



Periódicos digitales, auge y efectos en el periodismo tradicional de Manabí

Digital newspapers, rise and effects on traditional journalism in Manabí

Jornais digitais, ascensão e efeitos no jornalismo tradicional em Manabí

Carlos Nery García-García ^I

carlosn.garcia@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7948-1203>

Nancy Geoconda Vélez-Álava ^{II}

ngvelez@sangregorio.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5199-9465>

Katherine Dolores Alcívar-Zambrano ^{III}

doloresk.alcivar@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5165-8126>

Correspondencia: carlosn.garcia@uleam.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas

Artículo de Investigación

* **Recibido:** 05 de abril de 2024 * **Aceptado:** 21 de mayo de 2024 * **Publicado:** 14 de junio de 2024

- I. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.
- II. Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Ecuador.
- III. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador.

Resumen

Desde el año 1996 en que el internet se masificó a nivel mundial los cambios en la forma de comunicarse han generado una ruptura en la manera de interactuar con otros. La comunicación, y con ella el periodismo, han tenido cambios significativos, muchos de ellos irreversibles. Manabí no escapa a esta realidad mundial y desde el año 2020 la presencia de medios de comunicación que utilizan a la red como una plataforma de comunicación ha ido en aumento. El objetivo de este trabajo es indagar cuáles son las consecuencias del auge de los periódicos digitales y sus efectos en el periodismo tradicional de Manabí. Para esta investigación se utilizó la modalidad de revisión bibliográfica con un enfoque cuali-cuantitativo, también los métodos: documental, bibliográfico, descriptivo y analítico; asimismo se recurrió a entrevistas a periodistas de medios de comunicación digitales. Se concluye que los medios digitales se están consolidando y los tradicionales transformando para adaptarse a los nuevos modelos.

Palabras Clave: periódicos digitales, periodismo tradicional, comunicación, internet.

Abstract

Since 1996, when the Internet became widespread worldwide, changes in the way we communicate have generated a rupture in the way we interact with others. Communication, and with it journalism, have undergone significant changes, many of them irreversible. Manabí does not escape this global reality and since 2020 the presence of media outlets that use the internet as a communication platform has been increasing. The objective of this work is to investigate the consequences of the rise of digital newspapers and its effects on traditional journalism in Manabí. For this research, the bibliographic review modality was used with a qualitative-quantitative approach, as well as the methods: documentary, bibliographic, descriptive and analytical; Interviews with journalists from digital media were also used. It is concluded that digital media are consolidating and traditional media are transforming to adapt to new models.

Keywords: digital newspapers, traditional journalism, communication, internet.

Resumo

Desde 1996, quando a Internet se difundiu em todo o mundo, as mudançãs na forma como comunicamos geraram uma ruptura na forma como interagimos com os outros. A comunicação, e com ela o jornalismo, sofreram mudançãs significativas, muitas delas irreversíveis. Manabí não

foge a esta realidade global e desde 2020 tem aumentado a presença de meios de comunicação que utilizam a internet como plataforma de comunicação. O objetivo deste trabalho é investigar as consequências da ascensão dos jornais digitais e seus efeitos no jornalismo tradicional em Manabí. Para esta pesquisa utilizou-se a modalidade de revisão bibliográfica com abordagem quali-quantitativa, bem como os métodos: documental, bibliográfico, descritivo e analítico; Também foram utilizadas entrevistas com jornalistas de meios digitais. Conclui-se que as mídias digitais estão se consolidando e as mídias tradicionais estão se transformando para se adaptarem aos novos modelos.

Palavras-chave: jornais digitais, jornalismo tradicional, comunicação, internet.

Introducción

Con la llegada del internet la forma en que las personas se comunican ha ido variando a un ritmo vertiginoso. Las mutaciones de la web reflejan los constantes cambios, desde la web 1.0 hasta la red 4.0 la sociedad ha encontrado nuevas formas de estar comunicados.

La web 1.0 era un tipo de red primitiva en el que las personas solo podían leer la información. Cuando se popularizó el internet en el año 1990 los usuarios solo podían leer las noticias sin tener ninguna interacción en ella.

Fue en 2004 cuando la empresa O'Reilly Media acuñó el término web 2.0 (López, 2009, p. 3), dando paso a una novedosa forma de interconexión.

Latorre (2018), se refiere a una segunda generación de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, los chats, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc., que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social.

Este tipo de red se convirtió en un aliado de los medios de comunicación y de los ciudadanos que han encontrado la manera de estar comunicados no solo con los medios, sino también estar interconectados con otros usuarios.

Las mutaciones de la web han sido constantes y la de los medios también. Cuando en el año 2006 el escritor y conferencista Jeffrey Zeldman empleó por primera vez el término web 3.0 algunos medios de comunicación aprovecharon las aplicaciones web, a fin de enriquecer la experiencia de las personas.

Esto, porque “La web 3.0 apunta a que todos podamos disfrutar de la información y de las herramientas de Internet sin importar el aparato a través del cual nos conectemos, ya que busca una flexibilidad y una versatilidad que superen las barreras del formato y la estructura” (Latorre, 2018). En este proceso de adaptación, la web 4.0 es capaz de “adivinar” lo que las audiencias quieren. Grandes medios de comunicación han innovado y cuentan con plataformas, aplicaciones o programas capaces de atender los requerimientos personalizados de sus seguidores.

Y es que la Sociedad de la Información según Castells (1997), es “un estado de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera”.

Así, “El periodismo del siglo XXI se está adaptando a la Sociedad de la Información y, especialmente, a través del fenómeno Internet, ha nacido un medio de comunicación digital, interactivo y multimedia que supone una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir las noticias” (Olivas, 2014).

En el mundo

Los medios han tenido que irse adaptando. En España, por ejemplo, desde 1995 los periódicos compartieron sus contenidos en la web, aunque este estreno se hizo con aciertos y errores.

En otros países como Estados Unidos las primeras ediciones online de los periódicos empezaron a copar la internet en el año 1994 (Orihuela, 2011).

Otros autores (El Jaber, 2012; Albornoz, 2006) marcan la fecha de inicio en 1992 con la publicación web del diario estadounidense The Chicago Tribune, seguido por el Mercury Center, un desprendimiento del diario impreso San José Mercury News, en 1993. Pronto, señala Albornoz (2006), otros grupos editoriales de Estados Unidos y Gran Bretaña les siguieron los pasos, apareciendo en la red las ediciones digitales de The Atlanta Journal and Constitution, The New York Times, The Wall Street Journal y el diario inglés The Daily Telegraph (Robledo-Dioses, 2017).

En Argentina, la primera conexión a Internet se hizo en 1990. En las primeras redes participaban la Cancillería, el Centro de Comunicaciones Científicas de la Universidad de Buenos Aires y la Red Teleinformática Argentina (Retina). Pero ya desde 1984, funcionaban con singular éxito los Bulletin Board System (o Sistemas de Boletines Electrónicos), precursores de los actuales portales

en la Web. Allí se podían intercambiar mensajes, acceder a servicios interactivos, leer noticias y, en algunos casos, bajar programas. Alrededor de estos BBS se desarrollaron las primeras comunidades virtuales que, con la llegada de Internet, se mudaron a las listas de correo, portales y sitios web (Fejler, 2000).

Panorama nacional

Rivera (2007), a propósito del panorama nacional, afirma que “el primer intento de medio digital en Ecuador fue el boletín informativo de diario Hoy que apareció por el año 1995 y en ese momento constituyó el único nexo para cientos de ecuatorianos en el extranjero”. Esto porque “Hoy Online nace entre diciembre de 1993 y enero de 1994, y se constituye en el primer diario en línea de América del Sur” (Rivera Rogel, 2011, p. 95).

Otro de los pioneros fue diario El Comercio de Quito. Su edición digital vio la luz en 1995. Después de este medio “ingresan a la web diarios como El Mercurio de Cuenca en 1995 (www.elmercurio.com.ec), El Universo (www.eluniverso.com) y Expreso (www.expreso.ec) de Guayaquil, en 1996; El Diario de Portoviejo (www.eldiario.ec), en 1997; Extra de Guayaquil (www.extra.ec), en 1998, y La Hora de Loja (www.lahora.com.ec), en 1998” (Salaverría, 2016, p. 132).

Los primeros inicios, para todos estos medios, fueron de aprendizaje, pues en ese tiempo volcaban su contenido impreso a la web, el mismo que no tenía ningún tipo de retroalimentación.

En Manabí, El Diario subía en su web la misma información publicada en la edición impresa; se trataba de las mismas noticias a las que podían tener accesos seguidores de distintas partes del mundo.

Salaverría (2016), le llamó a esta nueva modalidad de entregar la información como Ciberperiodismo, afirmando que “El ciberperiodismo crece en concepto y cantidad; el número de periódicos y usuarios aumenta a cada día y debido al gran número de ofertas, los lectores son más exigentes. Hacer que el internauta permanezca más que algunos segundos en una página es un desafío, convertirlo en suscriptor es una meta”.

Por su parte, Edó Bolós, lo denominó periodismo digital, porque “supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos —textos, sonido, fotos, videos y gráficos fijos o interactivos— para producir un lenguaje plural, unificador, multimedia que vamos a denominar

lenguaje múltiple y que va a ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo” (Olivas, 2014).

Sin embargo, “el verdadero periodismo digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor. Es decir, se redefine la relación emisor/receptor, y da paso a una retroalimentación real y permanente” (Gil, 1999).

En este panorama, el proceso de la comunicación se ha modificado de manera irreversible, no solo a nivel internacional, sino también en lo regional.

En Manabí, El Diario fue uno de los primeros medios en incursionar en la publicación online a través de su página web, sin embargo, en la actualidad no es el único.

Por todo lo anterior, interesa saber cuáles son las consecuencias del auge de los periódicos digitales y sus efectos en el periodismo tradicional de Manabí.

Metodología

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo. Es de tipo analítico, descriptivo. Los datos encontrados se obtuvieron a través de la observación y otras técnicas como la entrevista que permitieron conocer la realidad de la temática investigada.

También se consideraron fuentes bibliográficas de reconocidos autores, cuyas investigaciones fortalecieron científicamente este trabajo y viabilizaron la comprensión sobre el auge de los periódicos digitales y sus efectos en los medios tradicionales.

La investigación consideró a dos medios de comunicación nativos digitales de la provincia de Manabí: periódicos Infórmate Manabí y Manabí Noticias, dos portales web que pese al tiempo de edición tienen una gran acogida en sus páginas web.

Fue preciso realizar entrevistas a sus representantes legales con el ánimo de conocer el crecimiento que han tenido y las estrategias que emplean para captar a la audiencia.

También se realizó un monitoreo y análisis de las páginas web de cada uno de los medios desde enero hasta junio de 2021.

Resultados y discusión

La interacción, la inmediatez, la hipertextualidad, son algunas de las características del periodismo de estos tiempos, cambios que quienes dirigen los periódicos digitales Infórmate Manabí y Manabí Noticias han seguido en la publicación de noticias en sus medios de comunicación.

En el caso de Manabí Noticias (manabinoticias.com) se trata de una propuesta informativa que nace de un grupo de periodistas manabitas. Tiene como objetivo principal informar de los hechos noticiosos que se generan en la provincia de Manabí.

Quienes están al frente de este medio de comunicación consideran que no solo se puede hacer un periodismo digital atendiendo los requerimientos ciudadanos sino también considerando las normas deontológicas del periodismo. Porque “Mientras los medios remodelan las líneas de sus estrategias informativas, los ciudadanos siguen demandando información creíble. Ahora ya nadie duda de la necesidad de disponer de información para adoptar decisiones adecuadas en los distintos ámbitos de la vida” (López, 2009, p. 111).

Para Manabí Noticias el aporte de los ciudadanos es clave en el proceso de publicación de notas informativas y en la mediación de estas. Esto, porque según Pavlik (2005), “los nuevos medios posibilitan la emergencia de experiencias como periodismo ciudadano, que gracias a las tecnologías se convertirá en una parte crucial de la República del siglo XXI” (p. 211).

Así, las nuevas herramientas han posibilitado que, en algunos casos, las informaciones no sean reporteadas solo por sus periodistas sino por sus seguidores quienes haciendo uso de la tecnología comparten información.

Lafuente (2012), argumenta que “hemos pasado en muy poco tiempo del periodista que vigilaba al poder, al periodista que es vigilado por la gente” (p. 7). Periodistas y lectores, añade, tienen acceso a las mismas herramientas de comunicación, de manera que “las audiencias han tomado la palabra y el poder, al menos una parte de él, y se hacen oír con tanto ímpetu que no solo están poniendo en cuestión la industria de los medios, también la manera de ejercer el periodismo” (p. 7).

De acuerdo con la observación realizada a Manabí Noticias se evidencia que existe una rápida respuesta a la difusión de notas coyunturales o hechos de última hora los que según las estadísticas generan una alta interacción entre los seguidores.

Al respecto Soengas (2003), manifiesta que “existen unos criterios de funcionamiento inmediato que intervienen en la elaboración de una información”:

- Actualidad-novedad.
- Proximidad de su repercusión en el entorno inmediato.

- Relieve o importancia de la persona, institución o lugar.
- Interés mayoritario-cantidad de afectados.
- Trascendencia o continuidad.
- Originalidad, primicia, investigación propia y las exclusivas.
- Conflicto.

Criterios que han sido considerados en estos noveles periódicos online cuyo impacto ha ido ganando terreno.

En el caso de Manabí Noticias, en apenas tres años de estar al aire alcanza 90.644 me gusta y 99.684 seguidores.

También en auge

Infórmate Manabí (informatemanabi.com) es otro de los medios que ha ido ganando protagonismo en Manabí. Se edita desde el 25 de junio del año 2019. Mensualmente el número de personas que ingresan a su página web supera el millón de usuarios, una cifra considerada importante teniendo en cuenta su tiempo de vigencia, el bajo personal y presupuesto con el que surgieron.

Según el monitoreo realizado las interacciones en su página web muestran la retroalimentación constante con su audiencia. Alcanza 154.394 me gusta y 197.295 seguidores, lo que denota que hay bastante interés por propuestas comunicacionales como la suya.

En el caso de este medio las notas se construyen día a día y se actualizan de manera constante, ya que “a diferencia del periodismo tradicional en lo digital no hay una historia, una tradición a seguir. Hay una rutina a ser construida por aquellos profesionales que estén dispuestos a una permanente actualización. El deseo de aprender y recrear no tiene género. Los medios digitales posibilitan un periodismo con una mirada más plural e intercultural” (Chica y Gamboa, 2010).

Infórmate Manabí, alcanza 154.394 me gusta y 197.295 seguidores, lo que denota que hay bastante interés por propuestas comunicacionales como la suya.

Periódicos tradicionales

En Manabí el periódico con más trayectoria es El Diario. Fundado en 1934 en la ciudad de Portoviejo. El año 2019, 2020 y los primeros seis meses del 2021 fueron días de declive para este periódico tradicional. Quienes están al frente del área de circulación señalan que las ventas

decayeron cerca de un 25 por ciento. La pandemia y el aislamiento obligado fueron determinantes para que el formato en físico no fuera adquirido.

Diario La Marea, perteneciente a la misma empresa de El Diario también tuvo pérdidas. Puesto que la circulación dentro de una realidad que transcurría en casa (por miedo a contagiarse del virus) y no en las calles repercutió en las ventas.

Otros medios que aún circulan en su formato físico, como diario El Mercurio de Manta, se encuentran en una situación más compleja, desde un escaso tiraje y una presencia online limitada, y casi sin ninguna interactividad con sus lectores.

Por todo lo anterior “queda claro que la generación de contenidos para Internet requiere la adquisición de nuevas habilidades por parte de los periodistas tradicionales y la incorporación de nuevos perfiles, propios del nuevo medio, como por ejemplo en las áreas de vídeo o infografía, lo que implicará un alto esfuerzo de formación tanto por parte de los editores a la hora de ofrecerla como de los periodistas a la hora de adquirirla” (Solís, 2016, p. 410).

Conclusión

Todos los medios tradicionales de comunicación en Manabí están perdiendo audiencia de forma gradual, debido, principalmente, a la consolidación de los medios digitales, por lo que han sido los primeros en experimentar cambios fundamentales en sus modelos de negocio. No se está ante una batalla entre los medios tradicionales y los digitales, sino ante una transformación de todos los medios para adecuarse a los tiempos.

Los dos periódicos digitales son el mejor ejemplo de que sí se puede sostener a proyectos comunicacionales, que el alcance de las notas periodísticas es posible si existe continuidad, que la exclusividad importa, pero también el trabajo tradicional de recabar información y actualizarla e incluso editarla. El mantener una interactividad constante es otro punto clave para estos nuevos medios digitales.

Referencias

1. Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Alianza.
2. Chica, A. y Gamboa, C. (2010). Planificación, diseño y construcción de un periódico digital para la niñez y adolescencia de Gualaceo y Santa Isabel. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana).
3. Fejler, E. (2000). Las comunidades virtuales en Argentina: vida y pasión. En Finkelievich, S. (Ed). ¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio, pp. 235-268. Ediciones Ciccus-La Crujía.
4. Gil, Q. (1999). Diseñando el periodista digital. Sala de Prensa, 13(2). <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>
5. Lafuente, G. (2012). ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Cuadernos de Comunicación Evoca, 7. <http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos7.pdf>
6. Latorre, M. (2018). Historia del web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/209687/mod_resource/content/4/Historia%20de%201a%20Web.pdf
7. López, E. (2009). Uso de las herramientas de la web 2.0 en la empresa: situación actual y tendencias. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Madrid). <http://arantxa.ii.uam.es/~jms/pfcsteleco/lecturas/20091105ElenaLopez.pdf>
8. Olivas, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. Aposta, Revista de Ciencias Sociales, 61, 1-30.
9. Orihuela, J. (2011). 80 claves sobre el futuro del periodismo. Anaya.
10. Pavlik, J. (2005). El periodismo y los nuevos medios de comunicación.
11. Paidós Comunicación.
12. Rivera, J. (2007). La Internet y su repercusión en los medios de comunicación del Ecuador. (Monografía de posgrado, Universidad Central del Ecuador).
13. Rivera Rogel, D. (2011). Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación. (Tesis doctoral, Universidad de Santiago de Compostela). <https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/3712/RiveraRogel.pdf?sequence=1>
15. Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. Comhumanitas: revista científica de comunicación, 8(1), 1-27.

16. Salaverría, R. (Ed.) (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Ariel.
17. Soengas, X. (2003). *Informativos radiofónicos*. Cátedra.
18. Solís, J. (2016). *La evolución de los periódicos digitales frente a los convencionales*
19. *como soporte publicitario* (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid).
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/38141/1/T37394.pdf>

© 2024 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/>).