cualidades únicas de

l espacio en red. Así, es posible navegar por sitios de noticias, escuchar la radio, ver televisión o hacer las tres cosas gracias a hipervínculos y múltiples formatos.

La prensa digital se diferencia de los blogs, las redes sociales y otras formas de comunicación disponibles en Internet en que funciona según métodos periodísticos y, a menudo, ocupa espacio en sitios web legítimos como periodismo autorizado. (Equipo editorial, Etecé, 2023)

- **Multimedialidad:** el periodismo digital suele integrar en una misma plataforma diferentes tipos de formatos tales como texto, audio, gráficos, videos, animaciones y fotografías. Esta posibilidad de integración permite enriquecer la noticia y expandir el nivel informativo. El texto, las imágenes, el audio y las presentaciones pueden incluirse juntos en un gran ecosistema cibernético al servicio de los usuarios o la audiencia. (Villavicencio, 2019)
- **Hipertextualidad:** el ciberperiodismo ofrece la oportunidad de conseguir información de diferentes direcciones y no de manera lineal como en el periodismo tradicional. Este periodismo tiene la opción de navegar por el contenido mediante enlaces en relación al texto. Gracias a estos enlaces podemos entrar de una información a otra de forma automática, esto quiere decir que el usuario puede contrastar las noticias y ampliar sus conocimientos con solo un clic. (Flores, 2021)
- **Interactividad:** En estos medios el espectador ocupaba un rol meramente pasivo, mientras que el cibernauta elige qué noticias ver y cuáles no, elige qué videos reproducir y hasta cuándo y administra su tiempo de exposición a la noticia como quiera. Además, en muchos casos es capaz de replicar la noticia o de exponer su opinión en el apartado de comentarios de los lectores. (Equipo editorial, Etecé, 2023)
- **Inmediatez:** los usuarios tienen acceso a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar. El periodismo digital se encarga de actualizar constantemente el contenido del material informativo.

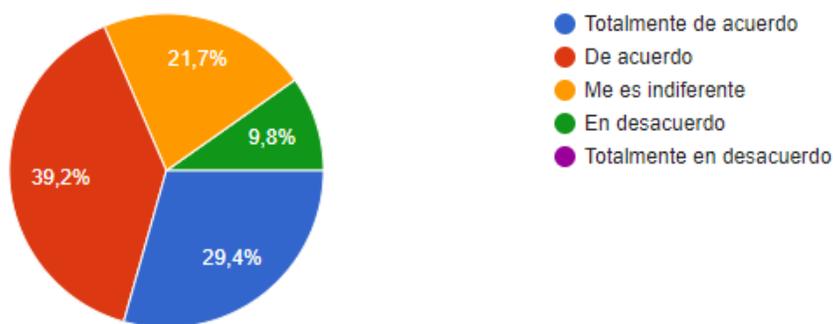
Discusión

Para este artículo investigativo se tomó una muestra poblacional de 143 personas de distintas edades entre adolescentes, adultos y personas mayores acerca del tema de investigación, de las cuales se formularon 5 preguntas alternativas acerca de lo que consideran en relación a los medios

de comunicación digitales y a su vez conocer el impacto que tienen los medios de comunicación hoy en día para presentar información como periodismo digital.

Gráfica 1: ¿Considera Ud. que los medios de comunicación digitales son confiables en la información presenta en sus medios?

143 respuestas

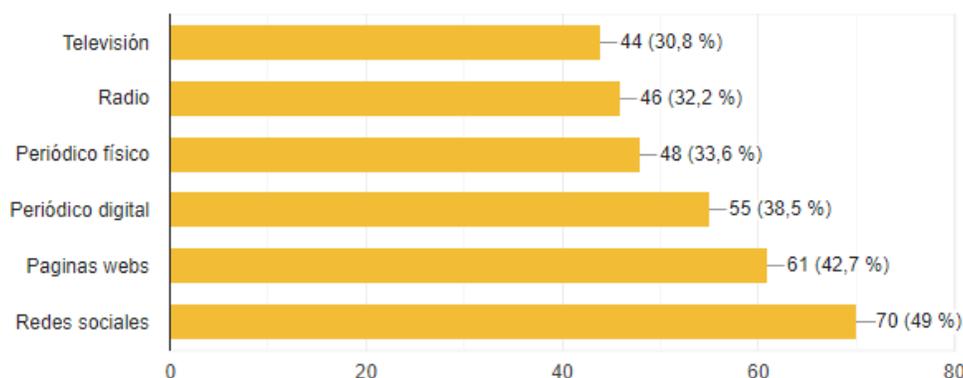


Elaborado por: El autor

En la primera grafica se muestra el resultado de los 143 participantes en la pregunta acerca de si considera que los medios de comunicación digitales son confiables en la información que presentan en sus plataformas. De acuerdo a la gráfica que puede observar que el 39,2% está “de acuerdo” ante la pregunta; el 29,4% de la población se halla “totalmente de acuerdo” con la pregunta planteada; para el 21,7% de los participantes se mostró “indiferente” ante el hecho de que los medios de comunicación sean confiables; mientras tanto para el otro grupo considero estar “en desacuerdo” con un porcentaje del 9,8%.

Gráfica 2: ¿Dónde prefiere Ud. informarse con respecto a las noticias?

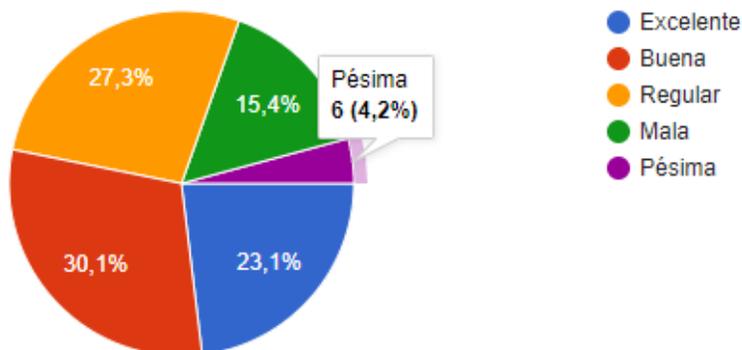
143 respuestas

*Elaborado por: El autor*

Respecto a la siguiente gráfica se consultó a los participantes si en donde prefieren informarse con respecto a las noticias en lo que se refiere al periodismo. En este caso se mostrará de mayor porcentaje a menor porcentaje, en donde hallamos los medios de comunicación en el siguiente orden: las “redes sociales” ocupan el mayor número de preferencia con un porcentaje del 49%, obteniendo un acumulado de 70 votos de los 143 encuestados; en segundo lugar encontramos las “páginas webs” con un porcentaje del 42,7%; seguida a ella se encuentran los “periódicos digitales” alcanzando un porcentaje del 38,6%; con una diferencia más notoria se encuentra el periódico físico e impreso que logró un porcentaje del 33,6%; la “radio” también obtuvo un porcentaje similar, alcanzando un 32,2%; y por último la “televisión” con un porcentaje del 30,8%.

Gráfica 3: ¿Cómo valoraría la información de los medios de comunicación digitales?

143 respuestas

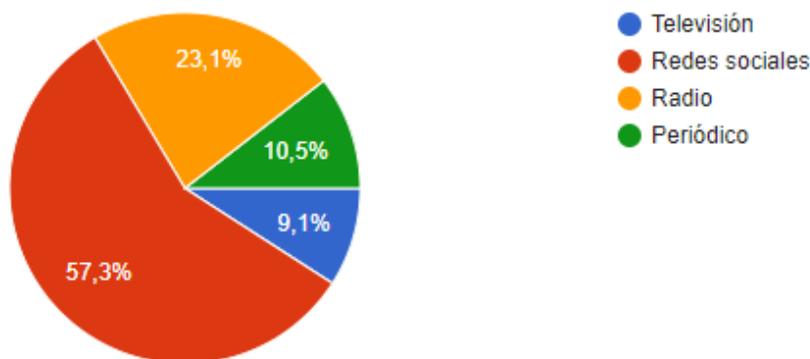


Elaborado por: El autor

En la gráfica 3 se consultó a los participantes sobre cómo valoraría la información que se presenta en los medios de comunicación digitales, en donde el 30,1% de la población valoró como “buena” la información que otorgan los medios de comunicación digitales; para el 23,1% de los encuestados la calificación para los medios digitales fue “excelente”; el 27,3% la considero “regular”, para el 15,4% señalo que es “mala” la información de los medios digitales; y un grupo menor del 4,2% le dio como valoración “pésima” a la información que presentan estos medios.

Gráfica 4: ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación considera Ud. que informa oportunamente las noticias al instante?

143 respuestas

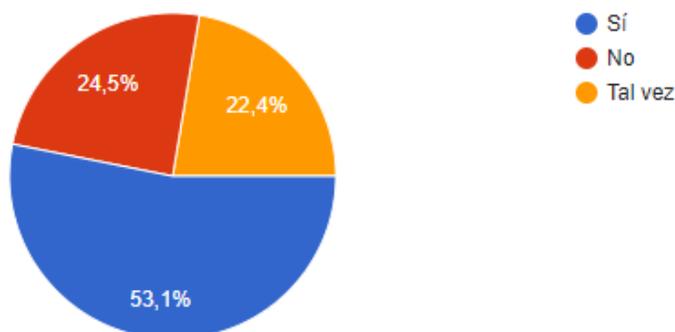


Elaborado por: El autor

De acuerdo a la gráfica 4, los participantes en la encuesta respondieron por de cuál de los diferentes medios de comunicación considera que cumple con el periodismo y la noticia al instante. De los cuales para el 57,3% señalo que las redes sociales; el 23,1% indico que quien lo hace de manera oportuna es la radio; para el 10,5% el periódico (considerando que algunos de los participantes son personas de tercera edad); y por último el 9,1% de los participantes señalo que la televisión muestra las noticias de manera oportuna y al instante.

Gráfica 5: ¿Considera que los medios digitales de comunicación tienen mejor presentación al momento de informar las noticias, que los medios tradicionales?

143 respuestas



Elaborado por: El autor

Y como ultima grafica podemos ver la pregunta que se realizó a los encuestados acerca de si considera que los medios de comunicación digitales tienen mejor presentación que los medios que se solían ver tradicionalmente, en donde los participantes respondieron en un 53,1% que “si” tiene mejor presentación; el 24,5% indico que “no” tienen una buena presentación; y por ultimo un grupo no tan diferente señalo en un 22,4% que “tal vez” puede ser que los medios de comunicación digitales tengan mejor presentación que los tradicionales, esto dando oportunidad a la versatilidad de información que se puede hallar en los medios digitales de acuerdo a los diversos organismos dedicados al periodismo.

Conclusión

El periodismo al igual que el mundo en donde habitamos ha presentados cambios y a su vez ha evolucionado, es por ello que en la actualidad los medios de comunicación digitales presentan nuevas formas de hacer llegar las noticias, empelando otros tipos de medios como los digitales. En la mayoría de los casos a través de las redes sociales, dado a que la mayoría de las personas se hallan más cómodas leyendo o escuchando las noticias mediante sus dispositivos móviles.

Esto ha generado diferentes perspectivas de ver el periodismo y cuan versátil puede ser al momento de cumplir con su rol de informar a la sociedad atravesando cualquier barrera que se pueda presentar.

Referencias

1. Amado, A., & Kanashiro, L. (2018). La reinención del periodismo: medios digitales, posverdades y otras circunstancias. *Revista Contra Texto*(29), 13 - 19. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5706/570660792001/html/>
2. Antunish, A. (Mayo - Agosto de 2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador. *Revista de la Universidad San Francisco de Quito*. doi:<http://dx.doi.org/https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>
3. Cabello, K. K., Rendón, D. E., & Iturralde, D. D. (Noviembre de 2020). ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN E IMPULSO DE LAS VENTAS. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*(73). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7745721>
4. Crucianelli, S. (Julio de 2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Revista Cuadernos de Periodistas*, 106 - 124. Obtenido de [https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2013/07/106-124\(1\).pdf](https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2013/07/106-124(1).pdf)
5. Equipo editorial, Etecé. (23 de Enero de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/periodismo-digital/>
6. Flores, R. (10 de Agosto de 2021). *Esneca Business School*. Obtenido de <https://www.esneca.lat/blog/caracteristicas-periodismo-digital/>
7. Freire, F. C., Araújo, J. R., García, X. L., & Fernández, V. A. (Mayo - Junio de 2016). IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PERIODISMO. *Revista Profesional de la Información* , 25(3), 449 - 457. doi:<https://doi.org/10.3145/EPI>
8. García, G. L. (2005). *El Ecosistema Digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet* . Valencia : Servei de Publicacions de la Universitat de València. Obtenido de https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/53701/El_ecosistema_digital_modelos_de_comunic.pdf?sequence=1&isAllowed=y

9. García, J. C., & Castro, E. C. (Enero - Junio de 2018). El Periodismo en las Redes Sociales y las Nuevas Narrativas dentro de la Comunicación Digital. *Revista Ciencias sociales y Económicas - UTEQ*, II(1), 115 - 129. Obtenido de <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/269/265>
10. Marañón, C. O. (Abril . Junio de 2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS EN LA SOCIEDAD GLOBAL Y DEL CONOCIMIENTO. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(61), 1 - 30. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
11. Martínez, N. (2018). El periodismo cultural. *Revista de Museología "Kóot"*(9), 63 - 68. doi:<https://doi.org/10.5377/koot.v0i9.5906>
12. Neuvoo. (14 de Noviembre de 2017). Neuvoo. Obtenido de <https://neuvoo.com.mx/neuvooPedia/es/periodista/>
13. Ros, L. (26 de Octubre de 2020). *La Vanguardia* . Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20201026/484239114555/cual-es-la-funcion-del-periodismo.html>
14. Villavicencio, P. (Febrero de 2019). *Fude by Educativo* . Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/que-es-el-periodismo-digital-784.html>
15. Yépez, C. C., & Quezada, L. (Mayo - Agosto de 2019). Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad. *INNOVA Research Journal* , IV(2), 90 - 101. doi:<https://doi.org/10.33890/innova.v4.n2.2019.943>

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).