



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

TEMA:

**IMPACTO DEL PERIODISMO MEDIANTE LAS REDES SOCIALES EN LA ERA
DIGITAL**

TÍTULO:

**USO DEL PERIODISMO DIGITAL EN LAS REDES SOCIALES POR LOS
ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA DE GUAYAQUIL**

TUTORA:

MSC. EVELIN CADENA CHILA

AUTORES:

**KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA
JOSELYN YESSENIA REYES REYES**

GUAYAQUIL

2022



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:			
AUTOR/ES: Kimberly Michelle Dueñas Almeida Joselyn Yessenia Reyes Reyes		TUTOR: Msc. Evelin Cadena Chil	
		REVISORES: 1	
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil		FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	
CARRERA: PERIODISMO			
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2022		No. DE PÁGS: 107	
TÍTULO OBTENIDO: Licenciado en periodismo			
ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e información			
PALABRAS CLAVE: Periodismo digital, redes sociales, comunicación.			
RESUMEN: El objetivo general del presente trabajo investigativo es analizar el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Por ello, el tema abordado se desarrolló en estudio mixto, que permitió indagar, analizar, recopilar y verificar datos a través de encuestas realizadas a los estudiantes de la UPS, lo cual permitió tener un punto de vista estudiantil acerca del periodismo digital. También se elaboró entrevistas a docentes y al decano de la de la facultad de comunicación de la Universidad Salesiana. Además, se utilizó teorías de otros autores para que la investigación tenga fundamentos y una base teoría que refuercen el proyecto. A su vez, se investigó artículos para determinar las bases legales del tema abordado.			
No. DE REGISTRO (en base de datos):		No. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Kimberly Michelle Dueñas Almeida Joselyn Yessenia Reyes Reyes	Teléfono: 0992998325 0967458056	E-mail: kdueñasa@ulvr.edu.ec jreyesre@ulvr.edu.ec	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Msc Diana Almeida Aguilera (Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho) Teléfono: Ext. 042596500 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Msc Omar Villavicencio (Director de Carrera) Teléfono: Ext. 042596500 E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec		

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Tesis DUEÑAS - REYES



INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

www.ui1.es

Fuente de Internet

6%

2

repositorio.puce.edu.ec

Fuente de Internet

3%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 3%

Excluir bibliografía

Activo

DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los/as estudiantes/egresados/as KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA Y JOSELYN YESSSENIA REYES REYES, declara (mos) bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a los/las suscritos/as y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que se declaran en el mismo, como producto de la investigación realizada.

De la misma manera, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)

Firma:



KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA

C.I. 1312978677

Firma:



JOSELYN YESSSENIA REYES REYES

C.I.0952465656

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “USO DEL PERIODISMO DIGITAL EN LAS REDES SOCIALES POR LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DE GUAYAQUIL”, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “USO DEL PERIODISMO DIGITAL EN LAS REDES SOCIALES POR LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DE GUAYAQUIL”, presentado por los estudiantes KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA Y JOSELYN YESSÉNIA REYES REYES, como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.



Msc. Evelin Cadena Chila

c.i 0925815532

AGRADECIMIENTO

Mi proyecto de tesis se lo dedico principalmente a nuestro ser supremo Jehová Dios, nuestro creador por estar en todo momento, porque nos bendice siempre y todo lo puede y nos da fuerza para seguir. A mi familia especialmente a mis padres por ser ese pilar y sacrificar todo por vernos triunfar, a mis hermanos por el apoyo y estar en cada momento de mi vida. A mi esposo por estar siempre y por apoyarme incondicionalmente y en especial a mi hijo que es mi motor, mi inspiración y orgullo.

KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA

DEDICATORIA

Agradezco a Jehová porque por él, he llegado hasta aquí, sin el nada es posible, a mis padres por guiarme y estar siempre y ayudarme a lograr mis metas. A mi esposo y a mi hijo por ser mis compañeros, apoyo en cada paso que doy y alentarme para continuar. Un agradecimiento especial a nuestro director de la carrera Omar Villavicencio todo lo posible para que hoy estemos aquí y ser un apoyo fundamental en este proceso, Agradezco también a nuestra tutora Evelyn Cadena por ser nuestra guía y enseñarnos todos sus conocimientos. Gracias infinitas.

KIMBERLEY MICHELLI DUEÑAS ALMEIDA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que Con trabajo y esfuerzo me han sacado adelante, que se pueden conseguir muchas cosas, pero tener el amor incondicional y sincero de nuestros Padres es algo que no se consigue ni con todo el oro del mundo, es por eso que este logro obtenido va dedicado para ellos.

JOSELYN YESSANIA REYES REYES

DEDICATORIA

Le dedico este proceso a mis padres, que estuvieron en cada minuto conmigo en este proceso que fue largo, pero no imposible.

JOSELYN YESSANIA REYES REYES

RESUMEN

El objetivo general del presente trabajo investigativo es analizar el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Por ello, el tema abordado se desarrolló en estudio mixto, que permitió indagar, analizar, recopilar y verificar datos a través de encuestas realizadas a los estudiantes de la UPS, lo cual permitió tener un punto de vista estudiantil acerca del periodismo digital. También se elaboró entrevistas a docentes y al decano de la de la facultad de comunicación de la Universidad Salesiana. Además, se utilizó teorías de otros autores para que la investigación tenga fundamentos y una base teoría que refuercen el proyecto. A su vez, se investigó artículos para determinar las bases legales del tema abordado.

Palabras claves: Periodismo digital, redes sociales, comunicación.

ABSTRACT

The general objective of this research work is to analyze the use of digital journalism in social networks by communication students at the Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Therefore, the topic addressed was developed in a mixed study, which allowed to investigate, analyze, collect and verify data through surveys of UPS students, which allowed a student point of view about digital journalism. Interviews were also carried out with teachers and the dean of the communication faculty of the Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. In addition, theories from other authors were used so that the research has foundations and a theoretical basis that reinforce the project. In turn, articles were investigated to determine the legal bases of the topic addressed.

Keywords: Digital journalism, social networks, communication.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO ANTIPLAGIO	iii
DECLARACIÓN DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	v
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Objetivos de la investigación	5
1.3.1. Objetivo general.....	5
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Idea a defender	5
1.5. Línea de investigación institucional/Facultad	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. Antecedentes de la investigación.....	6
2.2. Periodismo digital.....	10
2.3. Características del periodismo digital	13

2.4. Periodismo digital en América Latina.....	16
2.5. Periodismo digital en Ecuador	19
2.6. Redes sociales como herramientas tecnológicas	24
2.7. Marco conceptual	25
2.8. Marco legal.....	28
CAPÍTULO III.....	30
MARCO METODOLÓGICO	30
3.1. Metodología de la investigación	30
3.2. Diseño de la investigación	30
3.3. Métodos de la investigación	31
3.3.1. Método descriptivo	32
3.3.2. Método analítico	33
3.3.3. Método deductivo	33
3.3.4. Método comparativo.....	34
3.3.5. Método sintético.....	35
3.4. Técnica de la investigación	36
3.5. Entrevista	36
3.5.1. Fichas de los entrevistados.....	37
3.5.2. Intervención de los entrevistados	40
3.5.3. Análisis de las entrevistas.....	42

3.5.4. Conclusión de las entrevistas	43
3.6. Encuesta	43
3.7. Población.....	43
3.8. Muestra	43
3.9. Análisis de las encuestas	44
3.9.1. Análisis general de las encuestas	55
3.9.2. Conclusión de las encuestas	56
CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA.....	59
ANEXOS	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad a la que pertenecen los encuestados	44
Gráfico 2 Edad a la que pertenecen los encuestados	45
Gráfico 3 Medio en el cual se informan los encuestados.....	46
Gráfico 4 Red social que utilizan los encuestados.....	47
Gráfico 5 Tiempo en que utilizan las redes sociales los encuestados.....	48
Gráfico 6 Inmediatez del periodismo digital según los encuestados	49
Gráfico 7 Información clara y útil	50
Gráfico 8 Interés por aprender periodismo digital.....	51
Gráfico 9 Cómo contribuye el periodismo digital	52
Gráfico 10 Interactividad de las redes sociales.....	53
Gráfico 11 Reforzar el periodismo digital en las redes sociales.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Medios nativos digitales de Guayaquil.....	21
Tabla 2 Medios nativos digitales de Quito	22
Tabla 3 Medios nativos digitales en otras ciudades.....	23
Tabla 4 Ficha de la comunicadora Andrea González	37
Tabla 5 Ficha del comunicador social Dave Zorrilla.....	38
Tabla 6 Ficha del periodista Karlos Dominguez.....	38
Tabla 7 Ficha del director de la carrera de comunicación de la UPS César Andrade.....	39
Tabla 8 Primer bloque de entrevista	40
Tabla 9 Segundo bloque de entrevista	41
Tabla 10 Género de los encuestados.....	44
Tabla 11 Edad de los encuestados	45
Tabla 12 Medios en los que se informan los encuestados	46
Tabla 13 Redes sociales que utilizan los encuestados	47
Tabla 14 Tiempo en que utilizan las redes sociales los encuestados.....	48
Tabla 15 Inmediatez en el periodismo digital.....	49
Tabla 16 Información clara y útil en las redes sociales	50
Tabla 17 Interés por aprender periodismo digital por parte de los encuestados.....	51
Tabla 18 Importancia del periodismo digital como asignatura.....	52
Tabla 19 La interactividad de las redes sociales favorecen al periodismo digital	53
Tabla 20 Imparcialidad en el periodismo digital	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Banco de preguntas para las entrevistas.....	67
Anexo 2 Banco de preguntas para las encuestas.....	68
Anexo 3 Entrevista al decano de la carrera de comunicación de la UPS	69
Anexo 4 Entrevista a la comunicadora social Andrea González	73
Anexo 5 Entrevista al comunicador Dave Zorrilla	75
Anexo 6 Entrevista al periodista Karlos Dominguez.....	77
Anexo 7 Captura de la entrevista al Msc César Andrade Martínez.....	79
Anexo 8 Captura de la entrevista a la comunicadora Andrea Gonzalez.....	80
Anexo 9 Captura a la entrevista del comunicador Dave Zorrilla.....	81
Anexo 10 Captura de la entrevista con el periodista Karlos Dominguez	82
Anexo 11 solicitud de permiso para entrevistar al Msc. César Andrade Martínez.....	83
Anexo 12 Resultados de las encuestas.....	84
Anexo 13 Modelo de la encuesta	87

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Característica del periodismo digital.....	14
Figura 2 Característica del periodista digital	15

INTRODUCCIÓN

En el primero capítulo se estableció el planteamiento y la formulación del problema, lo cual permitió a dar una estructura a la idea principal del proyecto investigativo para desarrollar de manera más profunda el tema abordado. Seguido del objetivo general y de los objetivos específicos que ayudaron a plantear la meta que se quiso alcanzar y cual fue propósito en desarrollar proyecto con este estudio. Y, por último, la idea a defender que será punto de partida, para sustentar la investigación.

En el segundo capítulo se definieron las bases teóricas de la investigación, donde se recopilaron fundamentos y argumentos de varios autores con el objetivo de reforzar a este proyecto investigativo. También, se abordaron temas acerca del periodismo digital, las redes sociales, antecedentes del periodismo digital, entre otros temas, seguido del marco conceptual que ayudó a entender el significado de ciertos términos relacionado con el proyecto. Además, se investigó las leyes en Ecuador, para determinar las bases legales de la investigación y con la finalidad de observar si existen artículo referente al periodismo digital o penalicen a acciones ilegales en las redes sociales.

En el tercer capítulo, se definió la metodología de la investigación, la cual tuvo un estudio mixto, que permitió obtener datos a través de encuestas y entrevistas realizadas a estudiantes y al decano de la facultad de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Además, la investigación fue descriptiva, esto ayudó a la determinación de las variables relacionadas al tema abordado.

CAPÍTULO I

Tema: Impacto del periodismo mediante las redes sociales en la era digital.

Título: Uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, las redes sociales son una herramienta fundamental en nuestras vidas para estar comunicados e informados. Estas plataformas online han revolucionado la manera de hacer periodismo, porque con la nueva era digital, los medios de comunicación tradicionales han tenido que adaptar sus procesos de comunicación a la web, creándose perfiles en Instagram, TikTok, YouTube y Facebook para generar contenido audiovisual al momento de emitir una noticia.

Los periodistas también se encontraron en la obligación de reinventarse, porque el comunicador en la actualidad no solo redacta, también produce, crea contenidos para redes sociales, se capacita en otras ramas como el marketing y la publicidad digital, diseño gráfico, animación y elaboración de contenido multimedia, y esto es lo que les obliga las redes sociales a los comunicadores para que puedan sobrevivir en esta etapa. Todos estos factores permiten el surgimiento de la nueva rama de periodistas digitales que conocen el ámbito tecnológico.

Con estas herramientas los periodistas no solo informan, los usuarios de las redes sociales también son participe al momento de difundir una información, esto se debe, porque los usuarios pueden documentar cualquier acontecimiento social que suceda en cualquier lugar. Incluso, los medios de comunicación digitales, a veces suelen coger como fuente aquellos contenidos audiovisuales de los usuarios para ser publicados en sus redes sociales.

Las redes sociales actualmente permiten a los estudiantes de comunicación social, a ejercer la profesión de manera independiente, sin necesidad de ser contratado por un medio de comunicación tradicional. Con estas herramientas, los futuros comunicadores elaboran sus propios contenidos audiovisuales y poco a poco se hacen conocidos hasta que van pautando con marcas para generar ingresos. Incluso pueden emprender y crear su propio medio de comunicación.

Con esto nacen, los llamados “medios nativos digitales”, los cuales emiten su información a través de “live” en las redes sociales. Su rating se mide por la cantidad de visitas que tienen en los “vivo”. Esta manera de informar o de generar contenido informativo, permite al comunicador el poder interactuar con los usuarios y generar un vínculo más cercano con los seguidores. Las Posta, GK, BN Periodismo, Wambra EC, entre otros, son referentes para los nuevos periodistas que desean enfocarse en el ámbito digital.

Las ventajas que tienen los periodistas y los medios de comunicación al informar en las redes sociales, es que su contenido llega de manera más rápida y eficaz a los usuarios. Además, las marcas actualmente desean pautar únicamente con medios o periodistas que tengan mayores seguidores y un buen contenido audiovisual. La desventaja que tiene el periodismo digital o los medios de comunicación digitales, es que tienen que lidiar con la desinformación que se encuentra en estas plataformas, debido a que todo lo que se lee o se comparte en las redes sociales no es verdad. Por ello es importante culturizar a los usuarios de todas las redes sociales a que aprendan a leer, investigar, corroborar y a discernir la información que estén consumiendo, antes de ser compartidas en estas plataformas con la finalidad de evitar las noticias.

Villacrés, (2018) expresa que los medios de comunicación tradicionales, en la actualidad están apostado a digitalizarse para poder informar. Por ello, el ámbito multimedia, las interacciones y la hipertextualidad de los medios digitales, no se basan en criterios de la comunicación social, sino, que actualmente elaboran estrategias comunicacionales y de marketing para obtener más visitas y más seguidores en sus redes sociales y plataformas.

Además, León & Cárdenas, (2018) indica que el escenario digital surgió primero en el Ecuador, y que últimamente ha ido creciendo de manera significativa. Los medios de prensa, a pesar de adaptarse a esta nueva era, tienen a las redes sociales como un sector paralelo, es decir no dejan de un lado la manera de comunicar tradicionalmente. También detalla que Ecuador tiene algunos medios nativos digitales activos, que cada vez surgen más, debido a la demanda de su contenido. El sector digital relacionados a los medios requiere un gran esfuerzo, debido a que los periodistas necesitan saber otras labores.

Márquez (2018) detalle que la nueva era tecnológica, permite que los medios de comunicación se humanicen, porque actualmente las comunidades quieren la interacción real entre los medios y los usuarios de las redes sociales. También expresa que el nuevo rol del comunicador es elaborar la información que surge en transformarla en una información más personalizada y es esto lo que genera un tipo de vínculo con una sociedad.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influyen el uso de las redes sociales en el periodismo digital y en los medios de comunicación social?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar el uso de las redes sociales dentro del periodismo digital utilizadas por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

1.3.2. Objetivos específicos

- Definir las bases metodológicas y teóricas de la investigación.
- Explicar las causas y efectos que producen las redes sociales en el periodismo digital.
- Identificar las estrategias digitales utilizadas por los estudiantes de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.
- Evaluar los contenidos audiovisuales producidos y difundidos en las redes sociales por los estudiantes de comunicación social de la UPS.

1.4. Idea a defender

Analizar la influencia que tienen las redes sociales en el periodismo digital.

1.5. Línea de investigación institucional/Facultad

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación / Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Romina Jorge (2016) expresa que los medios de comunicación tradicionales empezaron a vincularse a las plataformas digitales entre 1995 y 1993 para publicar sus contenidos. Además, afirma que el primer país en dar este salto tecnológico fue los Estados Unidos, debido a que los diarios estadounidenses estaban buscando otra manera de realizar sus publicaciones. Tras varios intentos y exploraciones digitales desde 1980, en 1995 pudieron asentarse a través de este medio tecnológico.

Romina Jorge (2016) añade que el primer medio de comunicación en realizar publicaciones oficialmente en un sitio web fue el diario “The Chicago” en el año de 1993 en el portal digital “online/aol”. Un año más tarde el diario británico “Daily Telegraph” también expuso su versión digital del periódico.

Romina Jorge (2016) además, expresa en este mismo artículo que en el año de 1995 y 1996, hubo un incremento de noticias en varias plataformas web y que en 1996 hubo disponible 1.500 revistas y periódicos en sitios online, de estas cifras solo 1.400 hacían uso de las direccionales “www “(World wide web).

En cambio, Alvírez (2016) expresa que los medios de comunicación tradicionales, ya estaban interesados en digitalizar sus noticias a través de las plataformas web, porque era lo que estaría entendiendo en la década de los 2000 y que se proyectaban en lo digital.

Además, Alvírez (2016) asegura que en los años 80 empezó el preocupamiento de los medios de comunicación tradicionales por llevar la información al internet. En esa época se llevaron a cabo algunas pruebas para determinar cómo sería las páginas de los medios y su contenido.

Para López (2013) , señala que la idea y el funcionamiento principal de un periódico en las plataformas web, era que la información tenga mayor alcance a nivel global y que el contenido periodístico sea consumido de manera más rápida. López también asegura que el periodismo digital ya estaba en funcionamiento a fines del siglo XX.

Por otro lado, Falla (2009) indica que los medios de comunicación que difunden información a través de la web, no es algo nuevo, porque en 1993 muchos medios de prensa de los Estados Unidos, empezaron a publicar y a difundir información en diferentes plataformas digitales.

Falla en este artículo, asegura que elaboraciones estas páginas web eran de características primitivas, y que a partir de los 2000, la estética e imagen de los portales web de los diarios, empezaron ser más atractivas para el momento.

Los primeros diarios en crear medio de prensa digitales, fueron los medios de comunicación estadounidense. Entre los primeros diarios que se enfocaron digitalizar la información son: “Tribune”, “The New York Time”, “Mercury Center”, “The Chicago” y “The Atalanta Journal and Constitution”. Con esta adaptación, estos medios de comunicación tradicionales se empezaron a globalizar , lo cual obtuvo grandes beneficios, debido a que generaron

más recursos monetarios , tuvieron más lectores en estas plataformas digitales y sus noticias tuvieron mayor alcance (Falla, 2009).

Estos medios de comunicación tradicionales, no se vieron en la obligación de adaptarse a la web, ellos decidieron pasar sus medios de comunicación al internet los cuales han tenido grandes resultados, por ello en 1994, se podía encontrar alrededor de 70 publicaciones informativo en plataformas digitales (Falla, 2009).

Gallardo (2012) señala que diario “Wall Strees” en el año de 1996, se vinculó al mundo de la web. Ese mismo año, el medio de comunicación británico “Daily Telegraph”, el medio francés “Le Monde”, medio de prensa español “El mundo de España” también se incorporaron a esta nueva etapa del periodismo. En Sudamérica el medio de comunicación tradicional argentino “Voz del Interior”, ya se encontraba en el mundo del ciberperiodismo.

Ecuador también fue uno de los países de la región sur de América en adaptarse a este nuevo formato de emitir noticias. El diario ecuatoriano que ya se encontraba en el mundo digital en la década de los noventa fue el “Diario Hoy”, posteriormente el comercio también se adaptó a esta manera de informar en 1996 (Gallardo, 2012).

Maldonado & Hinojosa (2016) señala que una vez que los medios de comunicación se adaptaron a estas tendencias, otros medios como la televisión y la radio, también empezaron a incursionar de apoco en el ámbito digital creando sus páginas web para ser visitados por los usuarios, generando así información e interacción con las personas. Entre las herramientas de

interacción se utilizaba chat en grupos para dar una sugerencia o queja de un acontecimiento, correos digitales para enviar fotografías de algún hecho noticio que se haya presentado, y así fue cómo surgió la información en línea.

Robles (2018) señala que una los medios comunicación tradicionales, ya establecidos en el ámbito digital, se encargaban de ofrecer el mismo producto que su versión física. Al comienzo de esta adaptación a la era digital, los medios de informativos no tenían la seguridad si estas plataformas iban a tener potencial dentro del mercado, pero eso ha ido cambiando al pasar de los años. Robles también asegura que el periodismo digital es nuevo género periodístico que tiene sus propias características.

En la década de los 2000, algunos medios de comunicación ya se habían mudado a plataformas web para difundir sus contenidos, esto generó que los periodistas también se adaptaran a esta tendencia, los cuales tuvieron que ser capacitado para afrontar estos nuevos retos tecnológicos. Los primeros contenidos difundido en las páginas web por los medios periodísticos era textos llenos de información con imágenes (Palarea, 2012).

Barrios, et al (2016) expresa que gracias a la adaptación del periodismo tradicional en la década de los 90, 2000 y 2010, surgieron nuevas ramas relacionadas al periodismo, como la diagramación, los medios multimedios, el marketing y la publicidad. Además, asegura que fue importante que los medios de comunicación tradicionales en los 90 se haya preocupado por digitalizar el periodismo y la manera de informa.

Con esta nueva era digital, los medios de comunicación tradicionales, tuvieron que adaptarse a esta nueva etapa. Los periodistas tuvieron que aprender a manejar las herramientas tecnológicas para poder sobrevivir en el ámbito digital. Queda claro, que la elaboración de contenido multimedia es lo que predominó en el periodismo digital.

2.2. Periodismo digital

León y Cárdenas expresan que este término relaciona todos los procedimientos digitales que es aprovechado en esta nueva era por el periodismo, lo que permite promover de manera más rápida y eficaz una noticia en las redes sociales, facilitando el alcance de la información a los usuarios. A través de estas herramientas tecnológicas, los medios de comunicación digital tienen una gran aceptación y es de gran importancia para los usuarios.

Por otra parte, Salaverría (2019) indica que el periodismo digital se produce dentro del ciberespacio, esto produce al desarrollo de los contenidos informativos que se van a difundir en las redes sociales. Además, Salaverría también expresa que el término “periodismo digital” se refiere a toda práctica de elaboración informativa que se produce en las plataformas online.

En este mismo artículo Salaverría (2019) añade que la terminología del “periodismo digital” no solo refiere a las redes sociales, sino, que abarca a todo el ámbito digital como plataformas web, podcast, reels entre otros métodos para informar en el internet. Es decir, los medios de comunicación tradicionales, se han adaptado, y creado una versión digital de la prensa, televisión y la radio. También expresa que el periodismo digital, también se lo puede conocer como “ciberperiodismo”, pero la diferencia es que el “ciberperiodismo” hace referencia a que todo relacionado a una Red.

Por otra parte, Vidaurre (2019) señala que el contenido publicado en la web y en las redes sociales, en especial la de género periodístico, es importante. Esto se debe porque las primeras publicaciones y ediciones en formato digitales, se han enfocado en investigar temas que estén relacionados con la figura y los efectos de una problemática social o de un acontecimiento. Vidaurre también indica que el innovar tecnológicamente generar los recursos necesarios para que el periodismo pueda digitalizarse y tener un mayor alcance a nivel global.

Además, Vildaure (2019) , en este mismo artículo expresa que el generar contenido para las plataformas web y rede sociales, no es una tarea fácil, porque la nueva manera de informar conlleva a una serie de pautas para la elaboración de un producto multimedia, con estos pasos a seguir, el periodista o el comunicador debe tener conocimiento en producción, diseño gráfico, diseño de páginas, marketing lo cual es lo que demanda la era digital.

Pérez (2016) indica que la comunicación digital y la nueva manera de informar en la web, tiene diez años dentro del ámbito periodístico. Antes de la globalización del internet, los medios de prensa, tenían una gran audiencia y una enorme difusión diariamente, pero con la aparición del periodismo digital, la popularidad de la prensa escrita ha ido de cayendo debido a que las personas prefieren informarse a través de sus celulares.

Con esto el periodismo digital se estableció de manera significativa en la sociedad como un medio de difusión informativo en estas plataformas. Por ello, los medios de prensa escrita se vieron la obligación de adaptarse a esta nueva era, creando sus propias versiones de periódicos digitales en la web.

Pérez (2016) también expresa que, con la aparición del periodismo digital, han surgidos nuevos términos como el dinamo, el cual se enfoca en las características inherente de la comunicación digital, como lo multimedia, lo hipertextual, la frecuencia de las actualizaciones y la internación.

Además, asegura que lo hipertextual es un elemento fundamental en el ámbito digital, porque permite a los usuarios el buscar cualquier tipo de información en las redes sociales o en las plataformas web. Asegura que este factor permite a sintetizar una información.

Valdiviezo (2018) expresa que la comunicación digital está vinculada con expresiones y ámbitos culturales de los seres humanos que van evolucionando en estos escenarios cibernético, en donde las comunidades tienen un rol importante en la cibercultura al momento de difusión de contenidos en las redes sociales.

Valdiviezo (2018) también expresa que en ámbito del periodismo digital es importante que los comunicadores sepan utilizar las herramientas tecnológicas que se encuentran en la web, debido a que existen aplicaciones que facilitan la elaboración y producción de contenidos interactivos con los usuarios.

Como se pudo observar, el periodismo digital lleva hace dos décadas introduciéndose en este nuevo mundo. La aceptación que ha tenido por los usuarios es buena, debido a que con los smartphones una persona puede estar informada solo con entrar a la red social de un medio de comunicación o buscar la noticia interés en las plataformas multimediales. La ventaja de esta nueva

forma de producir contenido e informar, es que una noticia se puede globalizar en cuestión de segundos. Así mismo, se debe tener cuidado debido a que existe información falsa que pueden ser peligrosa según el contexto de su contenido.

2.3. Características del periodismo digital

Los medios de comunicación han presentado diferentes cambios con el surgimiento del TIC (Tecnología de la información y la comunicación) lo cual también ha permitido que el periodismo se globalice, permitiendo generar nuevas audiencias e incluso llegar a nuevos mercados (Giraldo, 2007).

Esta nueva forma de hacer periodismo llegó para cambiar la manera en la que se informar y al mismo tiempo se convirtió en aliado de la prensa escrita tradicional. Cabe mencionar, que esto dependerá de los medios tradicionales si están en la decisión de aceptar nuevos cambios o mantenerse en el mismo esquema, lo cual es algo muy complicado, debido a que, actualmente la población utiliza los medios digitales para informarse (Giraldo, 2007).

El periodismo digital ha surgido como una nueva alternativa para ese público que se encuentra inmerso dentro de las plataformas digitales, por lo cual, se ha vuelto imperativo para las grandes empresas de la comunicación adaptarse y emplear dichas plataformas, la cual ayuda a entender de mejor manera a cada una de sus audiencias y estar en constante comunicación con ellos (Cruz, 2015).

Además, gracias al periodismo digital surgió nuevos métodos alternativos para ese nicho de persona que se encuentran en las redes sociales. Esto es un gran negocio para las empresas más grandes que estén relacionadas a los medios de comunicación, porque no solo deben adaptarse, también deben generar contenidos atractivos y generar una estructura semanal de lo que se va a informar, todo con el objetivo de tener más audiencia y tener interacción con el público (Cruz, 2015).

Según Esneca Business School, (2021) el periodismo digital tiene tres características principales en las plataformas web y las redes sociales las cuales son: La hipertextualidad, la multimedialidad y la temporalidad. Estos términos hacen referencia a la definición de la comunicación digital de manera desglosada y más explicada de la siguiente manera:

PRINCIPIOS DEL PERIODISMO DIGITAL	CARACTERÍSTICAS
Multimedialidad	El medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías.
Hipertextualidad	La posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto.
Interactividad	Se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente

Figura 1 Característica del periodismo digital.

Fuente: (Florida Global University , 2017)

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Flores, et al (2013) aseguran que también hay otras características de los medios digitales que son aplicadas dentro del periodismo digital las cuales son: actualización de la información

24/7, accesibilidad, opciones personalidad, inmediatez y usabilidad de recursos informativos que puedan ser presentada de forma correcta. Cada uno de estas características mencionadas son fundamentales dentro del ámbito del periodismo digital, porque permiten utilizar herramientas tecnológicas con el objetivo que se produzcan contenido multimedia para que pueda ser publicado y difundido en las redes sociales o medios nativos digitales.

La comunicación digital llegó con el objetivo de cambiar el mundo, de establecer nuevas tendencias y generar nuevos métodos de información. Las TIC también son importante porque un buen manejo digital por un medio de comunicación puede atraer a los usuarios de estas plataformas multimediales (Esneca Business School, 2021).

Con lo antes ya mencionado acerca del periodismo digital, los periodistas digitales también tienen sus propias características. Según Florida Global University (2017), señala que el comunicador digital tiene 20 características las cuales son:

1.-La principal característica de la red es dar la posibilidad a los usuarios de participar, sentirse en contacto directo con el periodista, opinar o compartir informaciones o incluso contribuir con la noticia que hemos generado.	2.-El contenido que genera puede encontrarse en otros medios, lo importante es dejar la monotonía a un lado y usar diferentes herramientas, formatos y plataformas.	3.-Los periodistas digitales trabajan diariamente con las nuevas tecnologías así que, además de aprender a manejarlas, deben estar al tanto de cualquier herramienta nueva que surja. ¡Están en constante evolución!	4.-Trabaja con muchas fuentes y deben saber buscar y elegir cuál es la idónea para cada momento. Deben disponer de una base de datos completa y sobre todo ¡Ordenada!	5.-Si las bases de datos son utilizadas incorrectamente, el contenido pasará desapercibido, por lo que estas son las mejores aliadas para el trabajo del periodista digital.
6.-Encontrarse con información variada en internet suele ser constante. La clave está en saber interpretar, gestionar y seleccionar los mejores datos que recibes.	7.-El entorno digital posibilita nuevas formas de comunicación e información. El Periodismo Digital, aprovecha los recursos y servicios que provee el Internet, para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata.	8.- Un periodista digital se mantiene actualizado de los hechos más relevantes, los cubre, escribe y publica en el menor tiempo posible.	9.-Es un gran seleccionador de imágenes, conoce portales y blogs de imágenes de libre circulación	10.-Sabe manipular cámaras digitales y tiene conocimiento de programas de edición.
11.-Dominan las aplicaciones en línea denominadas software social.	12.-El periodista cambia de entorno, pero nuestras competencias esenciales deben ser las de siempre: Informar y comunicar.	13.-Tiene estudios universitarios de periodismo y comunicación.	14.-Domina dos o tres idiomas a nivel intermedio.	15.- Nativo digital con un gran gusto por probar nuevos dispositivos.
16.- Manejo básico de fotografía, audio, streaming y video.	17.- El periodista digital trabaja con múltiples formatos, él mismo graba, edita y redacta la noticia.	18.- Tiene una creciente audiencia digital.	19.-Mantiene un lenguaje interactivo con su audiencia.	20.-Debe estar atento al debate que suscite y a la reacción de los usuarios

Figura 2 Característica del periodista digital

Fuente: (Florida Global University , 2017)

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Además, Flores, et al (2013) señalan que el periodismo digital general rápidamente la actualización de contenidos informativos, pero al mismo tiempo deben de regular la información para no saturar los productos que se vayan a difundir, por eso es necesario que tanto los medios de comunicación y los periodistas tengan el conocimiento necesario para manejar las publicaciones en redes sociales.

2.4. Periodismo digital en América Latina

En la actualidad el periodismo digital en Sudamérica tiene un amplio panorama con lo que puede hacer, teniendo como respuesta una gran acogida. El desarrollo y la implementación de estos procesos tecnológicos en la América Latina en relación con la comunicación social, estuvo variando hasta llegar a establecerse como herramienta necesaria en este nuevo siglo.

Pero existen problemas que todavía tienen estos países latinos, y por ello se ve afecto el desarrollamiento de periódicos electrónicos a gran escala. Con ello es necesario implementar nuevas estrategias para seguir la comunicación digital siga creciendo.

Kreibohm (2016) explica que todavía falta para estar al nivel de la comunicación digital europea y de los Estados Unidos, lo que llama la atención es que Latinoamérica tiene potencia de las TIC y de las nuevas herramientas digitales. Esto es importante porque los medios nativos digitales de esta región tendrían mayor impacto en la sociedad, con esto surgirían nuevos medio nativos digitales en todo Sudamérica.

Kreibohm (2016) expresa que es necesario tomar en cuenta cuatro factores fundamentales del periodismo digital dentro de Latinoamérica los cuales, la educación digital en los usuarios, mejorar contenido de los medios de prensa digitales y optar por el mejoramiento de precios y la infraestructura de tecnología innovadora.

Con esto se suman las personas y sitios que se manejan independientemente, esto dará apertura a nuevos escenarios virtuales, como a nuevos talentos en las redes que podrán también establecerse en los sitios web y en las redes sociales del mundo (Kreibohm, 2016).

Salaverría (2016) indica que el periodismo digital apareció a los dos años que surgieron los primeros periódicos digitales estadounidenses. En el año de 1995, ciertos países de Latinoamérica como Uruguay, Ecuador, México, Bolivia, Perú, Argentina y el Salvador, ya contaba con un periódico digital establecido en portales web.

Salaverría también expresa que el “ciberperiodismo” de América Latina cumplió 20 años en el año 2015. Además, asegura que el año definitivo donde el periodismo tradicional, incursionó en lo digital fue en 1995.

Según el mismo Salaverría (2016) indica que hubo países que se desarrollaron en este ámbito de manera rápida y otros que no lo pudieron hacer. En el año de 1994, ya hubo ciertos países como Brasil que ya había incursionado dentro del periodismo digital. Ya en el año de 1996 países tales como Venezuela, Honduras, Colombia, Paraguay, Puerto Rico y Guatemala, comenzaron a la adaptación de informar en las plataformas web.

Quesada (2013) expresa que el boom del periodismo digital en América Latina fue en la década de los 90, en los 2000 hubo una incursión más profundizar más en los portales web por parte de los medios comunicación tradicionales.

Quesada (2013) afirma que, en el 2010, fue cuando muchos medios de prensa e incluso canales de televisión y radio, decidieron cambiar su formato, ahora no solo era subir contenido con imágenes y textos, en aquel tiempo, los medios ya empezaron a experimentar con videos, animaciones e interacciones con sus usuarios.

Además, Quesada (2013) señala que esta conversión digital ayudó a los medios de comunicación tradicionales a tener nuevas oportunidades de tener más alcance. Las redes sociales son una herramienta de gran importancia que permitió crear nuevos formatos al periodismo, por ejemplo: La prensa escrita se adaptó a la web y a las redes sociales, los medios de televisión transmiten sus contenidos a través de cuentas oficiales de YouTube o Facebook y la radio no es como hace 20 años atrás que solo se escuchaba a los locutores, actualmente realizan transiciones de streaming en las plataformas online.

El ciberperiodismo en los últimos años ha ganado más popularidad entre los ciudadanos de los diferentes países de América Latina, porque actualmente los usuarios de las redes sociales, prefieren informarse a través de las cuentas oficiales de los medios de comunicación digitales y con ellos los medios nativos digitales, a las personas les generan más confianza, debido a que estos medios no están sometidos a una ley que los censure como tal. El internet generó esta nueva era, el estar comunicados e informados con un solo clic (Salaverría, 2016).

2.5. Periodismo digital en Ecuador

El periodismo digital en Ecuador, se estableció en el año de 1995, pero un año antes el medio de prensa “Diario Hoy”, fue el primer medio periodístico en incursionar en el mundo tecnológico de la información. Además, fue denominado como el primer diario digital de América del sur (Wolf, 2018).

En el año 1996 también aparece una versión digital del “Diario El Comercio”. Las publicaciones de este diario, fue un poco más innovadora, debido a que, en sus noticias impresas, se podían encontrar un link para ser escrito en una computadora y los leyente que entraran al portal web del diario, puedan leer todo el contenido (Wolf, 2018).

En el año de 1997, el “Diario el Universo” también se vinculó al mundo del ciberperiodismo. Este diario empezó a utilizar el formato “html” algo novedoso en esos tiempos , esto le permitió a este medio de comunicación agregar fotos y gráficos en costado de la página web (Wolf, 2018).

En el año de 1999, el diario el “Comercio” elaboro mejor la estética y organizó el contenido de su página web, lo que hizo más novedosa la experiencia para los lectores de la época. En los 2000, el diario incorporó servicios de e-mail y banners, lo cual permitía generar interacción con los usuarios de la época (Wolf, 2018).

En el año 2005, diario el “Comercio este mismo diario empezó agregar contenido multimedia a su página web, como videos, fotos y ciertas animaciones de baja calidad.

En el año 2007, diario “Expreso” y “Extra” se vincularon al mundo del periodismo digital elaborando contenido periodístico y multimedia en su página web, las cuales fueron creadas con el dominio “Expreso.ec” y “Extra.ec” (Wolf, 2018).

En el año 2008, “Diario el Universo” trató de rediseñar su página web, haciendo fuerte cambiando para la época, donde quisieron intentar su página web con las redes sociales que estaba en auge en ese tiempo como Facebook y Twitter (Wolf, 2018).

Larrea & Martínez, (2013) expresan que en Ecuador existe alrededor de ocho medios periodísticos los cuales hacen uso de las herramientas tecnológicas para llegar a los usuarios, estos medios de prensa son denominados “diarios digitales”.

Larrea & Martínez, (2013) en este mismo estudio, indica que los medios de comunicación con mayor influencia en las redes sociales, interacción con los usuarios y que generan gran cantidad de fueron: Confimado.net, Ecuadorinmediato.com, La República.ec, Informato.com, en noviembre del 2012.

Desde que la web llegó a Ecuador, los medios periodísticos tradicionales del país, se vieron en la necesidad de emigrar todos sus contenidos y productos a las plataformas digitales para poder sobrevivir a una nueva era. Las publicaciones de los medios comunicación en los 90 y 2000 se basaba únicamente en boletines con la información más relevante que haya sucedido en el momento, esto iba acompañada de fotografía del acontecimiento (Morejón & Zamora, 2019).

Años más tardes, crearon en sus páginas web, lo cual permitió elaborar soportes digitales, con el objetivo de que las páginas tengan mayor alcance. Cabe, recalcar que los contenidos impresos eran replicados en los contenidos digitales (Morejón & Zamora, 2019).

Luego de dos décadas en que los medios de comunicación tradicionales emigraran todos sus contenidos y pasar todo el proceso a la web, gracias al internet surgieron los medios nativos digitales, se denominan “nativos” debido a que surgieron específicamente de plataformas multimediales. Las ventajas que tienen estos medios nativos digitales, es que pueden informar con total libertad sin que corran el riesgo de ser censurados. Los medios de comunicación que hay en el Ecuador son los siguientes:

Tabla 1

Medios nativos digitales de Guayaquil

Medio	Contenido	Ciudad
La República ec	Periódico/noticias	Guayaquil
Si se puede Ecuador	Periódico/noticias	Guayaquil
Gkill city	Periodismo narrativo	Guayaquil
La historia ec	Portal de investigación	Guayaquil
Mil hojas	Portal de investigación	Guayaquil
El Financiero	Portal especializado	Guayaquil
El emprendedor	Portal especializado	Guayaquil
El cacaotero	Portal especializado	Guayaquil
El productor	Portal especializado	Guayaquil
Ecuador a colores	Portal especializado	Guayaquil
Studio fútbol	Portal especializado	Guayaquil
Matavilela	Portal especializado	Guayaquil
Radio Hola Ecuador	Radio nativa digital	Guayaquil
Space música radio fm	Radio nativa digital	Guayaquil

Nota: En Guayaquil hay 14 medios nativos digitales.

Fuente: (Funda Medios, 2019)

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Se pudo observar que, en la ciudad de Guayaquil, hay un total de 14 medios nativos digitales, entre ellos la mayoría son medios especializados en los ámbitos digitales, otros son portales de radio que surgieron en la web.

Tabla 2

Medios nativos digitales de Quito

Medio	Contenido	Ciudad
La Posta	Periódico/noticias	Quito
BN periodismo	Periódico/noticias	Quito
Wambra ec	Periodismo narrativo	Quito
Ecuador inmediato	Portal de investigación	Quito
Ecuador en vivo	Portal de investigación	Quito
Periodismo Ecuador	Portal especializado	Quito
Infórmate y punto	Portal especializado	Quito
Noticias en línea	Portal especializado	Quito
Ecuador noticias	Portal especializado	Quito
Ecuador Libre red	Portal especializado	Quito
Confirmado.net	Portal especializado	Quito
Zona sur Ecuador	Portal especializado	Quito
Exacto digital	Radio nativa digital	Quito
La barra espaciadora	Radio nativa digital	Quito
La mala letra	Periodismo narrativo	Quito
Plan v	Portal de investigación	Quito
Focus Ecuador	Portal de investigación	Quito
Ecuador universitario	Portal especializado	Quito
Bendito fútbol	Portal especializado	Quito
Fútbol ecuador	Portal especializado	Quito
Cero latitud	Portal especializado	Quito
Radio turismo Ecuador	Radio nativa digital	Quito
Radio la vida	Radio nativa digital	Quito
Radio equinoccio	Radio nativa digital	Quito
La bodega musical	Radio nativa digital	Quito
Uisek	Radio nativa digital	Quito
Rayuela radio	Radio nativa digital	Quito
Planarteria	Radio nativa digital	Quito
Radio cocoa	Radio nativa digital	Quito
Flacso radio	Radio nativa digital	Quito
Xyz	Radio nativa digital	Quito
La línea de fuego	Radio nativa digital	Quito

Nota: En Guayaquil hay 32 medios nativos digitales.

Fuente: (Funda Medios, 2019)

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Quito es la segunda ciudad con mayor cantidad de medios nativos digitales y radios nativos digitales. El contenido que difunden estos medios suelen ser investigativo, especializado, narrativo e informativo. El contenido de las radios es musical y deportiva.

Tabla 3

Medios nativos digitales en otras ciudades

Medio	Contenido	Ciudad
Ecuadoradial	Medio regional	Riobamba
Cotopaxi noticias	Medio regional	Latacunga
Contenido.com	Medio regional	Babahoyo
Exprésate Morona Santiago	Medio regional	Macas
Puyo gaceta	Medio regional	Puyo
Ecomazonico	Medio regional	Puyo
Al día	Medio regional	Quevedo
Quevedo al día	Medio regional	Quevedo
Celicanos	Medio regional	Celica
Machala móvil	Medio regional	Machala
Hechos Ecuador	Medio regional	Chone
Galápagos digital	Medio regional	Galápagos/Usa
Sr radio	Radio nativa digital	Loja
Rocka fuerte online	Radio nativa digital	Rocafuerte

Nota: Medios digitales distribuidos en algunas ciudades.

Fuente: (Funda Medios, 2019)

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Los medios nativos digitales, también han surgido en otras ciudades como el Puyo, Chone, Quevedo, Babahoyo, Latacunga, entre otros. Es evidente que Quito y Guayaquil sean las ciudades que tengan mayor número de medios de comunicación digitales, y esto se debe porque son las ciudades más grandes y comerciales del país. Medios como “La Posta”, “BN periodismo” y “Gkill City”, se han convertido en los representantes y modelo a seguir, de esta nueva manera de informar.

La evolución del periodismo digital, en nuestro medio es notable, porque actualmente los usuarios quieren estar informado de forma rápida, y eso es lo que ofrece esta nueva forma de

comunicar. La adaptación por parte de los medios no fue fácil, pero lograron establecer su formar de informar con estas herramientas tecnológicas y con las redes sociales.

2.6. Redes sociales como herramientas tecnológicas

Con la aparición del internet surgieron las redes sociales, las cuales se han convertido en una herramienta multimedia importante, no solo para los periodistas, también es fundamental para los seres humanos que desean documentar un momento personal o un acontecimiento.

El uso de estas herramientas dentro del periodismo, es ideal para esta era tecnológica, debido a que el periodista debe aprender y a estar capacitado en el uso de las redes sociales y en programación de multimedia para que pueda producir y difundir sus contenidos informativos en estas plataformas.

Facebook, Twitter, Tik Tok, YouTube e Instagram son las plataformas sociales que más se utilizan para publicar información y realizar los “en vivos” noticiosos. El rating a través de estas herramientas, se mide por las visitas que pueda tener un “live”. En la actualidad los medios digitales dominan el mercado de la comunicación social, porque los usuarios consumen más el contenido de redes (Ramos J. , 2014).

Ramos (2014) expresa que la tecnología es una herramienta principal para los periodistas, debido a que esta terminología hace referencia a cualquier actividad realizada en la web que tiene una precisión impresionante al momento del desarrollo de contenidos o estrategias comunicacionales implementadas por los medios periodísticos con el objetivo de producir sus productos informativos que tengan mayor alcance en las redes sociales. Además, Ramos explica

que las TIC (Tecnología de información y comunicación) permite la mejora de los procesos informativos y comunicacionales entre los humanos.

Estas herramientas son de gran ayuda no solo para el periodismo, también son útiles para otras áreas, esto se debe porque el mundo actualmente está globalizado con la era digital. Para promocionar trabajos independientes o de empresas las herramientas digitales son importantes para los profesionales y los emprendedores.

2.7. Marco conceptual

Social media:

El término social media hace referencia al conjunto de interacción entre los usuarios a través de plataformas digitales, las cuales sirven para intercambiar ideas o pensamientos de un tema general. Estos contenidos son encontrados comúnmente en los blogs, redes sociales, foros y páginas web (Acosta, 2018).

Social networks:

El término social networks se refiere a todas las redes sociales que son utilizadas en la actualidad como Instagram, Tik Tok, Facebook, YouTube, Twitter, etc. Lo social network sirve para mantenerse comunicados e informados de manera rápida y eficaz (Acosta, 2018).

Redes sociales:

Las redes sociales son el conjunto de aplicaciones interactivas, que permiten a las personas a compartir sus pensamientos acerca de un tema, fotos y videos. También permite interactuar con personas de otros países (Ramos & Cruz, 2017).

Multimedia:

Lo multimedia es el conjunto de video, animación, audio, textos, imágenes, códigos binarios realizados a través del ordenador. Lo multimedia permite elaborar contenidos producidos por los usuarios para ser compartidos a través de las redes sociales. Lo multimedia también está enlazado con las páginas web, lo que permite que los usuarios puedan navegar sin ningún tiempo de problemas (Álvarez M. , 2017).

Fake news:

El término fake news se refiere a las noticias falsas. Este término surgió a finales del siglo XIX. Actualmente es común ver a las fake news en las redes sociales, las cuales pueden ser peligrosa para una sociedad, según el contenido de la desinformación. Las fake news también suelen ser llamado “bulos” lo cual es un sinónimo a las noticias falsas (Alonso, 2019).

web:

La web en la actualidad es una herramienta digital que sirve para mantenerse informados y al mismo tiempo para estar comunicado. Hace una década, la función de la web era para leer, enviar correos y buscar información de interés personal. Actualmente los usuarios con la web pueden elaborar contenido para ser publicados y enlazados en las redes sociales que servirá para comunicar y mantener informado a una sociedad (Rodríguez, 2008).

Clickbait:

El término clickbait es una terminología que se utiliza para hacer referencia a un anzuelo cibernético. Los clickbait puede encontrarse comúnmente en las redes sociales con titulares

atractivos que llama la atención de los usuarios. El principal uso del clickbait es para obtener más visitas en una red social o en una página web (ESIC, 2019).

Ciberespacio:

El término ciberespacio hace referencia al mundo digital en el cual se encuentran contenidos audiovisuales e información en toda la web. El ciberespacio en los últimos años ha ganado más espacio en la web (Pérez, 2013).

Periodismo digital:

El término periodismo digital, surgió cuando los medios de comunicación tradicionales se adaptaron a las nuevas tendencias y era tecnológica. El periodismo digital es todo método didáctico informativo que elabora a través de las redes sociales de plataformas web (Pérez, 2013).

Hipertextualidad:

La hipertextualidad es una manera de referirse a las formas de adaptar un texto en el mundo digital. Sirve como un hipervínculo de búsqueda para los usuarios que deseen indagar en la web o en las redes sociales. Actualmente, la hipertextualidad es un factor muy importante cuando se trata de investigar temas o proyectos, debido a que permite la búsqueda de resultados de manera más rápida y eficaz (Álvarez & Gonzáles, 2015).

Interactividad:

La interactividad es una forma de relación entre los seres humanos que se puede dar de manera verbal o física. En la actualidad la interactividad puede darse a través de las redes sociales,

donde las personas pueden conocer a personas de otros países gracias a estas plataformas multimediales (Rost, 2006).

Tecnología:

La tecnología es el conjunto de elementos virtuales y físicos que sirven para comunicar, informar, educar y entretener. La tecnología virtual son las redes sociales, plataformas de música virtual, plataformas web y multimediales. La tecnología física son los celulares, televisores, reloj digital, entre otras cosas (Rost, 2006).

2.8. Marco legal

La presente investigación no cuenta con leyes como tal que regulen al periodismo digital o a las redes sociales. Sin embargo, se utilizó ciertos artículos de la Ley Orgánica de Comunicación para tener una base legal del estudio con el objetivo de reforzar el proyecto investigativo. Los artículos utilizados son los siguientes:

En el artículo 3, de la Ley Orgánica de Comunicación, hace referencia a los contenidos comunicacionales, explicando que para la ley todo contenido realizado, producido mediante los medios de comunicación tradicionales será reconocido como un producto informativo. Este artículo no reconoce la información producida por los medios como informativo cuando es difundido por las redes sociales.

En el artículo 4, de la Ley Orgánica de Comunicación, hace referencia a contenidos únicamente personales que se encuentren en el internet, es decir que este artículo no regular los criterios e información de las personas en las redes sociales. Además, por medio de este artículo

también se detalla que no se regula toda acción personal emitida en cualquier plataforma digital. Lo que si sanciona es la información que se difunda y que cumplan infracciones contra la ley, estos usuarios si serán sancionados.

En el artículo 5, de la Ley Orgánica de Comunicación, hace referencia a los medios de comunicación social, explicando que es considerado un medio de comunicación a toda empresa comunitarias, privada y pública, así como la prensa, radio y televisión que informan de manera masiva. Es decir que las redes sociales no están regularizadas en el país y que el contenido emitido por un medio en estas plataformas no es considerado informativo.

En el artículo 20, de la Ley Orgánica de Comunicación, hacer referencia acerca de la responsabilidad que tienen los medios de comunicación, es decir que los medios deben verificar el contenido que vayan a publicar en las redes sociales, porque en la web hay mucha desinformación. Además, ese artículo detallado que los medios de comunicación tienen la obligación de verificar las fuentes antes de emitir una información.

Los artículos legales que se utilizaron, demuestran que la producción de contenidos audiovisual que sea difundido a través de las redes sociales no está regulada por la Ley Orgánica de comunicación, y esto se debe porque estas plataformas no se consideran como un medio de comunicación, debido a que todos estos sitios online son accesibles a personas de todas las edades que no tienen un filtro de control.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de la investigación

Para Cortés & Iglesias, (2013) explican que el método de una investigación está conformado por varios factores como: los métodos de investigación, las técnicas como las entrevistas o las encuestas y el surgimiento de experiencia que va apareciendo a través del tema que se esté elaborando. Esto, también permite que los objetivos del estudio se puedan determinar los resultados, alcances y los análisis de la investigación.

En cambio, Sánchez (2015) indica que los métodos de investigación suelen ser rutas muy extensas que tienen como objetivos conseguir metas, lo cual permite el alcance de un análisis del tema abordado para determinar sus problemáticas.

El siguiente proyecto investigativo tiene un enfoque mixto (cualitativa y cuantitativa) que permitió análisis de resultados a través de encuestas para determinar los objetivos del tema abordado. Además, se realizaron entrevistas para conocer diferentes puntos de vista acerca de la investigación, todo con el objetivo de analizar el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de una investigación sirve para dar estructura y dimensión a un proyecto investigativo que se esté elaborando (Sánchez, 2015).

Por ello, el diseño de la presente investigación, de documental y bibliográfico debido a que permitirá buscar analizar las teorías de otros autores que se encuentra en esta investigación. Además, este proyecto de investigaciones tiene un diseño descriptivo porque se utilizará los métodos de investigación: inductivo, analítico, sintético, y deductivo que permitirá dar una estructura sólida al tema abordado.

3.3. Métodos de la investigación

Para Pulido (2015) expresa que la metodología de la investigación contiene varios métodos que permite observar analizar el tema que se esté elaborando. Además, Pulido en este mismo artículo, indica que estos métodos pueden buscar los caminos adecuados para hallar los objetivos de la investigación.

También indica que estos métodos, están conformados por algunas técnicas como la observación, interpretación, la demostración y la base de resultados los cuales son fundamentales para la observación del comportamiento del tema abordado.

Pulido (2015) también añade que, para procesar las informaciones de un tema de estudio, es fundamental observar los pasos a seguir, los cuales permiten que ejecución de la síntesis y del análisis de las teorías de los diferentes autores que se tiene como citas bibliográficas, las cuales son importantes para la determinación de las etapas de un estudio que este en proceso. Además, Pulido expresa que estos métodos de investigación pueden elaborarse de manera empírica y que esto facilita a la elaboración y estructuración del acontecimiento o del tema a investigar.

En esta parte del tema investigativo, se establecerán métodos que permitirán a la sincronización y estructuración del tema, con la finalidad de poner en práctica las diferentes técnicas con el objetivo de realizar los análisis, la síntesis y las comparaciones de la investigación. Para el presente proyecto, se utilizó los métodos bibliográficos, analítico, documental y sintético, los cuales hicieron posible la interpretación del tema y las variables del proyecto.

3.3.1. Método descriptivo

Este método permite realizar funciones que estén relacionadas con los objetivos del proyecto investigativo, lo cual permitirá la individualidad acerca del tema sobre el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

Abreu (2015) expresa que el método descriptivo tiene establecido prioridad los la realidad y el eterno de los conocimientos del proyecto que se esté investigando, el cual se observa de manera directa por los investigadores y los conocimientos se adquiere a través de fuentes directas que tengan conocimientos acerca del objeto que se esté desarrollando.

Abreu (2015), en este mismo estudio, explica que los métodos descriptivos tienen como objetivo principal la interpretación, el presente, la exactitud y la claridad de la información que se haya investigado, esto permitirá la observación de datos, cifras, de forma gráfica y de manera narrativa.

Desde esta estructura, este proyecto investigativo está desarrollado a través de la descripción e interpretación, la cual requiere ciertos requisitos de los objetivos del tema que a

desarrollarse. Este método de investigación, es subjetivo, porque permitirá que la información que se esté elaborando sea congruente con los parámetros y estructura de la realidad establecida (Abreu, 2015).

3.3.2. Método analítico

Abreu (2015) explica que el método analítico parte de un conocimiento y pensamiento general de una realidad desconocida y conocida, esto permitiría que las individualidades del estudio se vinculen con los temas que se esté abordando.

El método de investigación “analítico” se refiere a todo aquello que comprende e interpreta los puntos clave de un tema que se esté investigando, al mismo tiempo este método influye en la menor cantidad de información que se relacionado con los elementos de lo investigado, lo cual hará perder el funcionamiento en un tiempo estipulado (Abreu, 2015).

El siguiente tema de estudio se elaborará en un método analítico- comparativo lo que permitirá observar diferentes perspectivas de lo investigado el cual se analizará el tema denominado el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Desde este punto se podrá observar los métodos que utilizan los estudiantes al momento de difundir contenidos en las redes sociales.

3.3.3. Método deductivo

Abreu (2015) señala que la forma de implementar el método deductivo es necesario determinar el espacio y tiempo del proyecto mediante enunciados, resultados, derivación y leyes

relacionadas con el tema para que sea reformuladas con tiempo. Además, indica que a través del método deductivo se puede observar las consecuencias y los efectos generales del problema a desarrollarse.

Mediante el método deductivo, se realizó la comparación acerca del uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, porque esta comparación va a permitir la observación y determinación de la importancia del uso de las redes sociales dentro del periodismo digital.

3.3.4. Método comparativo

Abreu (2015) señala que este método consiste en criticar el contraste de los factores que estén relacionados al objeto del tema de investigación, las cuales son representadas mediante variables, lo que permitirá la comparación con varias realidades. Además, Abreu explica que el método comparativo se basa en las similitudes y en las analogías.

Abreu (2015) en este mismo artículo explica que lo comparativo es de gran importancia, porque establece las variables y los sucesos que suelen repetirse dentro de las realidades de una investigación.

Este método permitirá la identificación de elementos de ciertas realidades del proyecto que se esté investigando. Los elementos más comunes a utilizar dentro de este método comparativo es el análisis y la sistematización del tema abordado, lo que permitirá llegar al punto clave del objeto de estudio (Abreu, 2015).

A través de este método se podrá aplicar el método comparativo de la investigación lo cual permitirá analizar el uso del periodismo digital en las redes sociales por los estudiantes de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

3.3.5. Método sintético

El método sintético fue de gran importancia para este proyecto investigativo, porque se pudo establecer y observar las distintas formas que se pueden vincular toda información que se asemeje con el tema que se esté investigando a través de las fuentes primarias, bibliografía y fuentes secundarias.

Abreu (2015) expresa que este método es todo lo contrario a lo analítico, es decir, es aquel, que surge de un previo conocimiento o de una idea base que contiene distintos elementos de la realidad, por lo cual, esta unificación permite conocer los conocimientos del tema a investigar.

Abreu (2015) además añade que este método de investigación se puede encontrar a través de ideas comprendidas y explicadas mediante conocimientos básico del proyecto realizado. Estos conocimientos básicos son importante , porque permitirán a elaborar la estructura del proyecto que se esté realizando.

En este estudio, Abreu (2015) indica que el uso del método sintético es complicado, debido a que la investigación debe tener recursos suficientes para que se ejecute un proyecto de estudio. Este método tiene como objetivo determinar los efectos, las diferencias y las causas de un tema abordado.

3.4. Técnica de la investigación

Para la presente investigación se utilizó las técnicas de las encuestas y entrevistas, las cuales cumplieron un rol fundamental para el tema abordado, permitiendo recopilar información a través de datos, cifras y conocimientos impartidos por especialistas en el tema.

3.5. Entrevista

García et al (2014) expresa que esta técnica es importante porque permite entablar una conversación con una persona o con varias personas al mismo tiempo, los cuales impartirán sus conocimientos acerca de un tema que se esté investigando o elaborando. La técnica de la entrevista también sirve para la recopilación de argumentos y teorías según los fundamentos de los entrevistados. Cabe recalcar que cuando el número de participante es mayor de 4 personas ya no es una entrevista, es un focus group que es parecido a una entrevista, pero con más participantes.

Además, Ignacio (2011) indica que, para realizar una entrevista, es importante elaborar un banco de pregunta o un cuestionario, con un mínimo de 11 preguntas y un máximo de 15 preguntas según la ocasión de la entrevista. García también añade que el tiempo de una entrevista debe durar entre 15 a 20 minutos según tema que se esté hablando. El entrevistador debe tener la agilidad de preguntar rápidamente y es el responsable que el dialogo no se vuelva monótono.

Por otra parte, Tamayo (2006), asegura que es fundamental que el entrevistador indague y conozca la persona o al grupo de persona que va a entrevistar, para que genere un vínculo en el momento de la conversación y conocer qué clase de pregunta le gusta o le puede incomodar a la persona que se esté entrevistando. Esto se reflejará en los entrevistado cuando se realice la entrevista.

3.5.1. Fichas de los entrevistados


Fernández (2013) expresa que la ficha denominada “libre” es de gran ayuda para cualquier trabajo investigativo, debido a que permite detallar ciertos datos específicos de una persona o de algún objeto de estudio que se esté elaborando. Fernández también añade que una ficha libre puede servir como guía de observación del tema investigado.

Se elaboró entrevista a comunicadores sociales y al decano de la facultad de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. El objetivo de estas entrevistas es recopilar la información y fundamentos impartidos por los entrevistados para reforzar el proyecto investigativo.

Comunicadora social, trabaja en Radio Águila, se especializa en RRPP y producción audiovisual. Además, es Magister en comunicación corporativa. Además, tiene conocimiento en diseño gráfico.

Tabla 4

Ficha de la comunicadora Andrea González

	Datos del participante	Descripción
	Nombre completo	Andrea González
	Profesión	Comunicadora social
	Empresa donde trabaja	Radio Águila
	Cargo	RRPP

Nota: La comunicadora tiene gran conocimiento en RRPP y diseño gráfico.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

El comunicador Dave Zorrilla tiene una amplia experiencia como camarógrafo y productor audiovisual. Trabajó en medios de comunicación como Ecuavisa y Tc Televisión.

Tabla 5

Ficha del comunicador social Dave Zorrilla

	Datos del participante	Descripción
	Nombre completo	Dave Zorrilla
	Profesión	Comunicador social
	Empresa donde trabajó	TC Televisión
	Cargo	Camarógrafo

Nota: El comunicador actualmente está por lanzar su canal digital.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Karlos Dominguez es un periodista con experiencia en medios digitales. Actualmente trabaja para un medio de comunicación en la Troncal.

Tabla 6

Ficha del periodista Karlos Dominguez

	Datos del participante	Descripción
	Nombre completo	Karlos Dominguez
	Profesión	Periodista
	Empresa donde trabajó	Troncal Stereo
	Cargo	Reportero

Nota: Actualmente el periodista cuenta con su productora audiovisual.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

El Msc. César Andrade Martínez actualmente es el director de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

Tabla 7

Ficha del director de la carrera de comunicación de la UPS César Andrade

	Datos del participante	Descripción
	Nombre completo	César Andrade Martínez
	Profesión	Comunicador
	Empresa donde trabajó	UPS
	Cargo	Director de la carrera de comunicación social

Nota: Actualmente se desempeña como director de la carrera de comunicación de la UPS.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Las entrevistas realizaron dos bloques. El primer bloque se entrevistó a comunicadores sociales que fueron estudiantes de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, los cuales actualmente ejercen la profesión y podrán ayudar a través de sus fundamentos y criterios a direcciones aún más este proyecto.

En el segundo bloque se observará la intervención del director de la carrera de comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil el cual dará un punto de vista desde el ámbito académico. Además, en este mismo bloque se interviene un periodista quién ayudará a conocer la perspectiva del periodismo digital.

Al concluir los dos bloques de las entrevistas, se elaborará un análisis las intervenciones en general, que permitirá la observación del tema abordado para determina el uso de las redes sociales dentro del periodismo digital.

3.5.2. Intervención de los entrevistados

Tabla 8

Primer bloque de entrevista

Preguntas:	MSc. César Andrade Martínez	Periodista Karlos Dominguez
1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?	La diferencia es que el periodista antes de informar corrobora la información. En cambio, el ciudadano no indaga, solo comparte lo primero que vea en las redes sociales.	Un ciudadano solo informar lo que cree que es “verdad”, a diferencia de un periodista que busca si la información es real o no para luego publicarla.
2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?	Debe formarse como un periodista. No todas las personas que publicación información no saben los parámetros a seguir antes de difundir una información en las redes sociales.	El periodista siempre será periodista porque está capacitado para cumplir ese rol. Un ciudadano puede informar, sí, pero lamentablemente no corroboran la información antes de difundirla.
3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?	Claro, gracias a este cambio la manera de informar cambió y con ello el periodista tuvo que adaptarse a estos nuevos cambios. El perfil que debe tener actualmente el periodista es que sepa diseñar, producir, crear y tener conocimientos de como se manejan las redes sociales.	Era algo que iba a suceder con la aparición del internet. Fue algo necesario ese cambio, porque gracias a esto, se puede informar de manera más rápida y eficaz. Además, que la información se encuentra al alcance de todos solo con una click.
4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?	El periodista digital crea y produce el contenido tanto en lo escrito como en lo audiovisual. En cambio, el periodista tradicional, solo se basa en la redacción.	Los periodistas en la actualidad elaboran mucho contenido gracias las herramientas digitales. El periodista tradicional solo se basa en la escritura.
5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?	La forma correcta de informar a través de los medios digitales, es confirmar si la información es real. Hay que tener cuidado con los bulos.	Corroborando la información antes de ser publicada, porque no todo lo que está en las redes sociales, es información verdadera.

Nota: En este primer bloque se conocerá los puntos de vista del periodista Dominguez y del Msc. Andrade.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Tabla 9

Segundo bloque de entrevista

Preguntas:	Comunicadora Andrea González	Comunicador Dave Zorrilla
1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?	La diferencia se encuentra en el grado de conocimientos que adquiere la persona q estudia periodismo pues en la carrera te muestran cómo debes sobrellevar ciertos temas, mientras que un ciudadano en muchas ocasiones improvisa o no sabe cómo manejarlos.	EL periodista tiene la vocación y está capacitado para informar. Un ciudadano común se basará en todo lo que escuche y eso produciría desinformación en las redes sociales.
2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?	En primera instancia considero que el contenido debe ser 100% verídico y confiable, además debe ser una persona que emita comentarios imparciales.	Lo principal es que la información sea real, y más que nada que no se deje guiar por cualquier publicación que este en las plataformas web.
3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?	En definitiva, el de un Comunicador innovador, que no se quede solo con lo aprendido en las aulas, sino más bien avance junto a la tecnología que hoy en día lo manejan todo.	El cambio que ha existo, es increíble, porque gracias a esta convergencia los medios y el periodista han podido evolucionar a una nueva etapa.
4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?	Llevar la noticia de manera más rápida, sin mucho texto, siendo explícitos en lo que están comunicando, además de informar de manera más atractiva al público o en este caso a sus seguidos.	Actualmente el periodista informa de manera precisa y sencilla, lo que atrae a los lectores. Cabe recalcar que sus contenidos son audiovisuales.
5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?	Es necesario que antes de publicar una información primero se debe de verificar la noticia para ser difundida en las redes sociales.	Los medios digitales, primer deben hacer una verificación de datos ante de publicar una noticia.

Nota: En este segundo bloque se conoce los puntos de vista de los comunicadores González y Zorrilla.

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

3.5.3. Análisis de las entrevistas

A través de las entrevistas se pudo observar que el periodismo y los periodistas han evolucionado gracias a esta convergencia digital, lo cual les obligó adaptarse a esta nueva era digital y su manera de informar. Además, entre el periodistas digital y tradicional, existe una gran diferencia, las cuales son: El periodista tradicional solo se basa en la investigación y en la redacción esto genera que sus contenidos tengan mucho texto. En cambio, el periodista digital es mas completo, debido a que sus noticias son producidas a través de animaciones y producciones audiovisuales las cuales son publicadas en las redes sociales o páginas web; cabe recalcar, que el periodista digital, no deja la esencia del periodismo que es la redacción.

A diferencia del contenido del periodismo tradicional, el periodismo digital tiene menos texto, es decir, sintetiza y especifica la información a través de los puntos importantes para que el lector pueda informarse rápidamente. También se determinó que cualquier ciudadano común puede informar a través de las redes sociales, pero la información emitida por los usuarios que cumplen un “rol periodístico” en estas plataformas, no es 100% confiable, esto se debe porque una persona no está capacitada para informar de manera profesional, y el ejemplo más claro es que no corrobora la información antes de ser publicada.

Uno de los factores por lo cual no es confiables el contenido emitido por un ciudadano común, es debido a que los usuarios creen todo lo que se encuentra en las redes sociales y luego lo difunden a través de las redes sociales. En cambio, los periodistas están capacitados para poder informar, porque capacitaron y más que nada saben los parámetros a seguir al momento de redactar y emitir una información de interés general.

3.5.4. Conclusión de las entrevistas

El internet llegó para quedar y revolucionar el mundo con sus herramientas digitales, junto a ello también para cambiar la manera en la que se informa y nos comunicamos. Gracias a esta nueva era la información tiene mayor alcance a nivel global. Queda claro que no todos pueden informar de manera segura, porque no todo lo que está en las redes sociales es real. Por ello es importante corroborar y verificar si el contenido que se va a compartir no es noticia falsa.

3.6. Encuesta

Esta técnica permite recopilar datos acerca de un estudio o tema, a través de un sondeo que se realiza a un grupo de personas. Para elaborar la encuesta, es importante realizar un cuestionario que permitirá preguntar acerca de un tema a un público determinado (Chiner, 2011). La encuesta de este proyecto investigativo estuvo dirigida a 60 estudiantes de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

3.7. Población

La muestra es importante en un proyecto investigativo porque es un conjunto de elementos que permite conocer, observar y determinar las características del estudio. Además, toda investigación debe tener como objeto de estudio a personas, objetos hasta documentos (Lugo, 2018). A todos estos elementos se les llama población. **Población:** Estudiantes de comunicación de la ciudad de Guayaquil.

3.8. Muestra

La muestra es el conjunto de elementos que caracteriza a una determinada población, debido a que se observa cuáles son los conjuntos de la unidad (Lugo, 2018). **Total, de muestra:** La muestra determinada de este proyecto es de 60 estudiantes de comunicación de la UPS.

3.9. Análisis de las encuestas

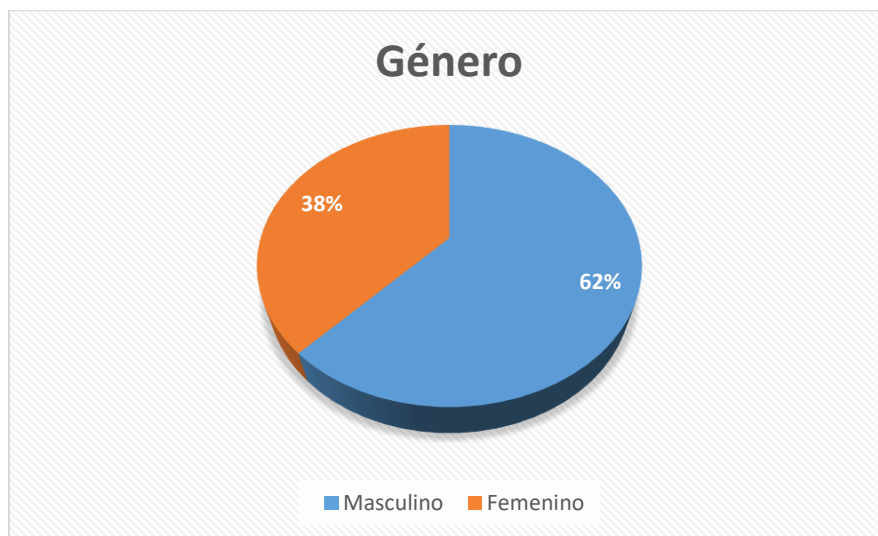
1.- ¿A qué género pertenece?

Tabla 10

Género de los encuestados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	37	62%
Femenino	23	38%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 1 Edad a la que pertenecen los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: A través de los resultados obtenidos, se puede observar que el 62% de los encuestados pertenecen al género masculino y el 38% pertenece al género femenino.

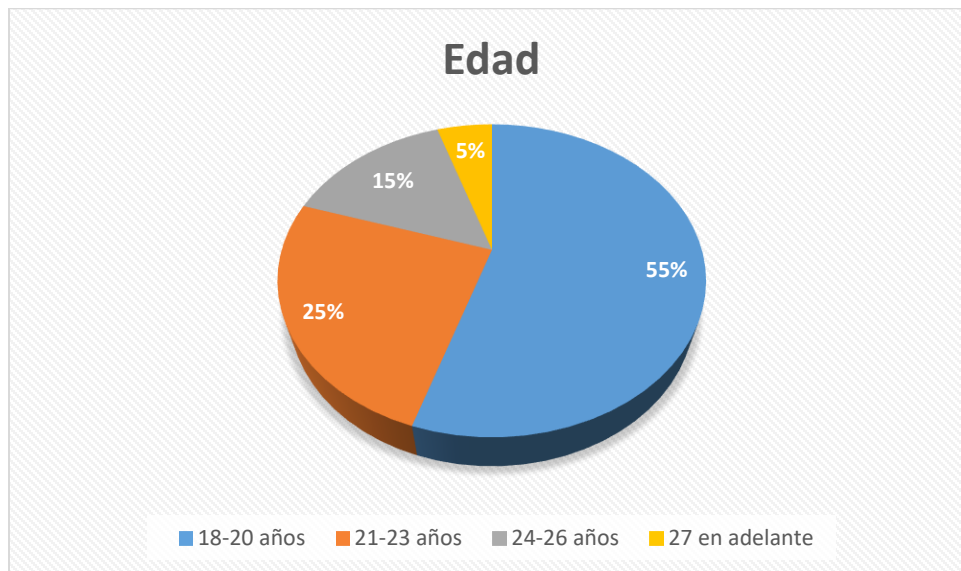
2.- ¿Qué edad tiene?

Tabla 11

Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-20 años	33	55%
21-23 años	15	25%
24-26 años	9	15%
27- en adelante	3	5%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 2 Edad a la que pertenecen los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Según los resultados de las encuestas se puede observar que el 55% de los encuestados tienen entre 18 a 20 años de edad, el 25% tienen entre 21 a 23 años de edad, el 15% de los alumnos tienen una edad de 24 a 26 años y solo el 5% de los encuestados rondan los 27 años de edad en adelante.

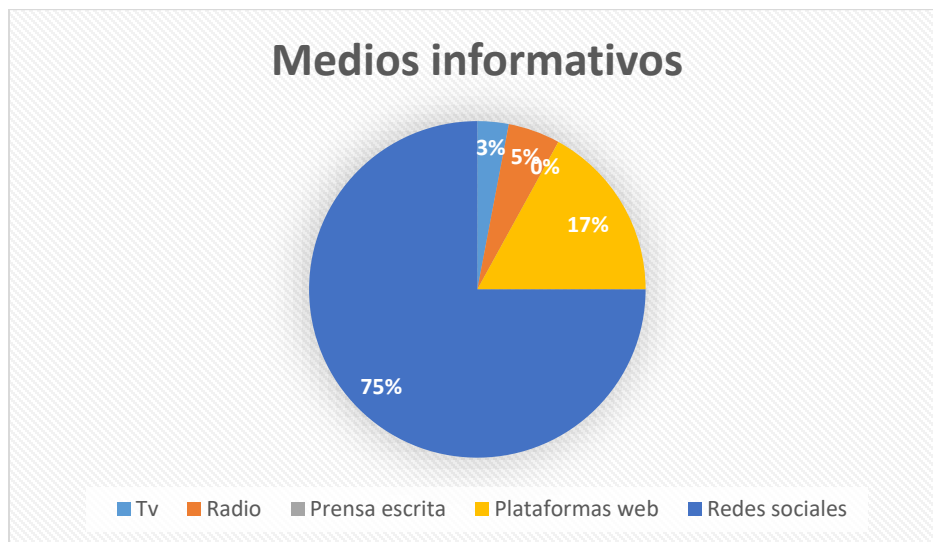
3.- ¿Que medio prefiere para informarse?

Tabla 12

Medios en los que se informan los encuestados

Medio	Frecuencia	Porcentaje
Tv	2	3%
Radio	3	5%
Prensa	0	0%
Plataformas web	10	17%
Redes sociales	45	75%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 3 Medio en el cual se informan los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Se puede observar que el 75% de los encuestados se informan a través de las redes sociales, el 17% se mantienen informado mediante plataformas web, el 5% de los estudiantes se informan por medio de la radio, solo el 3% se informan por televisión. Esto indica que el método para mantenerse informado de manera rápida en la actualidad son las redes sociales. Los estudiantes encuestados indican que no se informan a través de la prensa escrita.

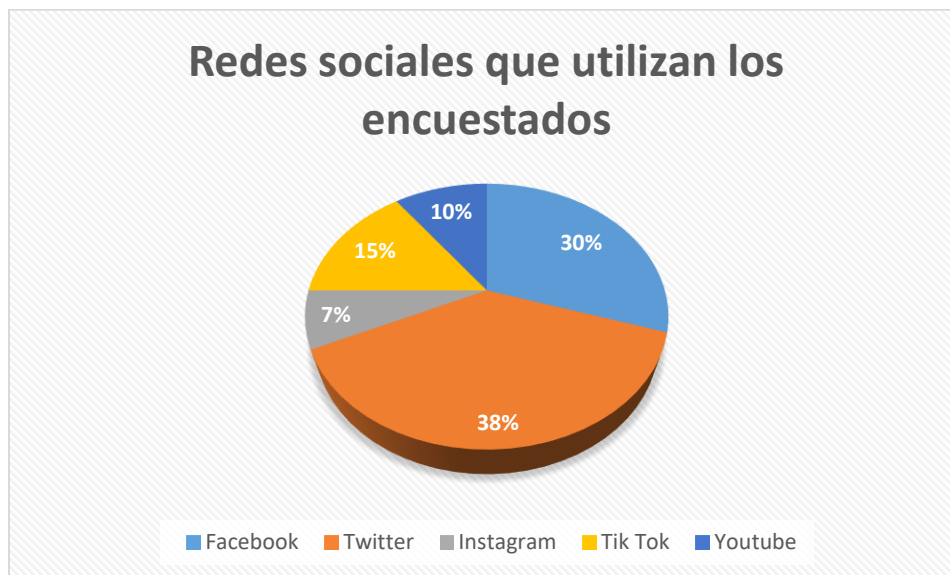
4.- ¿Qué red social utiliza con más frecuencia?

Tabla 13

Redes sociales que utilizan los encuestados

Red social	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	18	30%
Twitter	23	38%
Instagram	4	7%
Tik Tok	9	15%
Youtube	6	10%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 4 Red social que utilizan los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: El gráfico demuestra que el 38% de los encuestados utilizan la red social Facebook, el 30% utilizan la red social Twitter, el 15% de los estudiantes utilizan Tik Tok, el 10% utilizan YouTube y solo el 7% de los participantes de las encuestas utilizan Instagram. Esto indica que la plataforma más utilizada por los estudiantes de comunicación social de la UPS es la plataforma Facebook.

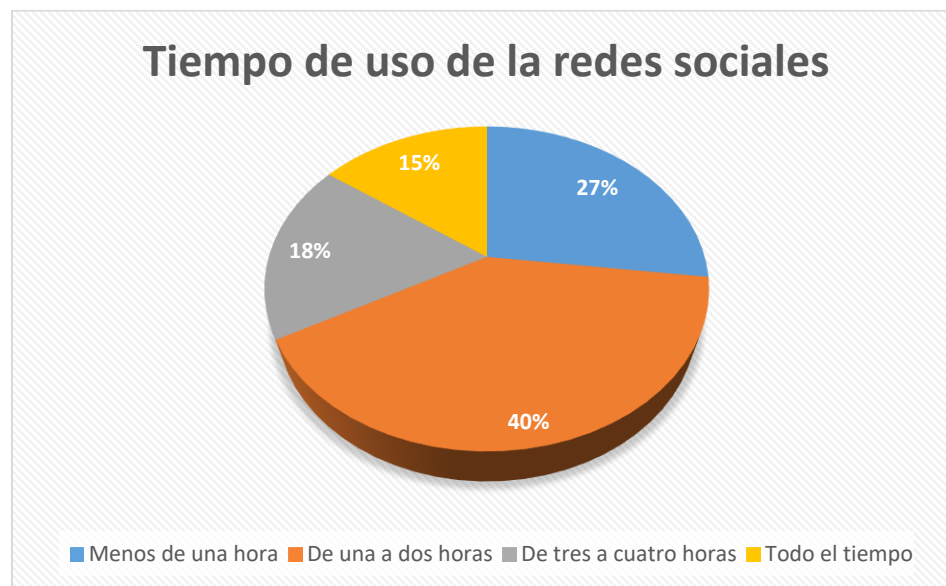
5.- ¿Cuánto tiempo al día utiliza las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram para informarse?

Tabla 14

Tiempo en que utilizan las redes sociales los encuestados

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Menos de una hora	16	27%
De una a dos horas	24	40%
De tres a cuatro horas	11	18%
Todo el tiempo	9	15%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 5 Tiempo en que utilizan las redes sociales los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Como puede observarse el 40% de los estudiantes encuestados usan las redes sociales de una a dos horas, el 27% navegan en estas plataformas menos de una hora, el 18% de los participantes de las encuestas utilizan las redes sociales de tres a cuatro horas y solo un 15 % de los encuestados utilizan las redes sociales todo el tiempo.

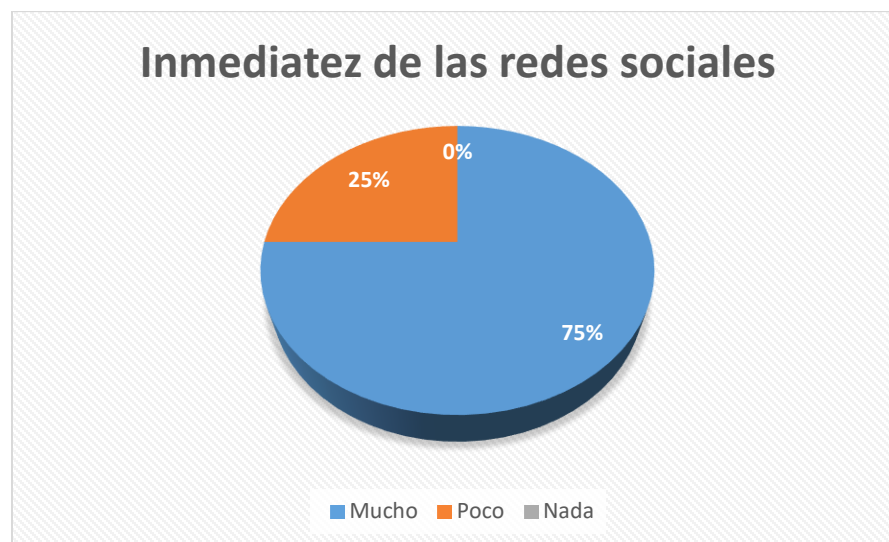
6.- ¿En su opinión ¿la inmediatez en el periodismo digital se ha incrementado por el uso masivo de las redes sociales?

Tabla 15

Inmediatez en el periodismo digital

Inmediatez	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	45	75%
Poco	15	25%
Nada	0	0%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 6 Inmediatez del periodismo digital según los encuestados

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: En el gráfico se puede evidenciar que el 75% de los estudiantes encuestados afirman que la inmediatez del periodismo digital se debe al uso de las redes sociales, el 25% de los participantes de esta encuesta afirmaron que suele ser muy poco la inmediatez del periodismo digital por el uso de las redes sociales. Con esto se confirma que las redes sociales son un factor fundamental para los medios nativos digitales.

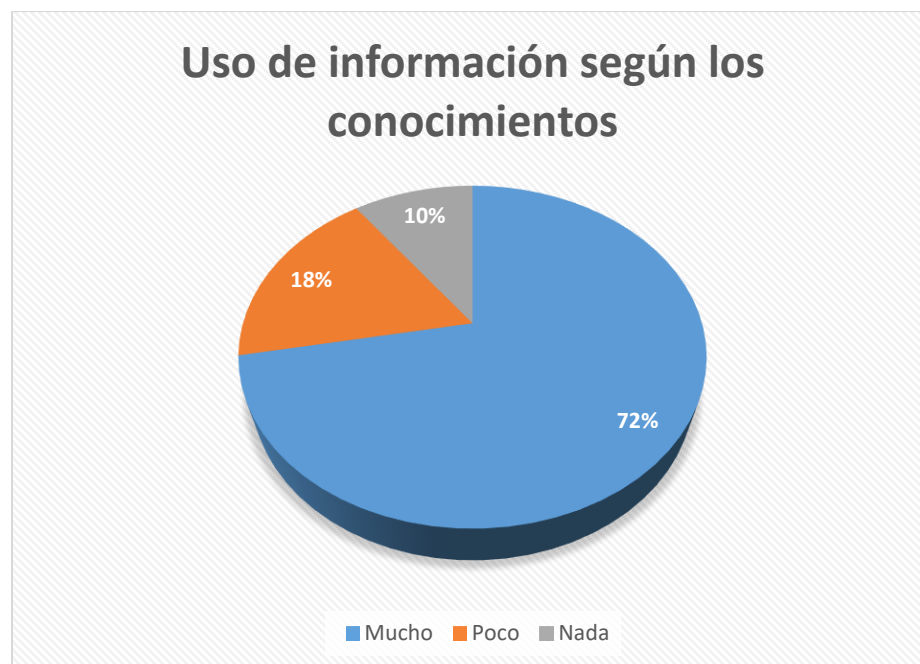
7.- ¿Sabe cómo subir información clara y útil en las redes sociales basados en los conocimientos que adquiere en su carrera profesional?

Tabla 16

Información clara y útil en las redes sociales

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	43	72%
Poco	11	18%
Nada	6	10%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 7 Información clara y útil

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Según los resultados de esta encuesta el 72% de los estudiantes encuestados saben cómo subir información clara y contundente en las redes sociales, mientras que el 18% de los participantes consideran que tienen muy poco conocimiento de como subir información y solo un 10% de los encuestados aseguran no saber cómo subir contenido de manera clara.

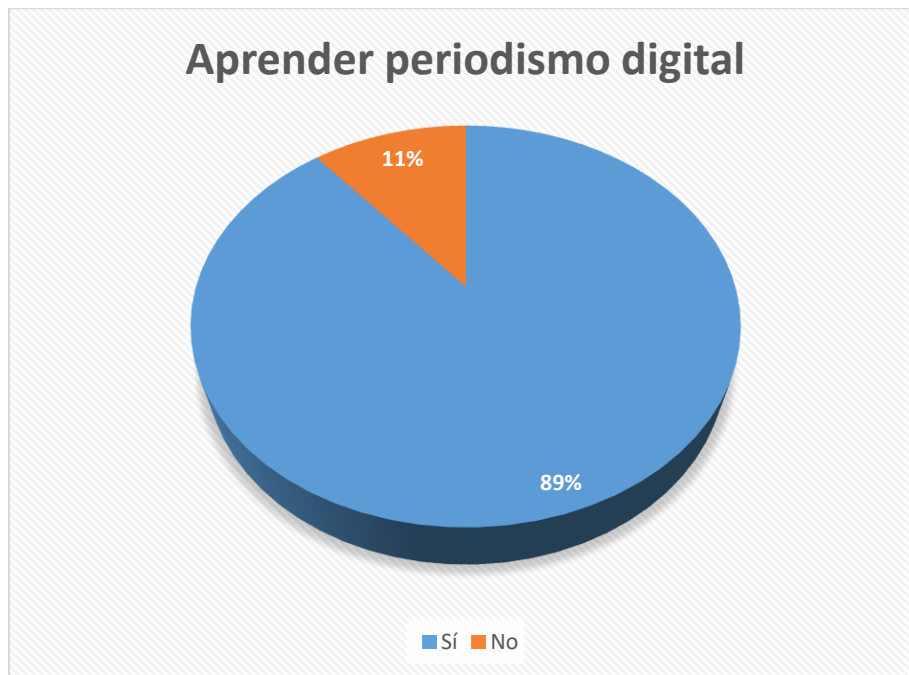
8.- ¿Es de su interés aprender periodismo digital dentro de su formación académica?

Tabla 17

Interés por aprender periodismo digital por parte de los encuestados

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	55	89%
No	7	11%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 8 Interés por aprender periodismo digital

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Según los resultados obtenidos de esta encuesta, el 89% de los estudiantes encuestados está interesado en aprender la asignatura de periodismo digital, mientras que un 11% de los participantes expresaron no importarles aprender acerca del periodismo digital. Esto indica que una gran cantidad de estudiantes les interesa que los capaciten más acerca de los medios digitales en la universidad.

9.- ¿Cómo contribuye la asignatura de periodismo digital a su formación como comunicador social?

Tabla 18

Importancia del periodismo digital como asignatura

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	33	55%
Poco	18	30%
Nada	9	15%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 9 Cómo contribuye el periodismo digital

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: A través de los resultados obtenidos de esta encuesta el 55% de los encuestados expresaron que el periodismo digital es importante y que se debe enseñar como una materia, mientras que el 30% de los participantes aseguraron que es muy poco importante aprender periodismo digital y solo un 15% indicaron que no es necesario aprender periodismo en las universidades.

10.- ¿Considera usted que la interactividad en las redes sociales favorece el periodismo digital?

Tabla 19

La interactividad de las redes sociales favorecen al periodismo digital

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	83%
No	7	12%
Tal vez	3	5%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 10 Interactividad de las redes sociales

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Según los resultados obtenidos el 83% de los encuestados consideran que la interactividad de las redes sociales sí favorecen al periodismo digital, mientras que el 12% consideran que no favorecen y solo un 5% expresan que las redes tal vez favorezcan al periodismo.

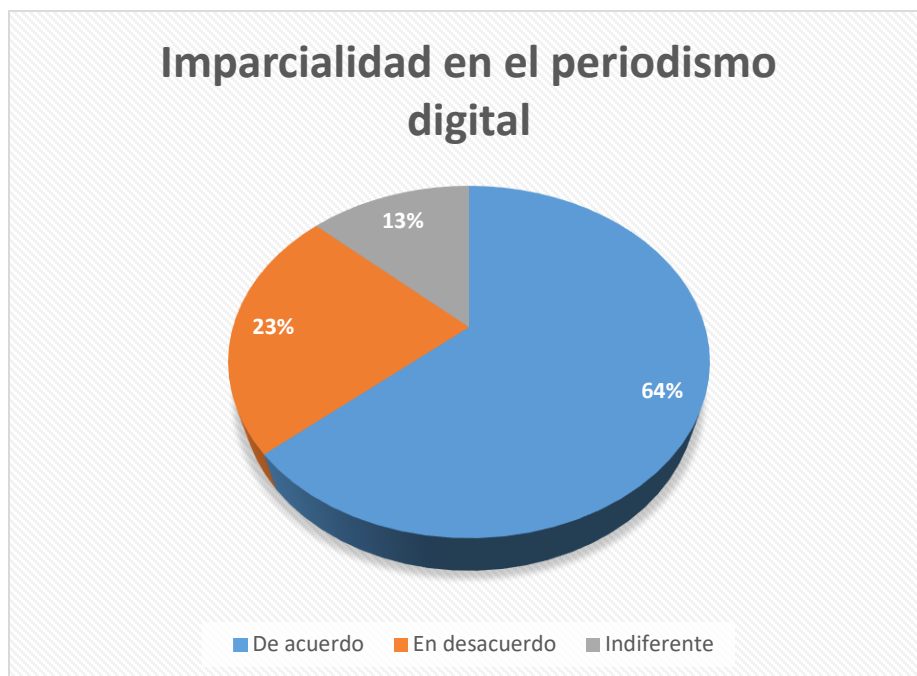
11.- ¿Piensa usted que la imparcialidad se ve reforzada por el periodismo digital en las redes sociales?

Tabla 20

Imparcialidad en el periodismo digital

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	38	63%
En desacuerdo	14	23%
Indiferente	8	13%
Total:	60	100%

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)



Nota: Encuesta aplicada a los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana periodo 2021-2022.

Gráfico 11 Reforzar el periodismo digital en las redes sociales

Elaborado por: Dueñas & Reyes. (2022)

Análisis: Como se puede observar el 64% de los estudiantes encuestados expresaron en estar de acuerdo que la imparcialidad se ve reforzada por el periodismo digital en las redes sociales, mientras que el 23% están en desacuerdo y solo 13% le es indiferente el tema.

3.9.1. Análisis general de las encuestas

A través de los resultados obtenidos de las encuestas se determinó que un gran porcentaje de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, indicaron que el periodismo digital debe ser una asignatura establecida debido a que gran importancia por la era digital que se vive.

Todos los estudiantes encuestados afirmaron a través de los resultados, que la manera de informarse es través de las redes sociales, debido a que es más rápido buscar una información de interés personas en estas plataformas. La red social que más utilizan los estudiantes de comunicación para informarse, es la plataforma Facebook, seguido de Twitter, Tik tok, Instagram y YouTube.

También se pudo observar a través de los resultados obtenidos, que cierto porcentaje de estudiantes no saben cómo subir información en las redes sociales. Mientras que otro grupo de alumnos encuestados, aseguraron que la enseñanza del periodismo digital en las universidades es importante, porque con ello tendrían pautas de como subir información en esas plataformas.

Además, se pudo determinar que gracias al internet y las redes sociales existe una mayor inmediatez, al momento de informar. Esto permite que los medios digitales tengan más facilidad al momento de elaborar y difundir un contenido informativo a través de las plataformas multimediales. También otro factor que se determinó, es que gracia a las redes sociales han surgido nuevos medios, los cuales son denominados “medios nativos digitales”, los cuales pueden emitir información sin que exista la posibilidad de que sean censurados.

3.9.2. Conclusión de las encuestas

A través de los resultados de las encuestas realizadas, se puede llegar a la conclusión que es importante que en la carrera de comunicación social o periodismo es importante que se implemente como asignatura en todas las universidades del país.

Esto sería un factor importante, debido a que los nuevos periodistas o comunicadores sociales estarán capacitados para afrontar nuevos retos en esta nueva era digital. Con ello también es importante que enseñen materias como diseño gráfico, animación, producción audiovisual, marketing y publicidad digital, porque estos elementos es lo que demanda el periodismo digital en el 2022.

CONCLUSIONES

Se definió las bases teorías de este proyecto investigativo, con el objetivo de recopilar argumentos y fundamentos de diferentes autores para reforzar el tema abordado. Autores como Villacrés, expresa que los medios de comunicación tradicionales, en la actualidad están apostado a digitalizarse para poder informar. A través de las bases metodológicas, con la elaboración de encuestas y entrevistas, se determinó que es importante digitalizar a los alumnos de comunicación social y seguir capacitando a los periodistas en esta nueva era.

A través del diagrama de Ishikawa o también llamada espina de pescado, se pudo explicar las causas y los efectos que tienen las redes sociales dentro del periodismo digital, lo cual se determinó que es necesario informar de manera responsable, para evitar la desinformación en las plataformas multimediales.

Se identificó que las estrategias utilizadas por los estudiantes, son de marketing, publicidad y comunicación digital. Esto permite que los contenidos producidos por los alumnos tengan mayor alcance en las redes sociales. Dentro de cada estrategia, realizan un estudio digital, observando que está en tendencia para luego producirlo y posteriormente publicarlo.

Se Evaluó que el contenido audiovisual elaborado por los estudiantes, es informativo, cultural y político. Cabe mencionar que el producto multimedia producido por los alumnos es atractivo y didáctico. Sus contenidos son subidos en el canal oficial de YouTube de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere que los estudiantes y docentes de la carrera de periodismo o comunicación social de todas las universidades, sean capacitados en el ámbito digital.

- Se recomienda hacer un seguimiento a los contenidos publicados en las redes sociales para evitar la desinformación en estas plataformas.

- Se debe elaborar planes estratégicos para que la información emitida por las redes tenga mayor alcance. De esta manera se obtendrán mayor interacción con los usuarios.

- Se recomienda que los medios de comunicación tradicionales, generen contenido atractivo en sus redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. L. (abril de 2015). *Análisis al Método de la Investigación* . Obtenido de spentamexico:
[http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10\(1\)205-214.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n1/A14.10(1)205-214.pdf)
- Acosta, S. (2018). La influencia de la social media como herramienta para el incremento de recordación de marca de las empresas colombianas. (*Monografía*). Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientalesudca, Bogotá. Obtenido de <https://repository.udca.edu.co/bitstream/handle/11158/1028/LA%20INFLUENCIA%20D;jsessionid=E8DFCBD7BFD688721A6F0F9D99E44405?sequence=1>
- Alonso, M. (2019). Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*(45), 29-52. doi:DOI:
<http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.03>
- Álvarez, G., & Gonzáles, A. (Octubre de 2015). *Hipertextualidad en el campo educativo: análisis de los usos de hipertextos en el espacio Facebook de un taller de lectura y escritura universitario*. Obtenido de scielo:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-61802015000200062
- Álvarez, M. (17 de Mayo de 2017). *¿Qué es multimedia?* Obtenido de blog uclm:
<https://blog.uclm.es/miguelalvarez/files/2016/08/UD1-Qu%c3%a9-es-Multimedia-y-Transmedia.pdf>
- Alvídrez, N. (07 de Marzo de 2016). *Historia del Periodismo Digital*. Obtenido de slideshare:
<https://es.slideshare.net/marinaalvidrez1/historia-del-periodismo-digital-59224343>
- Barrios, E., Mar, G., Barragán, M., & Villareal, C. (2016). Hacia la evolución de los géneros periodísticos Lenguaje para un medio periodístico digital. *Revista Iberoamericana de*

- Ciencias*, 2334-2501. Obtenido de <http://www.reibci.org/publicados/2016/oct/1800108.pdf>
- Bermúdez, E., & Camacho, J. (2010). El uso del diagrama causa-efecto en el análisis de casos. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 3. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/270/27018888005.pdf>
- Chiner, E. (2011). *INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA MEDIANTE ENCUESTAS*. Obtenido de Rua: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (23 de Enero de 2013). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Obtenido de unacar: https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Cruz, E. (2015). Las crónicas de José Martí y el origen del periodismo moderno latinoamericano. *Literatura y Lingüística*(31), 51-68. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/lyl/n31/art04.pdf>
- Dueñas, & Reyes. (2020).
- ESIC. (Noviembre de 2019). *¿Qué es el clickbait y cómo usarlo de forma correcta?* Obtenido de ESIC: <https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-el-clickbait-y-como-usarlo-de-forma-correcta>
- Esneca Business School. (10 de Agosto de 2021). *¿Cuáles son las características del periodismo digital?* Obtenido de Esneca: <https://www.esneca.lat/blog/caracteristicas-periodismo-digital/>
- Falla, S. (26 de Octubre de 2009). *Periodismo digital: Definiciones y características*. Obtenido de Maestro del web: <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>

- Fernandez, N. (17 de julio de 2013). *TIPOS DE FICHAS (Resumen de los tipos que se describen)*.
Obtenido de Uv.mx: <https://www.uv.mx/personal/nuferandez/files/2011/04/TIPOS-DE-FICHAS.pdf>
- Flores, K., Larrea, J., Torres, E., Yaya, K., & Villavicencio, J. (03 de Junio de 2013). *Periodismo moderno*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/9xszwnb2lkdf/periodismo-moderno/>
- Florida Global University . (09 de Octubre de 2017). *20 características que definen a un Periodista Digital*. Obtenido de Florida Global University : <https://floridaglobal.university/20-caracteristicas-que-definen-a-un-periodista-digital/>
- Funda Medios. (2019). Obtenido de <https://www.fundamedios.org.ec/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- Gallardo, A. (2012). *PERIODISMO DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRENSA. (Tesis de licenciatura)*. Pontifica Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8291/10.C03.000137.pdf?seque>
- García, M., Martínez, C., Martín, N., & Sánchez, L. (11 de febrero de 2014). *La entrevista*. Obtenido de Uca: http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Giraldo, J. (2007). Una mirada al uso de la inseminación artificial en bovinos. *Revista Lasallista de investigación*, 4, 51-57. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v4n1/v4n1a08.pdf>
- Ignacio, R. (2011). *redalyc*. Obtenido de **ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA DE DEFINICIONES Y PROCEDIMIENTOS EN LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA:** <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>

- Jorge, R. (3 de Marzo de 2016). *Breve historia del periodismo digital*. Obtenido de rominaijorge.com: <https://rominaijorge.com/2015/06/01/breve-historia-del-periodismo-digital/>
- Kreibohm, M. (21 de Diciembre de 2016). *El periodismo digital en Latinoamérica*. Obtenido de Maestros del web: <http://www.maestrosdelweb.com/periodismolatín/>
- Larrea, M. P., & Martínez, A. (Noviembre de 2013). *Medios Digitales en Ecuador: Perspectivas de futuro*. Obtenido de researchgate: https://www.researchgate.net/publication/258933124_Medios_Digitales_en_Ecuador_Perspectivas_de_futuro
- León, M., & Cárdenas, C. (2018). INFLUENCIA DEL PERIODISMO DIGITAL EN NUESTRA SOCIEDAD ACTUAL. (*Tesis de licenciatura*). UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/4351/INFLUENCIA%20DEL%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20SOCIEDAD%20ACTUAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lopez, B. (2 de Septiembre de 2013). *Historia y evolución del periodismo digital*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/d8xwp28d5zl9/historia-y-evolucion-del-periodismo-digital/>
- Lugo, Z. (24 de Septiembre de 2018). *Población y muestra*. Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>
- Maldonado, M., & Hinojosa, M. (Maro de 2016). *Los inicios en el periodismo digital*. Obtenido de Rresearchgate: https://www.researchgate.net/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital

- Márquez, M. (11 de febrero de 2018). *Los Periodistas ¿Nuevo Rol en la Era del Social Media?*
Obtenido de Infosol: <https://www.infosol.com.mx/miespacio/los-periodistas-nuevo-rol-en-la-era-del-social-media/>
- Morejón, R., & Zamora, B. (05 de Agosto de 2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*(18), 12-24. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1656>
- Palarea, F. (diciembre de 2012). *Evolución del Periodismo en la Era Tecnológica: Creación de un medio digital en castellano.* Obtenido de [revistalatinacs: http://www.revistalatinacs.org/12slcs/2012_actas/187_Palarea.pdf](http://www.revistalatinacs.org/12slcs/2012_actas/187_Palarea.pdf)
- Pérez. (Enero de 2013). *El ciberespacio: ¿una realidad en construcción?* Obtenido de [researchgate: https://www.researchgate.net/publication/294427903_El_ciberespacio_una_realidad_en_construccion](https://www.researchgate.net/publication/294427903_El_ciberespacio_una_realidad_en_construccion)
- Pérez, P. (2010 de Abril de 2016). *El periodismo en la era digital La frecuencia de actualización y la inmediatez son armas muy potentes y hay que tratarlas con precaución.* Obtenido de El País: https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html
- Pulido, M. (09 de septiembre de 2015). *Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica.* Obtenido de [redalyc: https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/310/31043005061.pdf)
- Quesada, J. D. (01 de Marzo de 2013). *El 'boom' de la prensa digital latinoamericana. Un 'boom' de publicaciones digitales agita el periodismo de la región.* Obtenido de El País: https://elpais.com/sociedad/2013/03/01/actualidad/1362165444_533165.html

Ramos, H., & Cruz, Y. (Marzo de 2017). *Las redes sociales. Impacto en la sociedad moderna.*

Obtenido de researchgate:

https://www.researchgate.net/publication/314278102_Las_redes_sociales_Impacto_en_la_sociedad_moderna

Ramos, J. (2014). Uso de las herramientas informáticas del periodismo 2.0 y las habilidades del estudiantado de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Ambato.

(*Tesis de licenciatura*). Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7886/1/FJCS-CS-359.pdf>

Robles, A. (2018). MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDACCIÓN PERIODÍSTICA. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil.

doi:<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2585/1/T-ULVR-2381.pdf>

Rodríguez. (2008). *La banda ancha y la web 2.0: desafíos y oportunidades.* Obtenido de eprints:

<http://eprints.rclis.org/12126/1/web2Argentina.pdf>

Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. (*Tesis doctoral*). Universidad Autónoma

de Barcelona, Balaterra. Obtenido de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica.* Madrid: Editorial Ariel. Obtenido de

Dadun: file:///C:/Users/usuario/Desktop/Ciberperiodismo_en_Iberoamerica.pdf

Salaverría, R. (01 de Enero de 2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de

revisión. *El profesional de la información*, 28(1). Obtenido de Revista profesional de la información:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/69729>

Sánchez, I. (Febrero de 2015). *Conceptos Básicos de la Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT133.pdf?sequence=1>

Tamayo, M. (2006). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de [trabajodegradoucm.weebly.com: https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf](https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/tipos_de_investigacion.pdf)

Valdiviezo, G. (2018). Análisis de los medios digitales en el periodismo y su influencia en los estudiantes del primer semestre, sección matutina de la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, 2018. (*Tesis de licenciatura*) . Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/41532/1/An%C3%A1lisis%20de%20los%20medios%20digitales%20en%20el%20periodismo%20y%20su%20influencia%20en%20los%20estudiantes%20del%20primer%20semestre%20secci%C3%B3n%20matutina%20de%20la%20Facultad%20de%20Com>

Vidaurre, C. (1 de Diciembre de 2019). *El periodismo digital*. *Revista De Comunicación Social*, 1(1), 82-89. Obtenido de Unife: <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/comunife/article/view/1867/1882>

Villacrés, M. (2018). “LA INCIDENCIA DEL CIBERPERIODISMO Y SUS ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL: INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LA PLATAFORMA DIGITAL DEL DIARIO EL TELÉGRAFO EN EL MES DE ENERO DE 2018”. (*MAESTRÍA*). UNIVERSIDAD

TÉCNICA DE AMBATO, Ambato. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/29027/1/FJCS-POSG-128.pdf>

Wolf, C. (24 de Mayo de 2018). *Breve Historia del Periodismo Digital (FACSO)*. Obtenido de
Slideshare: <https://www.slideshare.net/wellcab/breve-historia-del-periodismo-digital-facso>

ANEXOS

Anexo 1 Banco de preguntas para las entrevistas

1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?

2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?

3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?

4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?

5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?

Anexo 2 Banco de preguntas para las encuestas

1. ¿A qué género perteneces?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿Qué medio prefiere para informarse?
4. ¿Qué red social utiliza con más frecuencia?
5. ¿Cuánto tiempo al día utiliza las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram para informarse?
6. En su opinión ¿la inmediatez en el periodismo digital se ha incrementado por el uso masivo de las redes sociales?
7. ¿Sabe cómo subir información clara y útil en las redes sociales basados en los conocimientos que adquiere en su carrera profesional?
8. ¿Es de su interés aprender periodismo digital dentro de su formación académica?
9. ¿Cómo contribuye la asignatura de periodismo digital a su formación como comunicador social?
10. ¿Considera usted que la interactividad en las redes sociales favorece el periodismo digital?
11. ¿Piensa usted que la imparcialidad se ve reforzada por el periodismo digital en las redes sociales?

Anexo 3 Entrevista al decano de la carrera de comunicación de la UPS

1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?

Vendría hacer el hecho de que tal vez en medios tú puedes contar con una estructura mucho más sólida, un respaldo mucho más fuerte, sobre todo el hecho de saber que estás escribiendo para un medio de comunicación, no podemos hablar de que lo que se escriba en un blog ya que no cuenta con la misma credibilidad que pudiera tener algún medio de comunicación con muchos años de historia o con una trayectoria importante.

En cuanto al ejercicio periodístico, entonces yo creo que esa sería la principal diferencia desde donde se construye, tal vez uno lo hace individualmente y lo hace porque cree en que la información que está indagando, investigando, está bien, y pues empieza ese ejercicio ciudadano de periodismo basado en estos parámetros, pero claro un periodista que trabaja en un medio de comunicación tiene respaldo y mayor credibilidad por el sólo hecho de publicar en la plataforma del medio de comunicación donde labora. Creo esa sería la principal diferencia que puedo encontrar, además de saber que tiene o está rodeado por un equipo de periodistas, está más o menos coordinado con el trabajo de un editor de noticias, está coordinado con un fotógrafo para las fotografías o lo que vaya a acompañar la nota, tenemos infografistas digitales, también que nos ayudan a publicar una mejor información, es decir tiene un respaldo, mientras que el otro tendrá que hacerlo únicamente con las herramientas que tenga a mano, con las que sepa manejar para poder presentar algo de información atractiva.

2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?

Cuando nosotros estamos hablando de periodismo, cuando estamos hablando de construcción de la noticia de la información tiene varios parámetros, que son justamente ver que tanto me afecta a mí como colectividad, que tan cercano es el hecho, el hecho amerita ser contado, cumple con estas características como para que sea de interés de la personas, allí estamos hablando de un periodista que hace su trabajo, pero esta categoría del periodista ciudadano simplemente es alguien que está portando información como piezas sueltas; es decir ellos no hacen este proceso del cual nosotros estamos hablando que se realiza en nuestra profesión que es investigar, contrastar, y que sigan vigentes, lo que ellos aportan son ciertas partes de información que luego el periodista puede tomar esas partes y puede contextualizarla, tomar la historia en profundidad y como se debe realmente, lo que tienen son sólo testigos de los hechos que desde sus cuentas de Twitter son tuiteros. Sin embargo, cumpliendo con estos parámetros podría tener un grado ya más elevado o incluso llamarse periodista ciudadano sólo si es que cumple con estos parámetros, pero no por publicar información ya tiene el título de periodista

3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?

Además de las destrezas básicas propias de la profesión periodística, los nuevos perfiles profesionales requieren destrezas en el ámbito de la programación informática y el emprendimiento.

4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional? La distinción entre convencional y digital tiene cada vez menos sentido, ya que en la actualidad no es viable el ejercicio del periodismo fuera del mundo digital.

En todo caso, la diferenciación tiene más que ver con la gestión de la propia marca personal y la capacidad para usar los nuevos medios como fuente de información y plataforma de difusión del contenido periodístico.

La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias? Además de las destrezas básicas propias de la profesión periodística, los nuevos perfiles profesionales requieren destrezas en el ámbito de la programación informática y el emprendimiento.

5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?

La distinción entre convencional y digital tiene cada vez menos sentido, ya que en la actualidad no es viable el ejercicio del periodismo fuera del mundo digital. En todo caso, la diferenciación tiene más que ver con la gestión de la propia marca personal y la capacidad para usar los nuevos medios como fuente de información y plataforma de difusión del contenido periodístico

- Sabe buscar en Google. (Esto suena un poco tonto, pero durante 8 años, en 10 países de Latinoamérica he dado talleres en los que menos de un 5% de los periodistas y estudiantes saben

hacer búsquedas inteligentes en Google. Siendo esta una herramienta clave y de uso permanente, todos deberían dominarla). - Explora las redes sociales y las usa profesionalmente (no solo para promover sus contenidos o enterarse de noticias, sino para contactar fuentes, interactuar con las audiencias, encontrar nuevos temas o ángulos, ampliar su alcance de lo local a lo global, etc.).

Relacionado con lo anterior: al entender las dinámicas del mundo digital, comprende que la comunicación unidireccional, vertical, es un asunto del pasado. Que el periodista debe establecer una comunicación bidireccional con su audiencia. En su proceso periodístico, no solo piensa en la generación del contenido, sino también en su distribución y en la adaptación a distintas plataformas.

- Conoce la importancia de las métricas en el mundo digital, y por ello aprende a utilizar herramientas como Google Analytics (para analizar el tráfico de sus sitios web) y servicios en línea de métricas de redes sociales. - Si quiere ir más allá y especializarse en periodismo digital, podría explorar campos como el periodismo de datos (que requieren conocimientos más profundos de software y bases de datos, por ejemplo).

Anexo 4 Entrevista a la comunicadora social Andrea González

1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?

La diferencia se encuentra en el grado de conocimientos que adquiere la persona que estudia periodismo pues en la carrera te muestran cómo debes sobrellevar ciertos temas, mientras que un ciudadano en muchas ocasiones improvisa o no sabe cómo manejarlos.

2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?

En primera instancia considero que el contenido debe ser 100% verídico y confiable, además debe ser una persona que emita comentarios imparciales.

3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?

En definitiva, el de un Comunicador innovador, que no se quede solo con lo aprendido en las aulas, sino más bien avance junto a la tecnología que hoy en día lo manejan todo.

4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?

Llevar la noticia de manera más rápida, sin mucho texto, siendo explícitos en lo que están comunicando, además de informar de manera más atractiva al público o en este caso a sus seguidores.

5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?

Es importante que los medios nativos digitales corroboren una información antes de publicarla, porque en las redes sociales y en la web hay mucha desinformación.

Anexo 5 Entrevista al comunicador Dave Zorrilla

1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?

La diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano, es que el ciudadano va a informar cualquier cosa que vea en las redes sociales, y no investigará de que se trata a diferencia del periodista que está capacitado para informar de manera responsable. Los periodistas antes de compartir una noticia ellos investigan y corroboran las fuentes de la información.

2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?

Los parámetros que deben seguir es que el contenido sea confiable, que no sea fake, que sepa utilizar adecuadamente las herramientas digitales para la elaboración de los contenidos que vaya a compartir.

3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?

Claro, eso ha sido bueno para el periodismo porque cambió la manera de informar, con esto los periodistas y los medios de comunicación tuvieron que adaptarse a esta nueva etapa con lo cual es de gran ayuda al momento de informar las noticias más relevantes que están sucediendo a nivel global.

4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?

La tarea que cumple un periodista digital es que sintetiza la información, a diferencia de los periodistas tradicionales que ponen mucho texto en una información. El periodista digital como tal ahora graba, edita, crea el contenido, sabe de animación y de diseño, claro está que no de atrás la esencia del periodismo que la redacción,

5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?

La manera de informar de manera responsable, es no publicar información por publicar, porque es muy importante que se analice y verifique una noticia antes de ser publicada.

Anexo 6 Entrevista al periodista Karlos Dominguez

1. ¿Cuál es la diferencia entre un periodista tradicional y un ciudadano que busca hacer periodismo?

Un ciudadano solo informar lo que cree que es “verdad”, a diferencia de un periodista que busca si la información es real o no para luego publicarla.

2. ¿Qué parámetros deben ser tomados en cuenta por una persona que publica contenidos en redes sociales para que sea considerada como periodista?

El periodista siempre será periodista porque está capacitado para cumplir ese rol. Un ciudadano puede informar, sí, pero lamentablemente no corrobora la información antes de difundirla.

3.- La convergencia digital ha sido de gran impacto para el periodismo debido a que su perfil profesional se ha visto modificado por las nuevas tecnologías, ¿cuál es el perfil que más se ajusta a estas exigencias?

Era algo que iba a suceder con la aparición del internet. Fue algo necesario ese cambio, porque gracias a esto, se puede informar de manera más rápida y eficaz. Además, que la información se encuentra al alcance de todos solo con una click.

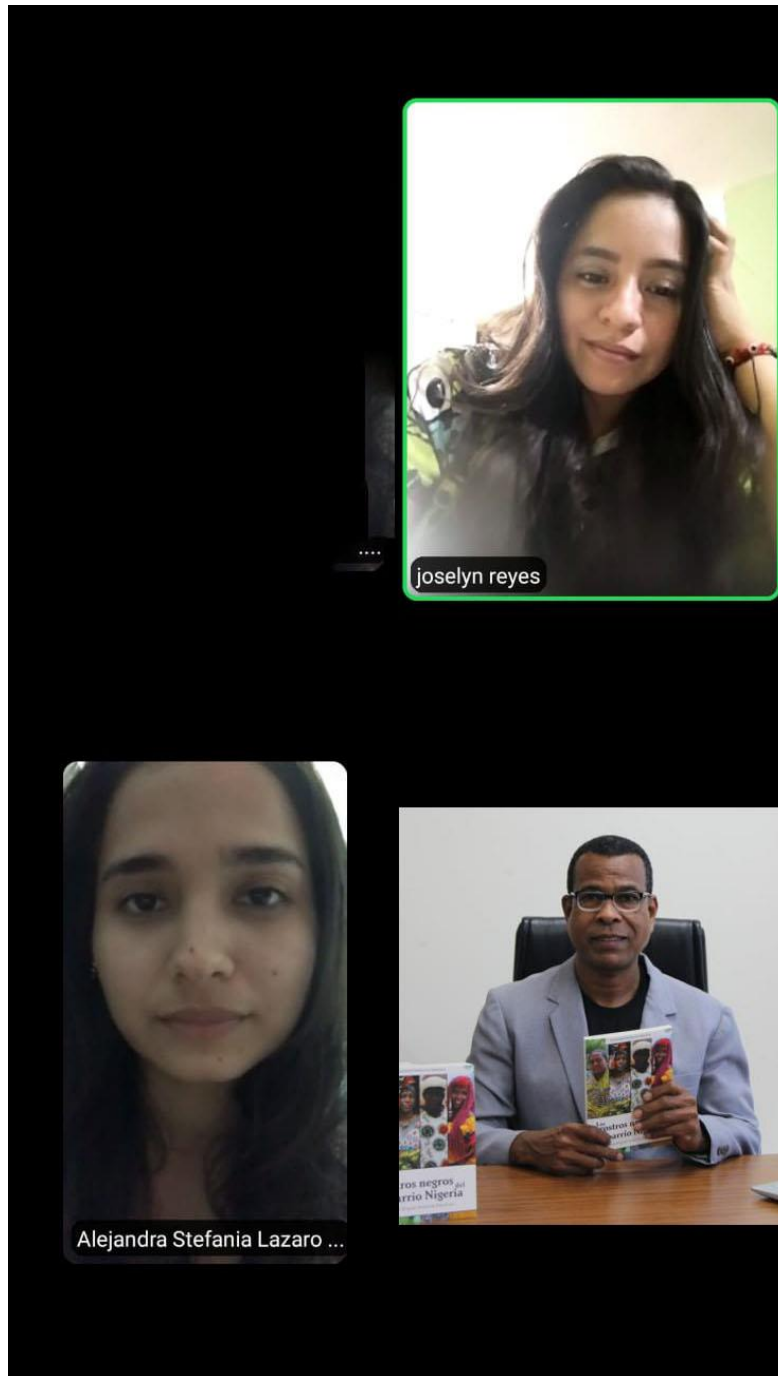
4.- ¿Cuáles son las tareas a realizar de un periodista digital que le permiten diferenciarse del periodista convencional?

Los periodistas en la actualidad elaboran mucho contenido gracias las herramientas digitales. El periodista tradicional solo se basa en la escritura.

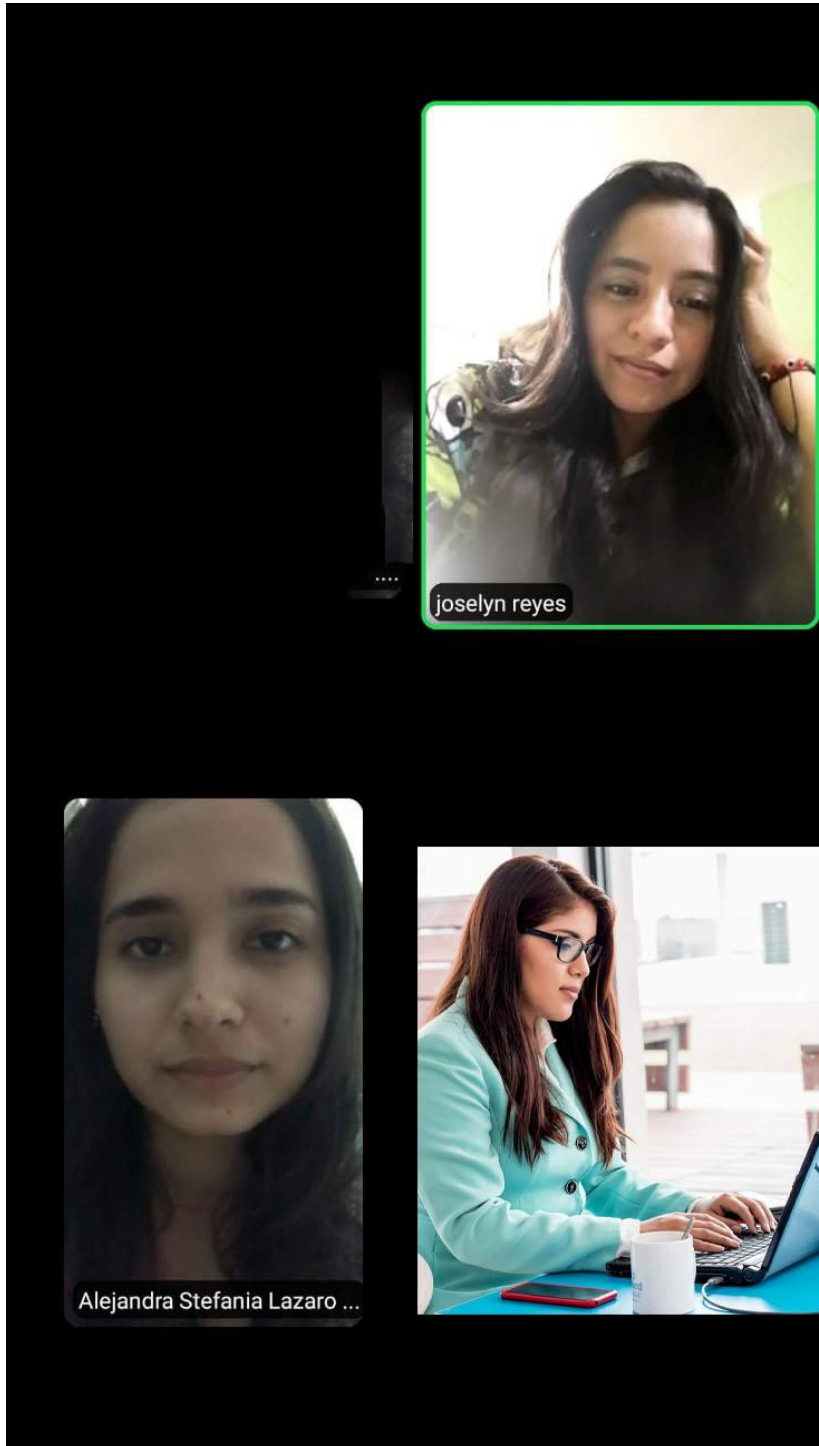
5.- ¿Cómo informar responsablemente a través del periodismo digital?

Corroborando la información antes de ser publicada, porque no todo lo que está en las redes sociales, es información verdadera.

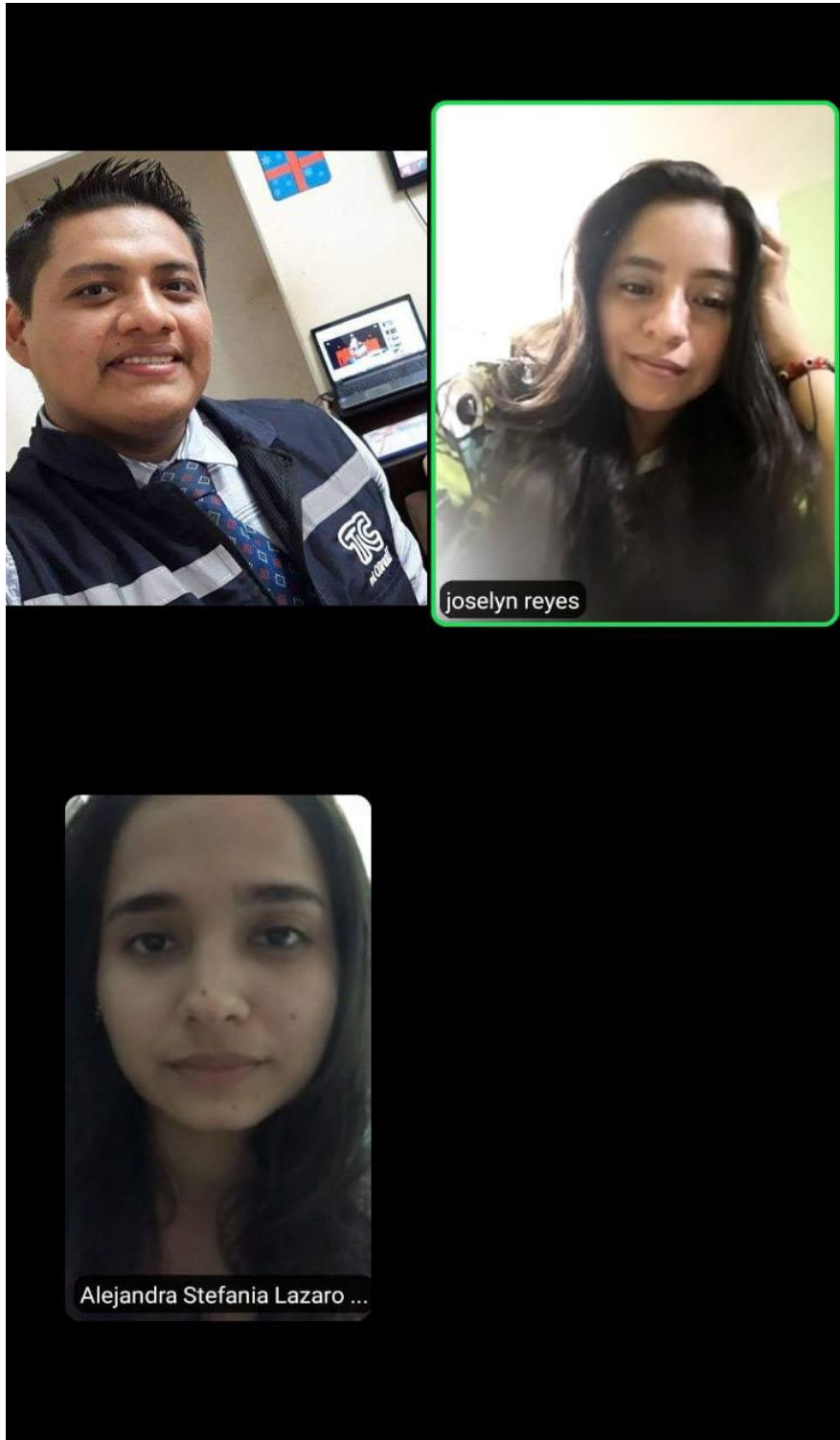
Anexo 7 Captura de la entrevista al Msc César Andrade Martínez



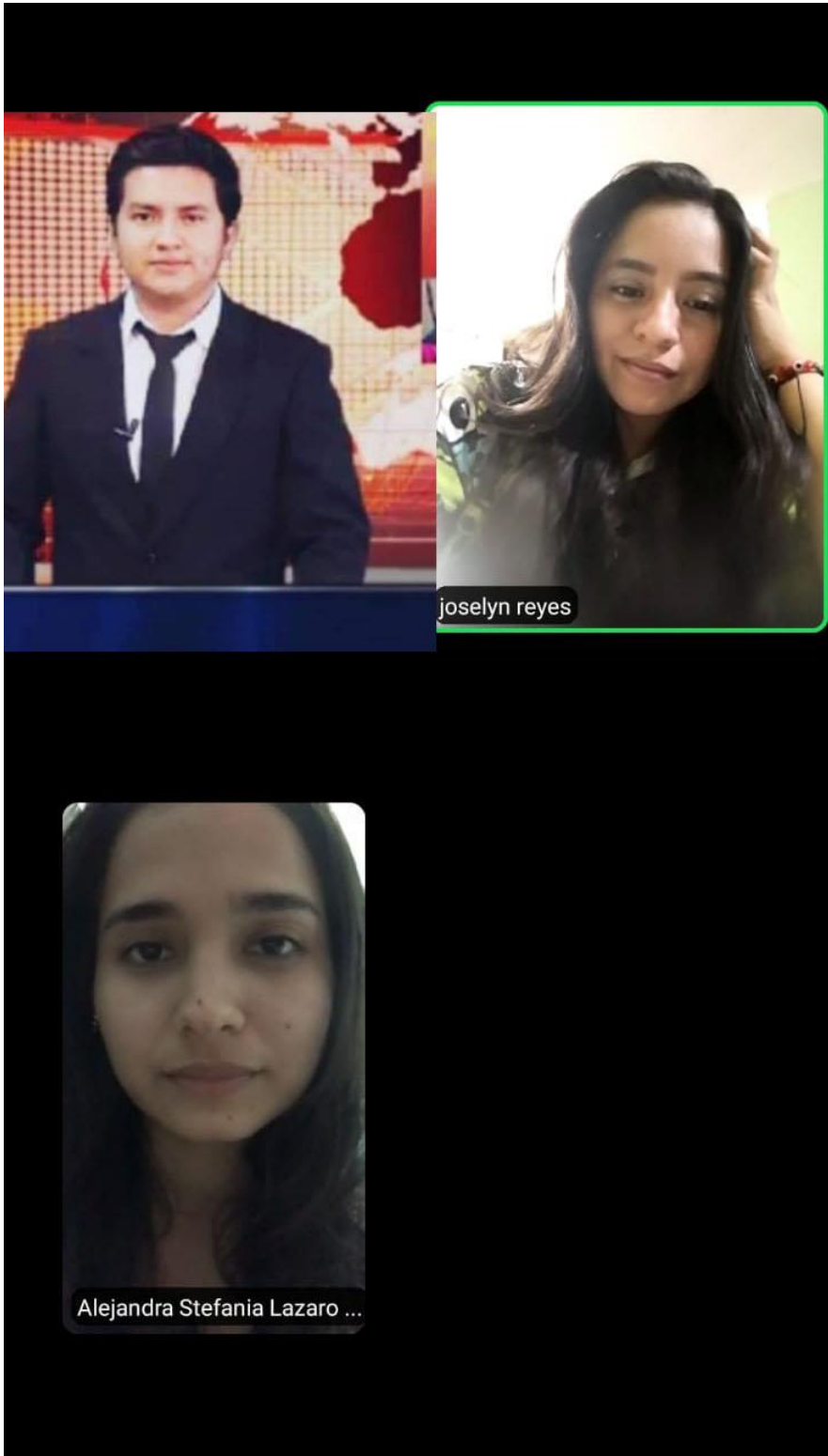
Anexo 8 Captura de la entrevista a la comunicadora Andrea Gonzalez



Anexo 9 Captura a la entrevista del comunicador Dave Zorrilla



Anexo 10 Captura de la entrevista con el periodista Karlos Dominguez



Anexo 11 solicitud de permiso para entrevistar al Msc. César Andrade Martínez



CONSTANCIA

En mi condición de director técnico de la Carrera de Comunicación Social certifico que las estudiantes Kimberley Dueñas y Joselyn Reyes han desarrollado el Proyecto de Grado titulado "USO DEL PERIODISMO DIGITAL EN LAS REDES SOCIALES POR LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA DE GUAYAQUIL", observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regula esta actividad académica, por lo que autorizo a las mencionadas estudiantes a la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de información que sean oportunos para la realización y desarrollo de su proyecto.

En la ciudad de Guayaquil, a los 20 días del mes de Enero de 2022

Atentamente,


MSc. César Andrade Martínez
Director Técnico de Comunicación y Cultura

Anexo 12 Resultados de las encuestas

Archivos Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué?

Calibri 11 A A Fuente Alineación Número

184

36	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
37													
38													
39													
40													
41													
42													
43													
44													
45													
46													
47													
48													
49													
50													
51													
52													
53													
54													
55													
56													
57													
58													
59													
60													
61													
62													
63													
64													
65													
66													
67													
68													
69													
70													
71													

Hoja1

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué

Pegar Calibri 11 A A Ajustar texto General

Portapapeles Fuente Alineación Número

184

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Menos de una hora	16	27%
De una a dos horas	24	40%
De tres a cuatro horas	11	18%
Todo el tiempo	9	15%
Total:	60	100%

Inmediatez	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	45	75%
Poco	15	25%
Nada	0	0%
Total:	60	100%

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	43	72%
Poco	11	18%
Nada	6	10%
Total:	60	100%

Repuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	89%
No	7	11%
Total:	60	100%

Hoja1

Google Forms

¿Tienes problemas para ver o enviar este formulario?

RELLENAR EN FORMULARIOS DE

Te he invitado a que rellenes un formulario:

Periodismo digital

Nombre *

1. ¿A qué género perteneces?

- Hombre
- Mujer

2. ¿Qué edad tiene?

- 18 a 20 años
- 21 a 23 años
- 24 a 26 años
- 27 años en adelante

3. ¿Qué medio prefiere para informarse?

- TV
- Radio
- Prensa escrita
- Plataformas web
- Redes sociales

4. ¿Qué red social utiliza con más frecuencia?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Tik Tok
- Youtube

5.- ¿Cuánto tiempo al día utiliza las redes sociales Twitter, Facebook e Instagram para informarse?

- Menos de una hora
- De una a dos horas
- De tres a cuatro horas
- Todo el tiempo

6.- ¿En su opinión ¿la inmediatez en el periodismo digital se ha incrementado por el uso masivo de las redes sociales?

- Mucho
- Poco
- Nada

7.- ¿Sabe cómo subir información clara y útil en las redes sociales basados en los conocimientos que adquiere en su carrera profesional?

- Mucho
- Poco
- Nada

8.- ¿Es de su interés aprender periodismo digital dentro de su formación académica?

- Si
- No

9.- ¿Cómo contribuye la asignatura de periodismo digital a su formación como comunicador social?

- Mucho
- Poco
- Nada

10.- ¿Considera usted que la interactividad en las redes sociales favorece el periodismo digital?

- Si
- No
- Tal vez

11.- ¿Piensa usted que la imparcialidad se ve reforzada por el periodismo digital en las redes sociales?

- De acuerdo
- En desacuerdo
- Indiferente

Otros comentarios

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.