



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN**

**” EL PERIODISMO DIGITAL Y LOS RETOS QUE ENFRENTAN LOS
PROFESIONALES”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

PRESENTA:

Marcela Paola Sánchez Cruz

ASESOR: Lic. Miguel Acosta Valverde



Nezahualcóyotl, Edo. Méx., a 17 de agosto de 2023.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria

Principalmente a Dios por permitirme alcanzar cada una de las metas que me proponga.

A MI MADRE

Eres quien siempre está pendiente de mí y sobre todo en mis estudios, eres el factor más importante en mi vida, eres mi motor para seguir adelante y nunca rendirme, me brindas tu apoyo siempre cuando lo necesito. Tu esfuerzo es hoy el reflejo de este trabajo.

A MI PADRE

Eres mi compañero de vida, gracias por apoyarme económicamente durante mi proceso educativo, nunca desististe para que siguiera estudiando y lograr mis metas, porque no hay herencia más valiosa que el estudio, por tus enseñanzas, tu comprensión y sobre todo la educación que me impartiste, y por siempre creer en mí en que llegaría muy lejos.

A MI HERMANO DANIEL

Eres la persona más importante en mi vida, porque a pesar de las altas y bajas me has impulsado a ser mejor cada día, quien se preocupó por seguir evolucionando en mi vida personal y profesionalmente.

A MIS FAMILIARES

La familia es el pilar más bonito de la vida quienes estuvieron dando consejos y apoyo en todo momento.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme lograr esta meta. Agradezco a todos los docentes que me brindaron su conocimiento. A mi tutor de tesis, Miguel Acosta Valverde, por su sustento, sabiduría y paciencia al revisar cada detalle de este proyecto. Además, agradezco a toda mi familia por incentivar me y otorgar su apoyo a lo largo de la carrera.

En especial al Doctor José Luis Lugo quien me asesoró y me apoyó para conseguir las entrevistas con los medios de comunicación que se presentan en este proyecto.

He logrado concluir la etapa más hermosa de mi vida. Agradezco a todas las personas que me estuvieron motivando e incentivando para concluir este proyecto. Sobre todo, agradezco a mi universidad la UNAM por formar parte de mi vida, fue el lugar donde conocí gente extraordinaria y en ella tuve momentos increíbles.

Introducción.....	6
Capítulo 1. Las bases del periodismo	9
1.1 El fenómeno de la comunicación.....	11
1.2 La profesión del periodismo	14
1.3 Hacia una nueva era.....	21
Capítulo 2. El periodismo digital.....	29
2.1 El Internet	31
2.1.2 Sociedad de la Información.....	40
2.2 ¿Qué es el periodismo digital?	42
2.3 Las plataformas digitales y el periodismo	47
2.4 El nuevo perfil del periodista digital.....	51
2.5 Los medios de comunicación digital	54
2.6 Modelos de negocio en el periodismo	56
Capítulo 3. Retos del periodismo digital para profesionales	59
3.1 Características de las páginas de El Universal, Diario Pronto, El Financiero, IMER y Sin Línea Mx”	67
3.2 Un nuevo acercamiento al periodismo digital	77
3.3 Verificación de la información en la red	81
3.4 Una nueva forma de redactar.....	89
3.5 El uso de las tecnologías de la información, herramientas tecnológicas y redes sociales	95
3.5.1 Instantaneidad.....	106
3.5.2 Algoritmos	112
3. 5. 3 La guerra del clic y costos	116
Conclusiones.....	125
Fuentes de consulta.....	129
Bibliográficas:	129
Cibergráficas:	133
Documentos:	135
Periódicos en línea:	135

Revistas en línea:	136
Revistas físicas:	136
Tesis:	136
Fuentes vivas:	138
Anexos	139
Anexo 1. Aspecto metodológico	139
Planteamiento del problema	139
Delimitación del tema	140
Marco teórico	141
Objetivo general	149
Objetivos particulares	149
Hipótesis	150
Justificación	151
Métodos y técnicas de trabajo	153
Anexo 2. Directorio de los medios entrevistados	156
Anexo 3. Preguntas hechas a los profesionales del periodismo El Universal, Diario Pronto, El Financiero, IMER Y Sin Línea Mx	162

Introducción

El proceso comunicativo es parte esencial para la vida humana, debido a que la sociedad le permite que se expresen, compartan información y conocimientos entre sí, y se lleguen a importantes acuerdos siempre con un propósito. Además, fortalece las relaciones interpersonales y juegan un importante papel en el proceso formativo de la sociedad. La comunicación es fundamental en el papel periodístico, ya que de ella deriva informar lo que acontece en el mundo y está relacionado con otros campos como la Sociología, la Semiótica, la Psicología y la Antropología, entre otros.

Actualmente, en México existen diferentes medios de comunicación que mantienen informada a la población y que son regulados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), y por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Datos de *Digital News Report (2022)* indican que los medios de comunicación con mayor confianza en México son; *CNN 72%, Milenio 65%, El Universal 64%, Imagen 64%, El Financiero 63% El Economista: 62%, Radio Fórmula: 61%, Reforma: 61%, Canal 22: 60% y Aristegui Noticias: 60%*.

La industria de los medios de comunicación de México es una de las más avanzadas en Latinoamérica. Los medios de comunicación de México están incrementando su inversión en estrategias de posicionamiento *online*, por tal razón, el número de seguidores no es el único factor que determina el éxito de una estrategia digital.

La evolución de Internet transformó la comunicación, especialmente, en el periodismo: los medios de comunicación tradicionales, la prensa, la radio y la televisión se adaptaron a la llegada de Internet. Este fenómeno en el que los medios tradicionales están migrando, con una presencia cada vez más fuerte en plataformas digitales, obedece a la creciente penetración del Internet en la sociedad

mexicana. En México hay 88 millones de usuarios de Internet, lo que representa el 67% de la población (Estudio iLifebelt 2020). La era digital cambió la forma de conseguir la información.

Dicho a lo anterior, en el presente trabajo de tesis comprenderemos la transformación que ha vivido el periodismo a través del uso creciente de Internet y la adaptación de los medios de comunicación a esta era en su versión digital, por tal motivo, nos centraremos en tres capítulos.

En el primer capítulo se enfoca en la importancia que tiene la comunicación, cómo se desarrolla y qué maneras de comunicarnos actualmente existen, asimismo, la definición del periodismo relacionado con los autores Ryszard Kapucinski, Gabriel García Márquez, Vicente Leñero y Manuel Buendía Tellezgirón, periodistas que han destacado por su desempeño periodístico; además, cómo poco a poco ha ido surgiendo un cambio de era mediante el uso de Internet.

El segundo capítulo se basa en cómo el Internet se desarrolló en México y su creciente demanda en los últimos años. La sociedad en la que ahora vivimos, y el apego al uso de las Tecnologías de la Información y la adaptación del periodismo a la era de Internet, por medio de plataformas digitales o redes sociales, lo que ha generado un nuevo perfil del profesional del periodismo que contribuye a las nuevas formas de escritura en la red, la verificación de las noticias, la entrega de éstas en plataformas digitales y los nuevos modelos de negocio que van adaptándose a la red.

Es fundamental hablar de cómo el Internet ha cambiado el quehacer periodístico y de qué forma ha ido evolucionando la forma en que ahora se difunden noticias que es a través de redes sociales o plataformas digitales, a su vez en la manera en la que ahora hay nuevas formas de redactar las noticias que son de menor extensión o incluso con diferentes formatos incluidos como imágenes, videos, enlaces, documentos etcétera.

Es importante mencionar que el Internet vino a cambiar nuestra forma de vida, pues ahora tenemos más alcance a la información y se ha innovando nuevas formas de transmitir información. Cada día van surgiendo más plataformas digitales o redes sociales donde la información se genera de manera más rápida y sencilla. Datos de *Statista Research Department*, (2023) revelan que Facebook es la red social con el mayor porcentaje de usuarios en México. Alrededor de un 90% de los usuarios de redes sociales tuvo acceso a dicha red. Whatsapp fue la segunda plataforma más usada por los mexicanos, con un 92.2% de los usuarios y, en tercer lugar, se ubicó Facebook Messenger, con un 80.3%.

En el tercer capítulo se da a conocer la experiencia de los profesionales del periodismo en donde relatan los retos que conlleva pasar de un periodismo tradicional al digital, asimismo, las dificultades que implica el uso de tecnologías de la información o incluso programas de edición o manejo de plataformas digitales para la entrega de sus productos periodísticos, por otro lado, lo difícil que a veces puede ser el impactar productos periodísticos en la red y la manera en que pueda llegar a más audiencia, tomando en cuenta que cada profesional del periodismo debe tener presente la ética periodística para no caer en engaños y notas rojas.

Cabe señalar este tipo de mercado amarillista representa una alternativa económicamente lucrativa para los grupos mediáticos del occidente del país, donde el aumento de la violencia en México, la lucha contra el narcotráfico, ha afectado el procesamiento de la información noticiosa y facilitado las redes sociales avisos rojos en la web, es importante que los profesionales de las noticias estén preparados para saber qué hacer con la información que están publicando en Internet en este momento.

Capítulo 1. Las bases del periodismo

El presente capítulo propone un panorama para el entendimiento de qué es la comunicación y cómo surge, asimismo, la profesión del periodismo y el internet. La importancia de este capítulo es necesaria para observar los alcances y necesidades que el periodismo tiene.

Para ello partimos del siguiente argumento: El periodismo surgió para mantener informado al público sobre lo que sucedía a su alrededor; paulatinamente, a medida que la industria crecía, surgió la necesidad de reproducir contenidos noticiosos en Internet, lo que requería que los profesionales cambiaran sus formas de trabajo para adaptarlos al uso de la tecnología y las plataformas digitales.

La historia demuestra que cuando las circunstancias cambian, la gestión de la información, los procedimientos de trabajo y el periodismo deben adaptarse a las innovaciones que traen las tecnologías. En esta escala evolutiva, la etapa actual después de la prensa, la radio y la televisión es la noticia digital, que es el motor de consumo de noticias más utilizado y popular en el mundo actual.

Lo dividimos en los siguientes apartados. En el 1.1 “El fenómeno de la comunicación” se hablará cómo surge la comunicación, qué es; sus características y qué formas de comunicación existen.

En el 1.2, trata “La profesión del periodismo”; se dará un contexto histórico de cómo nace dicha profesión, se describe como una profesión que requiere un grado académico para la elaboración de productos periodísticos en los medios y sus géneros, asimismo, la definición sobre periodismo con los siguientes autores

Ryszard Kapucinski, Gabriel García Márquez, Vicente Leñero, y Manuel Buendía Tellezgirón.

Por último, el 1.3 “Hacia una nueva etapa” donde se argumenta el alcance de las tecnologías en la actualidad y cómo se fue transformando el espacio donde ahora se produce la información, de tal modo, donde la mayoría de los lectores se posicionan para buscarla por medio de páginas *web* o incluso diarios digitales, esto como resultado del avance de las tecnologías de la información y el creciente uso de Internet.

Cabe resaltar que la necesidad de comunicarnos representa un elemento importante para la sociedad; a través de ella, podemos interactuar con las personas de nuestro alrededor, compartir ideas, sentimientos, emociones, etcétera. El ser humano no puede estar aislado: la propia condición humana lo incita a la convivencia.

Las personas en cada etapa van creando nuevas formas de comunicación de manera más fácil y rápida. Vivimos en una sociedad en la que en cualquier momento necesitamos información y no es posible, desentenderse de ella. Las dificultades van cambiando; sin embargo, los seres humanos tendemos a ser egoístas, y eso crea una comunicación inestable.

¿Qué sería de los seres humanos si no pudiéramos comunicarnos? Definitivamente, las personas no podrían vivir sin entender o comunicar algún mensaje. El principal motivo de campo profesional de los comunicólogos es informar a los ciudadanos lo que ocurre a su alrededor o en cualquier parte del mundo. La comunicación es parte de nuestra vida diaria y esencial para llegar a acuerdos entre diferentes sociedades.

1.1 El fenómeno de la comunicación

A lo largo de la historia, el ser humano ha tenido que expresar sus pensamientos, pensamientos o hechos. En el pasado se adaptaron a diferentes tipos de comunicación para relacionarse. La comunicación se originó a partir de la lucha del ser humano por la supervivencia; las personas se veían obligadas a manifestar sus pensamientos, impresiones y emociones mediante gritos, gestos o imitaciones por instinto. Posteriormente, surgió un lenguaje oral y representaciones gráficas, incluyendo pinturas rupestres, pictografías, dando como resultado la comunicación gráfica. La comunicación es un hecho importante: todos necesitan comunicar sus ideas, pensamientos y símbolos, la comunicación es fundamental en nuestra vida diaria. Este es un dato que salta a la vista. Y aún más, es un hecho que en el curso de la historia ha dejado huellas patentes; aunque en correspondencia a él, en forma simultánea, “el afán del saber” que Aristóteles señaló como propio de todos los seres humanos (Alvear, 1982, 9-10).

Se debe agregar que, para tener una comunicación deben darse algunos de los siguientes aspectos: tener un mensaje, referimos a lo que se quiere transmitir; después, un emisor que es el organismo que crea o envía el mensaje; luego, un receptor, el individuo que recibe y procesa el mensaje; en seguida, un canal, el medio donde se transmite la información; finalmente, un código que es el conjunto de signos y reglas que conocen el emisor y el receptor.

Asimismo, existen diferentes tipos de comunicación que pueden ser transmitidos por medios muy variados: por ejemplo, la comunicación química, mediante la emisión de moléculas que son detectadas por otros individuos; la comunicación visual que consiste en la generación de señales percibidas por los órganos de la visión de un receptor, así como la comunicación acústica: en la misma se emiten sonidos para dar a conocer el mensaje al receptor.

El lenguaje es uno de los elementos muy importantes para transmitir estas ideas que los periodistas quieren resaltar en sus publicaciones; es un sistema de comunicación para que los seres humanos puedan estar conectados entre sí. Ser un buen comunicador hoy en día es una clave importante para tener éxito en las relaciones interpersonales. Los lenguajes oral y escrito son los más comunes para transmitir pensamientos.

En este sentido, el lenguaje es la expresión del pensamiento. El uso correcto y preciso de lenguaje cobra una dimensión decisiva en el caso del pensamiento crítico, y presupone claridad y precisión en la expresión; ambos objetivos se logran a través de la selección acertada de las palabras y del cabal conocimiento de sus significados. (Serrano Helga, 1997, 47).

Los tipos de lenguaje que existen son:

a) El natural, que es conocido por el lenguaje que aprendemos de manera ordinaria (español, inglés, francés, etcétera); hace referencia a las personas que lo usan comúnmente para comunicarse entre ellos en una determinada población; por otra parte, el lenguaje natural es el aprendido durante la infancia en nuestro proceso de desarrollo.

b) También existe el artificial, que ha sido conscientemente planificado y construido por individuos o grupos de personas con diversos propósitos y no han sido creadas a lo largo de la historia de una comunidad cultural; por ejemplo, un abogado tendrá su propio lenguaje técnico, al igual que un cirujano se comunicará con su propio lenguaje técnico; es decir, todos hablan el mismo idioma con el mismo vocabulario y construcción gramatical.

c) El lenguaje literario, comúnmente utilizado en poesías, letras de canciones, se caracteriza por una forma de expresión utilizada por escritores, o por una persona que ha leído literatura, pero que también puede incluir giros coloquiales y vulgares; este tipo de lenguaje crea estética y tramas literarias.

d) De la misma manera, existe el lenguaje científico; es el conjunto de variedades lingüísticas, expresado en la trasmisión de conocimientos de disciplinas científicas; este es normativo y objetivo, suele ser más técnico.

e) También existe el lenguaje oral, el básicamente hablado, que es una utilización de sonidos para expresar pensamientos entre las personas que nos rodean.

f) Por último, existe el escrito, en el cual las palabras se plasman en papel o en algún dispositivo.

Cabe mencionar que la escritura juega un papel importante en el periodismo, por ejemplo: se considera como uno de los elementos importantes en la transmisión de la información requerida; para los periodistas que no saben escribir y leer correctamente siguiendo las reglas de gramática y sintaxis, que es imprescindible, un elemento que va de la mano con esta profesión. Sin embargo, la historia de la escritura incluye un sistema diferente que surgió durante la Edad del Bronce en el siglo IV antes de Cristo. Los primeros sistemas de escritura se consideran invenciones espontáneas de antiguas tradiciones simbólicas; utilizaban ideogramas mnemotécnicos que podían transmitir información. La evolución de la escritura es un proceso que se origina en las prácticas económicas mundiales, este sistema de símbolos va cambiando con el tiempo.

“Todas estas transformaciones en el desarrollo de los procesos comunicativos inciden igualmente en la configuración del perfil del nuevo profesional de la comunicación al que se le exige una mayor formación y cualificación. A este nuevo comunicador le corresponde la función de ser un intermediario entre los especialistas entre las distintas áreas del conocimiento y los receptores de los medios de comunicación, adaptando los conceptos técnicos y especializados a un lenguaje periodístico que haga posible la comprensión de los mismos a los receptores no especializados” (Camacho Markina, 2010,12).

“La aparición de la escritura fue un acontecimiento de enorme importancia, tan grande que ha sido tradicional conceder a este hecho como el carácter de signo que permite distinguir a la historia propiamente dicha de la prehistoria, por más que haya en esto discusiones y puntos de vista discrepantes. Y este invento se potenció gracias a Johannes Gutenberg (Serrano Helga, 1997, 11).”

La aparición de la imprenta fue algo indispensable para nuestras vidas; gracias a ella, se empezaron a difundir más ideas, pensamientos y se impulsó la lectura como parte de la vida cotidiana de cada vez más amplios sectores. Una de sus consecuencias fue la creación del periodismo.

1.2 La profesión del periodismo

¿En qué consiste ser periodista?

El término periódico se deriva del latín *periodicus* y del griego *περιοδικός*, de camino, vuelta, circunnavegación, ciclo, período de tiempo, denotando que algo sucede a intervalos regulares; así, el periodismo es una actividad científica y profesional que implica formación y proceso de sistematización de información.¹ El periodismo es un medio de divulgación y análisis de hechos de interés público. La información noticiosa responde preguntas básicas sobre cómo, cuándo, dónde y por qué de los eventos. El periodismo atiende con prontitud y confiabilidad las necesidades de un hombre sobre lo que sucede en su ciudad, su país o el mundo. El periodismo es una rama de las ciencias de la comunicación; el periodismo se define como la actividad de recopilar, sintetizar, clasificar y publicar información fáctica. Los periodistas deben ser observadores, sociables, poseer una imaginación rápida y una curiosidad siempre sobria.

¹ Agregando a lo anterior, el periodista Héctor Borrat define al periódico como “el periódico como un medio de comunicación de masas con una materia, signifiante de orden visual (fotografías) y con una serie de información lingüísticas y no lingüísticas”

Ryszard Kapuscinski define el periodismo como una misión emprendida por un pequeño número de personas con un rico conocimiento cultural e histórico. El periodismo se ha convertido en una profesión para diferentes personas sin conocimientos prácticos de periodismo, por lo que ha perdido parte de la nobleza que lo hacía especial. En ese sentido, mencionó que los periodistas son un grupo que otorga: su tiempo, ambición, aspiraciones y energía para hacer su trabajo. La devoción, la concentración y la eterna reflexión constituyen su fuerza vital. Sin embargo, algunos se duermen en sus laureles por enfocarse más en el dinero a costa de la calidad, centrándose más en el dinero. En resumen, Kapuscinski aconseja: es mejor concentrarse en la calidad, incluso si no gana mucho dinero. Estas dos cosas no se pueden lograr al mismo tiempo. Si elige ganar menos al principio, el reportero ganará al final. Porque nuestras carreras no vienen de inmediato. Hay que trabajar muchos años. Hasta los 30 o 35 años todo es aprendizaje. No se apresure a ganar la aprobación. La paciencia debe ser una de nuestras virtudes.

Los periodistas son profesionales con derecho a publicar noticias y deben respetar plenamente las condiciones para el desempeño de sus funciones de la manera más correcta. Este profesional tiene la obligación de divulgar información veraz, debe tener un código de ética que se aplique a la información que está publicando, estar interesado en lo que está investigando y ser fiel a la fuente. Por tanto, los profesionales del periodismo deben cumplir con su deber de dar a conocer los hechos e informar, conocer muy bien hacia dónde se dirige y, esencialmente, tener conocimientos en este campo.

Ser periodista, “más que nada”, precisa una vocación definida y condiciones especiales de la personalidad. (Torres, 1939, 19). En nuestra profesión, más que volvernos cínicos o fríos, el tiempo nos hace más sensibles y vulnerables por las tragedias testimoniadas.

De la misma manera, Gabriel García Márquez fue arduo y crítico defensor del oficio de periodista, y durante su vida reflexionó sobre su trascendencia en la sociedad y

la importancia de la ética en la profesión: “La mejor noticia no es siempre la que se da primero, sino muchas veces la que se da mejor”. Dirigió su gran amor por esta profesión y se llegó a calificar como el mejor crítico del mundo; se trata de llevar información de aquí a allá, y en esta operación se debe de respetar la verdad y lo justo, de modo que el periodista no se limite a difundir informaciones, sino que las procesa, ordena y ensambla. Por esta razón, como se trata de pasar del dato a la información, y de esta al conocimiento, el periodismo se convierte en una actividad de trascendencia socio-política y cultural. Además, el periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad. Es tener el privilegio de cambiar algo todos los días.²

De igual importancia, Vicente Leñero se definió por ser un hombre a quien le gustaba coleccionar máquinas de escribir y jugar ajedrez, que llevó a su pasión por el periodismo; se caracterizó por ser “muy obsesivo” con la forma y la estructura de sus relatos. Otra característica era sorprender al lector un elemento que en sus obras literarias toma el papel de misterio con todos los recursos del periodismo y las herramientas del lenguaje.

Leñero define al periodismo como una forma de comunicación social “a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público”. Por lo tanto, se trata de una actividad que consiste en recoger, simplificar, ponderar y divulgar información referente a los hechos acontecidos en la actualidad.

De igual modo, Manuel Buendía Tellezgirón se destacó por su buena información, su buena prosa, su capacidad de denuncia, su falta de miedo y su archivo. Considerado el periodista más influyente y leído de México en la segunda mitad del siglo XX, maestro formador de reporteros y símbolo del gremio periodístico. Manuel Buendía definió que el periodismo es esencialmente información. Por tanto, el periodismo es un instrumento de la comunicación social, y, en consecuencia, el periodismo es parte de la política. Todo periodismo pertenece a la política. Es la

² Así lo dijo ante la Sociedad Interamericana de Prensa-SIP, en su 52 sesión el 7 de octubre de 1996, en Los Ángeles, California.

política en acción. Es siempre, el periodismo, un acto político. Todo, incluso la nota roja que expresa, que da a conocer, que avisa o advierte sobre síntomas de degeneración social como puede ser la violencia, el crimen, la impunidad.

Su vida fue un ejemplo continuo e incansable de la defensa de los derechos de expresión y libertad de prensa en su ejercicio periodístico.

El periodismo puede provocar cambios, inducir reacciones, romper inercias, despertar mentes, abrir caminos.

Por el contrario, existen usuarios que quieren tomar el papel de estos profesionales, captando información y haciendo uso de ella para lograr darse crédito; sin embargo, a partir de lo anterior, es importante estar conscientes que el periodismo ciudadano no existe y es relevante saber las características principales que tiene un profesional del periodismo.

Por este motivo, el significado del periodista es quien vive los hechos, siente las emociones de lo sucedido, capta la información y, sobre todo, tiene las bases esenciales que es un conocimiento sobre la profesión.

Tal definición, en efecto, reduce injustamente las fronteras de lo que es reportear, pero a cambio de ese sacrificio permite incorporar, aquellos elementos que cuajan y templan al periodista quien vibra y se emociona cuando por primera vez su nombre rubrica una información y su estómago cosquillea nerviosamente cuando intuye que una gran noticia, y sus ojos y mentes miran al mundo, en forma de columnas, imágenes y reacciones. (Riva Palacio, 2013,13).

Hay que ser innovadores, imaginar, pensar para dar a conocer sucesos, y que estos sean atractivos. Esa disciplina hace más difícil aún, y desafiante también, la redacción periodística. Hay grandes reporteros que nunca pudieron redactar. (Riva Palacio, 2013,14).

Por añadidura, la profesión requiere de mucha lectura: es una debilidad, pero a la vez una fortaleza de nuestro quehacer.

La profesión periodística, por otro lado, es riesgosa para conseguir la información; debes sacrificar muchos aspectos, pero también proporciona gran dicha: abres y conoces diferentes mundos en los que se encuentran envueltos. El periodismo abre brecha para trabajar en diferentes ámbitos profesionales: puedes trabajar para un medio tradicional o uno digital; da pie a conocer distintas áreas en donde cada una se maneja con diferentes métodos de trabajo, y así dar a conocer información.

En el siglo XX, debido a sucesivas innovaciones técnicas, al periodismo de la prensa se han sumado los de radio, televisión, medios digitales, agencias informativas y gabinetes de comunicación (Bilbeny, 1953,15).

Por otra parte, un profesional del periodismo puede colaborar con dos o más medios como radio, televisión o algún medio digital. El periodista que es todo terreno tiene más oportunidad de ser reconocido, pero se tiene que encontrar en casi todos lados para poder recabar información o transmitir su mensaje en el medio que se encuentre.

“De modo parecido, un mismo profesional puede desarrollar su tarea como tal periodista y actuar a la vez como asesor de prensa, como jefe de otros periodistas y hasta empresario de la comunicación. No todos los periodistas son, pues, empleados por cuenta ajena, o funcionarios públicos, ni actúan como autónomos en régimen de *free lance*” (Bilbeny, 1953,16).

El periodismo es una profesión que necesita pasión y, sobre todo, esfuerzo; es una actividad sumamente amplia que abarca todos los hechos que nos rodea que, sin duda, necesita pasión para ser ejercida.

En este sentido, en el periodismo la noticia es la base esencial de esta profesión, pero realmente ¿qué es una noticia? Es la información acerca de un hecho que se divulga en un medio de comunicación o la narración de acontecimientos novedosos que interesen a las personas; de tal manera, es una parte muy apegada a esta profesión; la encontramos a diario en los medios de comunicación que mantiene

informados a los pobladores; por lo tanto, los profesionales hacen su labor de recabar esta información ya sea de manera autónoma o que colaboren con algún medio para poder dar a conocer el suceso; también, dependiendo el medio de comunicación, la noticia puede ser transmitida por la radio, la televisión o la prensa; por consiguiente, esta puede tener diferentes características para ser transmitirla. Las noticias deben contener las características de ser novedosas, insólitas y de interés general (García González, 2004,112).

En cada una de las notas periodísticas publicadas se toma en cuenta la verosimilitud; esto quiere decir que la información destacada debe ser creíble para llamar la atención del lector. Al estructurar el periódico, se destacan las notas de mayor importancia, de tal manera que se selecciona la noticia más impactante para el lector mostrando encabezados con palabras claves que den a conocer la noticia, además, debe ir complementada de imágenes que recalque el interés social de los lectores.

La noticia en prensa escrita debe ser verídica, clara, breve y, principalmente, que los hechos que presenta sean de actualidad.

Por otra parte, además de la noticia nos encontramos con otros géneros para el periodismo:

El reportaje es un género se combina con la narración y descripción de los hechos, a partir de palabras, imágenes y videos. Para crear un reportaje, se elige un título motivador que incite al público a leerlo; posteriormente, se escribe una introducción en donde se plantea, de manera general, el tema y los objetivos, así como las interrogantes que crean interés y suspenso en el lector; después, se desarrolla el cuerpo del reportaje, que está formado por distintos subtemas, ordenados según una estrategia de exposición, los elementos de apoyo de la información: dibujos, cuadros estadísticos, fotografías y diseño gráfico (espacios, tipos, tamaño y color de letra, colores de fondo), y los párrafos de salida que presentan conclusiones, descubrimientos de la investigación, perspectivas nuevas para investigar.

Otro género del periodismo es la entrevista: se trata de una conversación que mantiene el periodista con la persona quien desea obtener sus opiniones sobre hechos de actualidad o información acerca de la persona. Para una buena entrevista se necesita el objetivo de la entrevista, las preguntas a realizar, citar a la persona con tiempo; por tanto, el periodista tiene que tener confianza al momento de realizarla para su buen desempeño en ella; también, necesita estar preparado con materiales como cámara, grabadora, micrófonos, etcétera. El entrevistador debe tener presente que la entrevista no es una conversación, sino que su fin es recabar información.

Una entrevista es algo parecido a un interrogatorio, se trata de un intercambio de ideas; de este modo; hay que conjugar el arte de la indagación con las habilidades sociales suficientes que permitan al entrevistado o a la entrevistada sentirse con comodidad (García González, 2004,130).

Por otra parte, tenemos la crónica: se le denomina un género literario y es una narración de los hechos en forma cronológica que va describiendo sucesos, detalles de la noticia.

La palabra viene del latín *chronicus* que refiere el orden del tiempo, por lo que se trata de una narración histórica en que se sigue el orden consecutivo de los acontecimientos que, a su vez, se deriva del griego *chroniká [biblía]* '[libros] que siguen el orden del tiempo. El lenguaje de la crónica suele ser muy sencillo y natural, pero con un toque literario para darle vida al texto.

Otro género del periodismo es el artículo: manifiesta los pensamientos del periodista o de alguna persona que despierta interés en la opinión pública; por ejemplo, los temas que tratan son la política, economía, sociedad, los espectáculos, deportes, entre otros. La estructura del artículo de opinión es la siguiente: título, enunciado breve del tema, introducción donde debe adelantar algo del tema, el cuerpo donde se desarrollará el tema y como conclusión, la postura del autor.

Asimismo, está la columna que es un informe que se presenta en medios impresos; su nombre corresponde a la columna clásica y se presenta en las páginas mediáticas centrales como periódicos impresos y, actualmente, en periódicos en

línea; es una pieza escrita por un periodista, más corta que el artículo; su aparición es diaria, semanal, quincenal o mensual; existen dos tipos de columna: la informativa que proporciona información sobre un tema de interés relevante y de comentario que da opinión de algún hecho actual.

A partir de la aparición del Internet en las redacciones la práctica del periodismo se ha adaptado al uso de la tecnología. El periodismo fue uno de los sectores que más beneficios obtuvo de las grandes invenciones promovidas por la Revolución Industrial y la electrónica.

Con Internet, el periodista se allegó herramientas en un nuevo medio de comunicación que, como cualquier otro, exige entrenamiento y adaptación del lenguaje. La web convirtió a la información en multimedia y obligó al periodista a adquirir habilidades digitales para usar estas herramientas. Las redacciones se despoblaron. Los sitios (también llamados portales) surgían a diario; la manera de consumir información mostraba una nueva faceta.

1.3 Hacia una nueva era

El periodismo tal y como se practicó en el siglo XX se ha transformado: los cambios tecnológicos le arrebataron la exclusividad en la difusión de noticias. Lo anterior ha llevado a cambios en la forma como se generan, distribuyen y consumen noticias. Estas a través de las comunidades virtuales que son espacios en Internet, destinados a facilitar la comunicación entre los miembros del grupo virtual al que pertenecen y que se encuentran en distintos puntos geográficos. Así, los colaboradores interactúan a través de medios de comunicación como lista de distribución, grupos de noticias, canales de chat, mensajería instantánea y otros recursos compartidos como bibliotecas, documentos etcétera.

Existe una gran diferencia entre cómo se elaboraban y difundían mensajes informativos en el pasado reciente, con características para un núcleo específico, que contrasta con las actuales formas de hacerlo con alcance global; a esta

transformación es la que se quiere responder del periodista del siglo XXI, incluso en una época previa a la aparición de Internet. Más allá de discutir si los periódicos tradicionales se encuentran en proceso de extinción o no, lo real es que el periodista actual enfrenta ya la exigencia de capacitarse y conocer nuevas formas de comunicación digital, desde generar productos informativos para los sitios web, hasta mejorar su destreza en el código y herramientas de canales digitales; de igual importancia, lleva a la necesidad de convertirse en multitarea capaz de obtener buena información producirla y distribuirla en un esquema multiplataforma que puede partir de textos impresos o no, que a su vez incluye la capacidad para generar foto y video, al tiempo que se genera datos, sonido e imágenes. Ciertamente, este es el reto que enfrenta el periodista del siglo XXI, por lo que el camino para vencerlo pasa por la capacitación y el entrenamiento cotidiano.

Con el surgimiento de las tecnologías digitales se ha dado paso a nueva oportunidad para dar a conocer la información, actualmente, más rápida e instantánea de conocerla; por tanto, los profesionales del periodismo deben estar altamente capacitados para dar a conocer la información para un medio digital.

Esta nueva forma de entender la sociedad y el mercado se caracteriza, por encima de todo, por un profundo cambio de modelo en la relación del ser humano con la tecnología: ya no solo consumiremos la tecnología para mejorar nuestra calidad de vida, sino que, en gran medida, pasaremos también a ser sus clientes y no tanto sus dueños. (Ruiz del Corral, 2017, 14).

La tecnología en su definición es el conjunto de conocimientos aplicados en una técnica en un determinado campo; los seres humanos actualmente estamos invadidos de tecnologías modernas que nos son útiles para diferentes campos académicos. La llegada de las nuevas tecnologías abrió paso a nuevos inventos y, con ello, llevó a una transformación social. La tecnología responde a nuestras necesidades, transformando nuestro entorno y el mundo, buscando satisfacer

nuestros deseos. A través de las tecnologías de la información ha cambiado el rol del periodista hacia una hibridación todo-terreno; por consecuencia, los tiempos han cambiado en la manera de comunicarnos, y la manera de infórmanos ha dado un giro vertiginoso, mismo que ha provocado que los medios tradicionales sean considerados como no esenciales para las nuevas generaciones.

El mundo vive en plenitud cibernética; la tecnología del siglo XX se fue desarrollando rápidamente. La invención de la computadora y su incorporación al trabajo cotidiano aunado al desarrollo de Internet, y su uso público multiplicaron el alcance que los medios ya habían explorado a partir del uso de señales cablegráficas y satelitales. Fue un parteaguas en las formas de comunicarse, equiparable al cambio que se dio con la imprenta de Gutenberg, y que generó nuevos modelos de comunicación. Internet nos permite ser capaces de introducir contenidos de calidad en Internet, materiales informativos y elementos periodísticos.

Vivimos en una época de cambios permanentes, caracterizada por la aceleración, con la que se producen las innovaciones tecnológicas en todas las parcelas usadas y por el creciente uso de Internet. (Valcarce Parra, 2011, 13).

El periodismo afronta nuevos retos de cara al proceso globalizador en el que se encuentra inmersa la sociedad. Las empresas de comunicación viven una conversión, un cambio tecnológico que depara muchas sorpresas. (Flores Vivar, 2010, 111).

La evolución de la humanidad y sociedad está estrechamente ligada al devenir de la comunicación. El desarrollo de habilidades para comunicarse favoreció el intercambio de información y conocimiento, que alcanzó niveles globales de la revolución tecnológica y digital.

El binomio de prensa e innovación tecnológica y de aplicar sus conclusiones al proceso de surgimiento desarrollo y consolidación del ciberperiodismo resulta legítimo preguntarse cuando existe tecnología, porque de la existencia de esa capacidad tecnológica depende del ulterior proceso de innovación que, el caso correcto que nos ocupa servirá para una creación de una fórmula informativa, con unas peculiaridades, ventajas, e inconvenientes y etapas de conformación dignas de considerar. (Ramonet, 2011,12).

La aparición de la web 2.0 se refiere al fenómeno o social a partir del desarrollo de diversas aplicaciones en internet que facilita compartir información, lo que llevó al nacimiento de nuevos términos como ciberperiodismo, periodismo digital, periodismo web o periodismo en línea que contribuyen a la labor periodística en el ámbito digital. Las tecnologías son herramientas que permiten estar a tono con las grandes transformaciones que atraviesa el mundo.

La aparición de los diarios digitales consistió en habilitar páginas electrónicas con textos, consideradas como “espejo”, prácticamente idénticas a las versiones impresas; aunque a finales de esa década los medios pioneros en Internet empezaron a integrar redacciones autónomas para elaborar contenidos específicos para la redacción digital. Incursionaron a la dinámica como periodismo digital con escasa claridad sobre el significado de acceder a la información mediante una dirección electrónica.

La web 2.0 impulsa una comunicación interactiva, participativa y social donde los contenidos son producidos calificados y distribuidos por los usuarios, en la medida que se propagaron las redes sociales digitales y aplicaciones que permitieron la retroalimentación a través de diversos dispositivos, como teléfonos móviles, tabletas y televisiones con conexión a Internet. (Ramos Esquivel, 2017, 29).

Con la desaparición del fax, que fue sustituido por los teléfonos celulares, las cámaras digitales y el uso de redes sociales, una parte significativa de los usuarios ha migrado hacia Internet; ahora los medios impresos tienen una gran presencia en

la web. La aparición de medios tecnológicos siempre ejerce una controversia; cuando apareció la televisión se suponía que desaparecería la radio; por consecuencia, esto no ocurrió logró adaptarse.

Sin embargo, algunos de los periodistas no veían venir el cambio; ahora, estar conectados en la red es algo a lo que se tienen que adaptar. El nivel de digitalización es ya parte de nuestras actividades diarias: compras, recargas, trámites y consultas médicas; vivimos en un mundo digitalizado sin darnos cuenta propiamente de esto y siempre esperamos que la tecnología trabaje juntamente con nosotros. Por tanto, las tecnologías se han apoderado de nosotros; descargamos aplicaciones a diario, nos comunicamos por medio de internet, el cual poco a poco ya es parte de nuestra vida y una manera de sobrevivir en este mundo.

No dejan de aparecer páginas web y herramientas de comunicación innovadoras que, mejor adaptadas al nuevo ecosistema, entran a competir y en ocasiones sustituyen a los grandes medios de comunicación tradicionales (Ramonet, 2011, 23).

Cada día vemos a diario millones de personas conectadas a la web donde son parte de su vida cotidiana; sin duda, ha crecido fuertemente el uso de Internet y la humanidad se va adaptando a ello, ya no solo quieren ser lectores sino también creadores de contenido para la *web*.

La globalización del mundo también es llamada la globalización de los medios de comunicación. El periodismo que se hace en Internet tiene características propias y, por lo tanto, implica el conocimiento de ciertos estándares. Se requieren destrezas específicas, el conocimiento de tecnología concreta y la familiarización con una serie de lenguajes propios de las mismas. La aparición de las tecnologías ha obligado al campo de medios tradicionales que se adapten a esta nueva era, construyendo sus mensajes informativos para la lectura de ellos en las nuevas tecnologías del mundo globalizado.

Los medios han ido cambiando conforme pasa el tiempo, permitiendo que la comunicación sea instantánea, una esfera en la que la mayoría de las personas participan y se enteran de los acontecimientos que pasan no solo en su comunidad, sino en otras partes del mundo; con esto se convierten en una parte fundamental para la comunicación y la socialización, así como para la creación, producción y repetición de un sistema estructural que en algunos casos está orientado por la globalización y el interés político que existe en estos medios. Actualmente, podemos hablar de una herramienta persuasiva en la que los medios logran modelar sentimientos, valores, modas, identidades adecuadas para un sistema o una sociedad.

Lo que persiguen los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) con los procesos de conversión o cambio tecnológico es dar servicios de calidad para su público interno (los profesionales que trabajan en sus medios internos) y para su público usuario, lector, radioescucha o televidente. (Miguel Arruti, 2010, 115).

Los cambios que se están dando en la sociedad industrial se van dirigiendo más hacia la sociedad de la información que se refiere al proceso de evolución de un ecosistema condicionado a las innovaciones tecnológicas que permiten una rápida difusión de la información; por lo tanto, ha traído cambios que no sólo han afectado a la economía, sino también a las condiciones de vida de las personas. En este mundo globalizado, en Internet encontrar de todo, desde lo positivo hasta lo negativo y, procesar toda esa información, ha sido un factor de estabilidad social durante los últimos años.

El auge que experimentaron las telecomunicaciones a principios de 1970 propició el desarrollo de servicios informativos que principalmente difundían mensajes en textos. Iniciativas como el videotexto, el teletexto, el teleperiódico y el periódico por fax representan los antecedentes recientes actuales de los cibermedios y de un nuevo modo de hacer periodismo. Estos primeros emprendimientos de los medios tradicionales evidencian su meteórica a través de la capacitación de adaptación e innovación ante los continuos cambios tecnológicos y las exigencias a los que estaban siendo sometidos. (Ramos Esquivel, 2017, 43).

En la historia de la humanidad no se había visto esta demanda de aceleración tecnológica y digitalizada; por esta razón, hoy en día los seres humanos necesitamos estas tecnologías modernas. La tecnología seguirá ofreciendo descubrimientos y desarrollo; por ejemplo, la educación ya va de la mano con ellas; es un nuevo método para el aprendizaje de los estudiantes.

Parece ser que el nuevo gran reto de la educación superior es ayudar a formar sujetos que sean capaces de adaptarse a dinámicas y relaciones laborales que están cambiando profundamente el propio sentido del trabajo. Sin embargo, en tiempos de globalización y trabajo flexible, de proyectos a corto plazo y cambios tecnológicos que rápidamente hacen obsoletos conocimientos, y modos de hacer la idea de hacer una identidad profesional estable da lugar a narrativas probables mucho más fragmentarias (Lalueza Ferran, 2017, 98).

La transformación tecnológica representa un camino sin fin que inició de manera directa, en la operación de los medios, en el trabajo de sus periodistas, en las formas de captar las nuevas audiencias, de tal manera que son varios autores y periodistas digitales que confirman que Internet ha emergido una nueva prensa, un nuevo medio con su propia identidad, estructura narrativa, recurso, formatos, dinámica informativa, modelos de negocio, desafíos y visión de hacer periodismo, pero que enfrenta serias dificultades para conservar sus valores inmanentes, como el rigor, la presión, la claridad, el compromiso con la verdad, el servicio a la sociedad y la ética.

Constantemente vemos cómo la tecnología nos rodea, el mundo cambia sus métodos de trabajo, y por consecuencia, los seres humanos nos tenemos que ir adaptando a los cambios que trae consigo la globalización. Estamos viviendo una etapa de muchos cambios que nos dirige hacia una nueva era. Ya planteado los

antecedentes y las bases del periodismo que fueron necesarios para comprender la transformación del periodismo, en especial, la prensa, se describe el periodismo digital.

Capítulo 2. El periodismo digital

introducción

En el presente capítulo se muestra la transformación de Internet en los últimos años que, al mismo tiempo, ha tenido una gran repercusión en la vida cotidiana de las personas; se ha convertido en una herramienta valiosa en la actualización de la información, el mejoramiento de nuestra comunicación y en el uso de las tecnologías de la información.

Así que partimos del siguiente argumento: El periodismo surge de la necesidad de publicar lo que sucedía, inicialmente en forma impresa, es decir, en los diarios. Sin embargo, su alcance se ha ampliado y crecido, impulsado por los enormes avances en tecnología y comunicaciones electrónicas en las últimas décadas, lo que hace que el periodismo sea cada vez más digital.

Lo dividimos en los siguientes apartados el 2.1 “El Internet “donde se menciona qué es, cómo surge en México y el creciente uso acelerado en las últimas décadas; es relevante porque es el centro de estas redes de comunicaciones, que permite producir, distribuir y utilizar información digitalizada en cualquier formato.

En el 2.1.2 “Sociedad de la Información”, se conocerá lo que hoy llamamos a nuestra sociedad, por el cual, la población se inclina más por el uso de Tecnologías de la Información, redes sociales y la *web* para el uso de nuestras actividades diarias.

En el 2.2 “¿Qué es el periodismo digital?” “Se dará una explicación de cómo surge, qué es el periodismo *online*, su estructura, el alcance que ha tenido y cómo ha ido evolucionando a través de la demanda creciente de Internet.

El 2.3 “Las plataformas digitales y el periodismo” en apartado se explicará qué son las plataformas digitales, sus características, qué tipos de plataformas existen cómo se utilizan hoy en día, y la relación que tienen con el periodismo *online*. El

periodismo ha sido objeto de cambio constante desde sus inicios; el contexto, la audiencia y el medio han sido los causantes de las diferentes modificaciones en los procesos de producción, distribución y comercialización de la información.

Por consiguiente, 2.4 “El nuevo perfil del periodista digital” en este capítulo se definirá las nuevas características que surgen al ser periodista digital.

Cómo el profesional ha tenido que reinventarse ante el nuevo escenario de la era de Internet, el periodismo se ha esforzado en aprender de las nacientes herramientas, de las actitudes del público y del consumo de datos para adaptar su modelo de negocio a un patrón sustentable y rentable que cumpla con los hábitos de una sociedad susceptible a la novedad.

En el 2.5 “Los medios de comunicación digitales” se hablará sobre qué son los medios de comunicación digitales, como funcionan y qué impacto tienen para producir información en el nuevo mundo digital, por lo tanto, el surgimiento de nuevos canales para transmitir información ha alterado la configuración y transmisión de contenidos por medio de las cualidades del entorno digital y atributos de las nuevas tecnologías. A partir de este contexto, la profesión del periodista se ha transformado junto a los medios y empresas informativas.

Por último, 2.6 “Modelos de negocio en el periodismo” en este apartado se definirá las formas en el que el periodismo tradicional tanto digital ha tenido que adaptarse a sus nuevas formas de producir y vender información a sus consumidores de información en la red, asimismo, la obtención de ingresos son puntos claves en el diseño de un modelo de negocio.

Finalmente, es necesario reflexionar que a través del paso del tiempo el avance del uso de Internet ha incrementado y actualmente presta servicios de utilidad como el correo electrónico, la búsqueda y el filtro de la información, descarga de materiales, comercio en línea, entre otras, nos rodean y tienen un gran impacto en espacios como la educación, empresas, la economía, empleabilidad, etcétera. El alcance que

éstas llegan a tener es vital para transformar sociedades, ya que la cantidad de información y la rapidez son herramientas fundamentales para el desarrollo de los individuos.

Por consecuencia, ha tenido un gran impacto en la sociedad: fue cambiando poco a poco la vida de las personas. Actualmente, las personas utilizan Internet en la mayoría de sus actividades cotidianas, lo que va trayendo nuevas adaptaciones para nuestra vida diaria.

En la *web* existe una enorme cantidad de información a la que la mayor parte de la población tiene acceso; esto ha llevado al grado que la obtenemos con solo un clic para ser parte de este ciberespacio.

De tal modo, para el ser humano, que a través de la historia por naturaleza ha tenido que comunicarse con su alrededor, es vital para su vida en la sociedad, el Internet, ha podido comunicar y transmitir información a grandes cantidades de personas de manera escrita, visual o auditiva en la *web*.

2.1 El Internet

Hoy en día, la *web* es una parte esencial de los negocios, la educación, el gobierno y el hogar, y las conexiones basadas en Internet son la base de muchas actividades. La tecnología de la información permite escenarios para facilitar la investigación y el desarrollo tecnológico. La tecnología de la información es un proceso que utiliza una combinación de medios y métodos de recopilación, procesamiento y transmisión de datos para obtener nueva información cualitativa sobre el estado de un objeto, proceso o fenómeno.

El propósito de la tecnología de la información es producir información para que las personas la analicen y tomen decisiones para realizar acciones, permitiendo el

acceso, producción, procesamiento y comunicación de la información presentada en diferentes formatos. Código (texto, imagen, sonido) El elemento más representativo de las nuevas tecnologías es sin duda el ordenador y, más concretamente, Internet. El gran éxito de la *web* ha venido de la mano de la feliz unión de un protocolo de comunicación y un estándar de lenguaje que se ha extendido rápidamente y ha contribuido de forma decisiva a la incorporación de innumerables usuarios y proveedores de información en este nuevo entorno. ¿Qué es el Internet? Es un grupo descentralizado de redes comunicativas, interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, formando una red lógica única de alcance mundial.

Internet es una red de redes distribuida de forma global. ¿Qué se entiende por red de redes? Además del significativo superlativo, al ser la red de telecomunicaciones más extensas del planeta, significa cada sitio web, cada servidor de correo, detrás de cada dirección IP podrá haber una red a su vez que ofrece cada parte de sus recursos a internet. En una oficina varios ordenadores se conectan a una de internet como uno solo: su red local se ha unido a Internet, a lo que ofrecen parte de sus recursos, como mínimo la capacidad de explorar la web o enviar o recibir correo electrónico (Guerrero Sánchez, 2014, 6).

En la década de 1960, la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) fue pionera en Internet global en los Estados Unidos. Fue creado en respuesta al desafío de Rusia de lanzar el primer satélite artificial llamado Sputnik en 1957. En 1969, se lanzó la primera conexión informática conocida como Arpanet; porque se creía que un ataque nuclear a una instalación militar donde se concentraba toda la información sería desastroso; una red de computadoras para transmitir información, pero las computadoras debían comunicarse a través de la red. La primera computadora conectada fue en California, EE. UU., así, el 5 de diciembre de 1969 se estableció la primera interconexión Arpanet entre los nodos ubicados en la Universidad de California en Los Ángeles, el *Stanford Research Institute*, la

Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah. Esta fecha es considerada un hito en la creación de lo que hoy conocemos como Internet.

A partir de los años sesenta surge ARPA, la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada, una iniciativa del Departamento de Defensa de los Estados Unidos que tenía entre sus objetivos la creación de una red de computadoras capaz de comunicar usuarios en distintas computadoras.

En 1973, la red se expandió a Noruega y Reino Unido por vía satélite, y en 1985 la Fundación Nacional de Ciencias de Estados Unidos creó de forma paralela a Arpanet, su red NSFNet, una red más veloz. En 1990 se elimina Arpanet y en 1995 por igual NSFNet, creando lo que hoy se conoce como Internet. Con el tiempo, esta infraestructura se esparció por todo el mundo, creando un acceso mundial a información y comunicación. ¿Pero y cómo llegó a México?

En México, la doctora Gloria Koenigsberger, del Instituto de Ciencias Físicas de la UNAM, fue de las pioneras en la introducción de internet en nuestro país.

En 1987, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Campus Monterrey del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) conectó BITNet, en una línea analógica de 4 hilos a 9600 *bits* por segundo.

A finales de los ochenta y principios de los noventa muchas instituciones de educación superior en México adoptaron medidas necesarias para establecer alguna ruta de acceso a la supercarretera de la información, Internet. Algunas de estas instituciones optaron por conectarse a través de los enlaces del ITESM o de la UNAM. Otras hicieron en alguna institución académica en los EUA a través de redes alternativas ya existentes como *bestnet* (Serrano, 2003, 60).

En 1988 se firmó un acuerdo entre la UNAM, el ITESM, la NSF, y la NASA mediante el cual se establecerían dos enlaces desde México a Estados Unidos, uno en la UNAM en su Campus Ciudad Universitaria y el segundo en el ITESM en su Campus Estado de México.

Posteriormente, en 1989 la UNAM efectuó su primera conexión a Internet con una antena parabólica de 3.7m de diámetro marca Andrews, colocada en la azotea del Instituto de Astronomía, que fue financiado por la UNAM. La conexión se logró utilizando el Satélite Morelos I. Las computadoras involucradas se comunicaron utilizando TCP/IP y el nodo en México, con el primer número IP de este país, se llamó alfa.astroscu.unam.mx (IP 132.248.1.1).

En junio de 1991, se realizó el primer enlace a Internet del Observatorio Astronómico Nacional utilizando una antena de 1.8m de diámetro para acceder al nodo Internet de Ciudad Universitaria. Poco a poco, Internet fue llegando a otras instituciones educativas mexicanas, entre ellas, la Universidad de Chapingo en el Estado de México, el Centro de Investigación de Química Aplicada (CIQA) de Saltillo, el Laboratorio Nacional de Informática Avanzada de Jalapa, Veracruz, que se conectaban al ITESM para salir a Internet.

Según información que ofrece NIC-México, a comienzos de 1995 un total de 111 redes en el territorio nacional estaban enlazadas a Internet. En ese entonces, el número estimado de computadoras conectadas a este medio ya ascendía a 4,852,000 en todo el mundo, y el probable número de usuarios oscilaba alrededor de 48 millones. (Gloria Koenigsberger, 2008,194).

En la década de 1990 Red-Mex, organismo integrado por las instituciones académicas, discutía las políticas, estatutos y procedimientos que habrían de regir y dirigir el camino del control de la red de comunicación de datos de México, pero nunca se consiguió acelerar el crecimiento de Internet en México. Tiempo después, se creó el organismo que se encargaría de coordinar los esfuerzos de las instituciones de educación superior interesadas en propiciar y contribuir al desarrollo de Internet en México, llamado MEXnet. En 1992 MEXnet, estableció una salida digital de 56 Kbps al *backbone* de Internet.

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) fue la primera institución pública que se animó a sumar un enlace en Internet, en enero de 1993. Ese año también se enlazó el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) logró articular el primer NAP (*Network Access Point*). (Gloria Koenigsberger, 2008, 196).

Rápidamente, en octubre de 1995 el número de dominios .com.mx ascendió, rebasando, por primera vez, al número de dominios .edu.mx, asignados a instituciones educativas.

Gracias a la reforma de las telecomunicaciones y radiodifusión en el sexenio del presidente Ernesto de Zedillo, hubo acciones legislativas que permitieron "regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, de las redes de telecomunicaciones, y de la comunicación vía satélite", que permitió la creación de Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel). Entre otros avances, se dio una revolución tecnológica en México que permitió que la ciencia y el conocimiento se propagaran, además del incremento a la velocidad a la información y difusión del conocimiento.

En 1994 se fusionaron las redes de información electrónica de *Mexnet* y *Conacyt*, a partir de lo cual fue creada la Red Tecnológica Nacional (RTN) con un enlace de 2 *Mbps Megabits* por segundo. Hasta ese entonces el uso de Internet estaba reservado para el uso de instituciones educativas y centros de investigación, pero posteriormente se abrió el uso comercial gestionando la gestión del dominio (Serrano, 2003, 60).

En 1994 se crea la Red UNAM y en 1995 el periódico *La Jornada* cuenta con su versión *web*, siendo el primer diario en México que contó con un sitio en Internet, lo que dio inicio a una transición relevante para el país. 1995, se consideró como el año de Internet en México. Poco a poco, se han creado leyes donde se regula el Internet, debido a que miles de usuarios lo utilizan para su vida diaria.

El crecimiento acelerado de Internet hizo posible que varias instituciones educativas, gubernamentales, empresas privadas y personas de todo el mundo llevaran a cabo intercambios constantes de información, dando origen a la llamada globalización de la comunicación. En 1996, se registraron cerca de 17 enlaces E1 contratados con Telmex para uso privado; asimismo, se consolidaron los principales ISP (proveedores de servicios de Internet) en el país, de los casi ya 100 ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional. Al mismo tiempo, se registró un aumento en las concesiones a empresas de telecomunicación interesadas en ofrecer sus servicios en territorio nacional; hacia finales de 1996, se destacaron las ofertas en materia de conexiones a Internet. Empresas como AT&T entraron a competir con Telmex.

En la página del NIC- México (<http://www.nic.mx/>) se puede observar el número actual de *hosts* y nombres de dominios en el país. Cabe aclarar que esta información da una idea del número de *hosts* y nombres de dominios bajo .mx pero hay que tener en cuenta que muchas compañías, entidades e individuos con la residencia en la República mexicana, tienen algún dominio registrado en otro país. Por ejemplo, .com .net .org que corresponden dominios a los Estados Unidos (Serrano, 2003, 61-62).

Esta tendencia se dio también en América Latina:

Latinoamérica poco a poco fue creciendo el uso de internet creando un gran aumento en los porcentajes de la población que se conecta “Según la CEPAL (Comisión Económica para América Latina), <http://www.eclac.ci/>) el número de computadoras conectadas a Internet creció más rápido en esta región que en otras partes del mundo. A pesar de ello según una predicción de *eMarketeer*, el porcentaje de penetración de usuarios en Latinoamérica con respecto del nivel mundial aumentará. (Serrano, 2003, 62).

Actualmente, la mayoría de los países de Latinoamérica con más desarrollo en el mercado de Internet son Chile, Argentina, Brasil y México.

¿Y cómo se accede a Internet?

Hoy día, es un elemento básico que se supone “todos” deberíamos de saber: para ingresar a un portal *web* se necesita una computadora, tablet, un teléfono celular (*Smartphone*) que son los principales aparatos electrónicos que tenemos al alcance y una conexión a Internet. El uso de Internet ha aumentado; y más con el teléfono celular, ya que es una de las herramientas electrónicas que tenemos a la mano para buscar cualquier tipo de información al instante y acceder a las redes sociales. Cada día irá aumentando más, debido a que son más las generaciones que van adaptando su vida al uso de estas tecnologías.

El 17 de mayo se celebra el día del Internet impulsado por la Asociación de Usuarios de Internet; se celebra en países como México, España, Perú, Chile, Bolivia, Venezuela, República Dominicana, Colombia, Uruguay y Ecuador. La Red multiplicó las posibilidades de comunicarse en tiempo real, al abrir en su abanico de servicios las salas de charla, o *classroom*, lo que brinda nuevas posibilidades en el ámbito de las interacciones sociales.

En el año 2023, se encuentra en una transformación digital y social, impulsada por el fin de la pandemia de COVID-19 y el auge de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial (IA). El país ha experimentado cambios significativos en la forma en que la población interactúa con la tecnología y el mundo digital, lo que ha llevado a un aumento en la adopción de soluciones digitales y al surgimiento de nuevas oportunidades y desafíos. En México hay 96.87 millones de usuarios de Internet que representa 80.8% de la población de 6 años o más. (2023), se estimó que la población de 96.87 millones de usuarios de Internet, representa 49% en mujeres y un 51% en hombres. Los usuarios de Internet encuestados se ubican en su mayoría en la Generación Z (27%), seguidos por la Generación X (25%), en tercer lugar, se encuentran los usuarios de la Generación Millennial (22%) y 10pp

abajo los Baby Boomers (20%) y menos del 6% de los encuestados pertenece a la Generación silenciosa.³ Al igual que en años anteriores, la mayoría de los usuarios encuestados utilizan las redes Wi-Fi y los dispositivos móviles como medios de conexión. La conexión permanente generada a través de múltiples dispositivos revela el alto grado de penetración que la Internet posee ya como una herramienta para la realización de actividades cotidianas de los usuarios.

Además, estos usuarios presentan un incremento de 18 pp con respecto a la cifra registrada en 2022 (66.1%).

Figura 1. Estudio sobre los Hábitos de Usuarios de Internet en México 2023 realizado por la Asociación de Interne



t de México y Knows 2023.

Fuente: ASOCIACIÓN DE INTERNET.

³ 9° Estudio sobre los hábitos de usuarios de Internet en México. (2023). <https://irp.cdn-website.com/81280eda/files/uploaded/19%20Estudio%20sobre%20los%20Habititos%20de%20Usuarios%20de%20Internet%20en%20Mei-xico%202023%20.pptx.pdf>

Esto ha variado. Con datos de la Amipci, Asociación Mexicana de Internet, puede afirmarse que Internet se ha adaptado rápidamente a los gustos y necesidades de las personas, sobre todo entre el público joven. (Gloria Koenigsberger, 2008,198).

Entre las principales actividades que realizaron los usuarios de Internet en 2023 son las operaciones bancarias muestran un incremento de casi 44 pp con respecto a 2022; se ubican a la par de actividades de entretenimiento tales como escuchar música y ver películas. A diferencia de años anteriores, las operaciones de compra y venta de criptomonedas aparecen por primera vez en el estudio, alcanzando un 4%. La utilización de mapas tuvo un incremento de 19 pp con respecto a 2022, debido al incremento en la movilidad posterior al desconfinamiento. También presenta un incremento considerable la demanda de cursos en línea, pasando de un 25.1% en 2022, al 45.30% en 2023.

El uso de las redes sociales parece estar orientado a tres tipos de actividad: acceso a la información, contacto social y económica. En el primer caso, predomina la búsqueda de información (77%) y el consumo de contenidos de entretenimiento (62.60%). En el segundo caso, destacan el contacto con familiares y amigos (76.80%), y con colegas del trabajo (44.70%). En el tercer caso, el uso de redes está orientado a buscar recomendaciones de productos (35.60%), comprar artículos (33.50%), ofrecer y recibir servicios profesionales (26.40% y 22.50%, respectivamente), y buscar empleo.⁴

Internet está presente más que nunca en la vida como parte de la rutina diaria; nos proporciona información y permite enterarnos de sucesos al instante; la mayoría de las personas invierten sus gastos en tecnología para facilitar su navegación, en uso de acceso a la información, de entretenimiento, redes sociales, recursos auditivos

⁴ Elaborado con el banco de datos Knowsy A.I y con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, Nueva Edición (ENOEN) realizada por el INEGI, al cuarto trimestre de 2022.

o compras en línea; es impresionante la magnitud en que podemos aprovechar la red y hacer miles de funciones sabiéndolo usar correctamente.

2.1.2 Sociedad de la Información

En una era marcada por la llamada Revolución Digital, ha transformado la cotidianidad de las personas. La Sociedad de la Información es una sociedad interconectada por las innovaciones tecnológicas que permiten que la información fluya de manera instantánea desde cualquier parte del mundo. Esto surgió gracias a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que facilitan la producción y distribución de la información. La Sociedad de la Información ha desencadenado una revolución en la forma como accedemos a la información y como interactuamos entre nosotros. A partir de los años sesenta, aparece una nueva sociedad caracterizada por el incremento de la información, como una definición del mundo moderno creándose un nuevo paradigma para interpretar el desarrollo social sobre la base del uso y empleo de tecnologías de información

La emergencia y el desarrollo de los nuevos medios de comunicación digital, así como el uso intensivo de Internet ha transformado la naturaleza de la comunicación en las sociedades contemporáneas, llegando a desplazar gran parte de sus lugares comunes tradicionales. Los medios de comunicación de masas tradicionales están viviendo en la actualidad un proceso de refundación de su naturaleza y de sus fines, al que la investigación universitaria de las ciencias de la comunicación debe dar respuesta de forma efectiva y decidida. (Tubella, 2012, 21).

Las Tecnologías de la Información y Comunicación han sido las facilitadoras de la Sociedad de la Información. Sin las redes satelitales, la banda ancha o las redes de

televisión y telefonía, la sociedad no se habría conectado de la manera en que lo hace hoy.

De este modo, datos del portal CIO México la evolución de las telecomunicaciones (2022) en los últimos años, han mostrado su resiliencia ante los embates macroeconómicos y la crisis de salud pública, no siendo el 2022 la diferencia. En los primeros tres trimestres de 2022, el crecimiento del sector de telecomunicaciones en México alcanzó un promedio de 4%.

Las conexiones fijas de teléfono y banda ancha muestran una tendencia de adopción creciente que se aceleró al inicio de la pandemia. Esto se debe a la continua expansión de la red ya la intensificación del uso de la banda ancha fija en actividades educativas, sociales, productivas y culturales. Como resultado, el acceso telefónico creció en promedio 4.2% y el acceso de banda ancha fija en promedio 6.9% hasta septiembre.

Alvin Toffler y Willam J. Martin sostienen que la tecnología de la información representa el establecimiento de una nueva forma de vida que viene a modificar las actividades de la estructura social. El aspecto tecnológico utilizado en las actividades de información, ha hecho posible el procesamiento, almacenamiento, recuperación y transmisión de información, que ha guiado a la aplicación de tecnologías de información en todos los ámbitos de la sociedad, siendo el factor principal el uso de las computadoras. (Estudillo, 2001, 78).

La Sociedad de la Información ha transformado nuestra vida como personas, empresas y países. Con el uso y desarrollo de las TIC, son nuevas las dinámicas que hemos adoptado y que, sin lugar a dudas, han facilitado muchas de nuestras actividades cotidianas.

En consecuencia, la Sociedad de la Información trae ciertos beneficios culturales, sociales, económicos, sobre todo la libertad de expresión y comunicación. La existencia y facilidad de acceso a las redes de difusión del conocimiento nos ha

permitido acceder a una gran cantidad de fuentes de conocimiento en cualquier campo que despierte nuestra curiosidad o nos exige ampliar nuestro conocimiento.

Esta Sociedad de la Información en evolución y cambio debe evitar la fragmentación social que puede causar la brecha digital. Por lo tanto, cualquier medio que se popularice debe incluir capacitación para los usuarios que de alguna manera terminan obligados a utilizar ese medio. Este fenómeno se puede observar, por ejemplo, cuando aumenta la cantidad de programas que solo se pueden ejecutar a través de Internet. Además, existen una gran cantidad de variantes de esta brecha digital, económica, geográfica, de género, etcétera.

Cada día van apareciendo infinidad de aparatos o lugares donde se pueda conectar a Internet; por lo tanto, va aumentando su uso. Ha ido beneficiando la manera de encontrar información y, a su vez, la mayoría se encuentra en forma gratuita. Los principales benefactores se encuentran en los ámbitos educativo, laboral, familiar, así como en el periodístico, campo de nuestro interés; nos centraremos en el mismo en el siguiente capítulo.

2.2 ¿Qué es el periodismo digital?

Internet ha revolucionado el mundo a través de la comunicación: usamos el teléfono, el telégrafo, la radio y la televisión, medios que sentaron las bases para lo que ahora conocemos como la comunicación moderna; aparte, se constituyó la clave del lenguaje multimedia que utilizamos en la era digital. En 1990, Tim Berners Lee crea el primer navegador llamado *World Wide Web*. Un navegador web es un programa que permite el acceso a Internet interpretando distintos archivos y sitios web para que la población pueda visualizarlos; estos archivos o documentos necesitan de hiperenlaces que enlazan al texto o imagen.

Un explorador *web* es un programa que nos permite ver escritos en lenguaje HTML. Estos documentos son las páginas *web*. Los primeros exploradores sólo mostraban textos sin gráficos, o imágenes. Podíamos ver los gráficos,

pero teníamos que hacerlo por separado. Uno de los primeros navegadores que incluyó las imágenes con el texto fue Mosaic y a partir de Mosaic se desarrolló Netscape Navigator que se convirtió rápidamente en el navegador en el explorador gráfico navegante (Silva Salinas, 2003, 5).

El periodismo digital o ciberperiodismo es una modalidad periodística que se realiza por medio de Internet: es la rama del periodismo que se ha mudado a la era digital. El periodismo tiene variantes como son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. El periodismo digital nace gracias al desarrollo de tecnologías de la información, y permitió que los medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión tuvieran expresión por medio de Internet. Esto hace referencia a lo que ahora conocemos como la prensa digital, donde podemos acceder de manera más rápida a la búsqueda de noticias en el ciberespacio. La temporalidad de los hechos es un factor decisivo ya que la información aparece de manera más rápida y ágil.

El desarrollo de las nuevas tecnologías obliga a la redefinición de las relaciones comunicativas, entre los informadores, las fuentes de información y la audiencia. Internet acentúa esta tendencia; la sociedad irrumpe en los procesos de producción y reclama su sitio allí donde se negocia el control de los acontecimientos. Internet crea un nuevo escenario, un entorno que da soporte a las tecnologías existentes y permite canalizar, intercambiar y actualizar mensajes desde cualquier punto de la red, completando el círculo de la autonomía de la producción y creando nuevos espacios alternativos para el consumo (Salvatierra, Díaz Noci, 2003, 49).

Con el paso del tiempo y el desarrollo de las tecnologías, Internet empezó a entrar globalmente en los trabajos, las casas, escuelas y en medios periodísticos esto dio origen al nacimiento a las páginas *web* de medios periodísticos creando un nuevo espacio para publicar su información en la red.

El periodismo digital nace en Estados Unidos en 1995. Según Pablo Boczkowski, en su libro *Digitalizar las noticias*, el diario estadounidense *The Chicago Tribune* comenzó a publicarse en forma digital a través de la red. En 1996, de acuerdo a la Unesco, había 1,500 periódicos y revistas que estaban digitalizadas. Al inicio, los diarios solo eran páginas con textos y muy pocas gráficas, y la actualización de las noticias se realizaba conforme a los medios impresos. Tiempo después, en 1996 estos medios ya aparecían con imágenes y textos que podían describir más gráficamente las noticias. En consecuencia, se experimentó cierto grado de interacción con los usuarios mediante el correo electrónico que es un servicio *web* que con el tiempo ha permitido enviar mensajes, documentos, audios y recibir, mediante medios de comunicación electrónica (en un principio, únicamente se podía enviar mensajes de textos sin formato); ese servicio, popularmente conocido como *e-mail*, funciona por un sistema de almacenamiento y sirve para transmitir mensajes con dos o más usuarios, gracias al cual resultó ser más fácil la interacción entre periodistas y lectores de los diarios; la creciente consolidación de los medios digitales modificó la forma en que los usuarios acceden a la información; de esta manera surgió el ciberperiodismo o periodismo digital.

Internet constituye un fenómeno sociocultural de creciente importancia, una nueva forma de entender las comunicaciones que están transformando el mundo, gracias a los millones de individuos que acceden a la mayor fuente de información que jamás haya existido y que provoca un inmenso y continuo trasvase de conocimiento entre ellos (Flores, 2001, 45).

El ciberperiodismo mexicano se originó en el año 1995 el diario *La Jornada* comenzó a colgar sus contenidos impresos en un sitio *web*, en donde se apreciaba la misma información texto e imágenes que en el impreso; gracias a eso, la información de este medio llegó a más entidades, incluyendo el extranjero; en 2010, este mismo diario ofreció un servicio llamado *La Jornada móvil*, donde podía llegar la información a un dispositivo de manera más rápida.

Posteriormente, en 1996 aparece el periódico digital *Reforma*; fue el segundo con cobertura nacional y pertenece al grupo periodístico El Norte, del estado de Nuevo

León, que cuenta con ediciones zonales; este periódico digital se ha caracterizado por ser uno de los que tiene recursos interactivos e hipertextuales; lo maneja en un modelo de negocio mediante el cual los usuarios tienen que suscribirse al periódico; por consiguiente, los recursos adicionales escritos, visuales y audios no son de acceso libre.

En tercer lugar, *El Universal* apareció de forma digital en 1996, siendo uno de los periódicos de acceso libre y actualizando la información constantemente; en ese entonces, era el periódico con mayor impacto en el país.

Más tarde, aparece *Milenio* en el año 2000; este diario es más característico por su ámbito empresarial, el espacio más fuerte es el de Milenio noticias, un canal de televisión destinado a la información noticiosa; pertenece al grupo Multimedios Estrella de Oro que destaca en el mundo del entretenimiento por adquirir teatros, cines, antros, estaciones de radio y televisión.

Si bien, la tecnología revolucionó, en el ámbito de la lectura del periodismo, pues hoy en día, sólo el 24.8 por ciento de las mujeres y el 43.8 por ciento de los hombres señalan que han leído al menos un periódico en el último año, hay rotativos que mantienen una presencia importante en el país, por tanto, son de gran impacto.

Para el periodismo digital la apropiación es la simiente de nuevas prácticas en la consulta de noticias de actualidad, publicadas en tiempo real por medios de diferentes partes del mundo. Contar con teléfonos móviles, acceder a Internet, usar redes sociales, consultar bases de datos locales o remotas son prácticas que han transformado la relación espacio-tiempo, y también la forma de leer los acontecimientos mundiales, de integrarlos en una cosmovisión personal o social de la actualidad (Salvatierra, 2016, 18).

El periodismo digital, se ha convertido en una nueva manera de generar periodismo con características, basadas en el uso de las tecnologías para poder comunicar e informar, lo cual este nuevo periodismo representa un reto para los profesionales del periodismo en el uso de las tecnologías, la inmediatez de las noticias etcétera.

Sobre todo, representa una nueva oportunidad para generaciones recientes que están familiarizadas con el uso de las tecnologías de la información. Las características del periodismo digital su base principal es el uso de Internet que, como hemos mencionado anteriormente, se basa en la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad. Otra de ellas son la inmediatez de las noticias, la actualización de ellas y la accesibilidad.

En tercer lugar, el periodismo digital presenta un nuevo tipo de lector, que este representa un papel importante en esta nueva forma de hacer periodismo, el lector tiene que ser capaz de identificar que estas fuentes sean confiables y que constituye los códigos éticos del manejo de la información.

Siguiente, es generador de debates el periodismo moderno también se caracteriza por la reacción de los usuarios en la plataforma digital o en redes sociales, es muy importante que el profesional del periodismo esté atento a cómo interactúan los usuarios con su información aportada. También, el periodista digital edita, cita, corrige y archiva sus contenidos. Para publicar y diseñar la información en los cibermedios, el periodista debe de buscar ayuda de un equipo multidisciplinario de diseñadores, programadores *web*, y programadores en este trabajo, esto ayuda a que la información se presente de una forma más profesional accesible y fácil de encontrar en los navegadores de Internet.

Mencionando las redes sociales, son un elemento que ayuda al periodista a compartir su información ya que, sin éstas, su información o publicación podría pasar desapercibida. En forma similar, saber escuchar a la audiencia es otro elemento característico; los usuarios pueden opinar sobre el contenido e incluso aportar más a tu información. El periodismo digital es más barato de producir en Internet por eso los diarios han optado por generar contenido en la red. También, existe la disponibilidad de la información que puede llegar a cualquier parte del mundo. Asimismo, la personalización de las noticias. Los diarios digitales ofrecen la opción de suscribirse con una forma de pago para recibir información de interés; por otra parte, la profundidad de las noticias en la red permite que la información esté

acompañada de archivos, documentos y entrevistas que amplíen el contenido de la noticia.

En la red, la convergencia comunicativa y estructural libera, sin duda, grandes cantidades de energía en los escenarios tradicional y digital. Internet actúa como un agente catalizador y renueva la comunicación a través del teléfono fijo y el móvil, el cine, la agenda electrónica y la radio, y el tacto, la vista y el oído. Nuevos formatos como las retransmisiones en vivo en la red, texto escrito para ser leído que se actualiza minuto a minuto, requieren del periodista y del navegante nuevas competencias comunicativas (Salvatierra, Díaz Noci, 2003, 52).

Otro aspecto del periodismo digital; es la estructura de un diario digital, estos diarios tienden a tener las mismas secciones de noticias; sin embargo, los diarios digitales que no tienen versión impresa no tienen la necesidad de seguir el mismo formato como el de los impresos; algunos diarios dan mayor prioridad a lo que son los temas políticos e incluso algunos no tienen secciones de deportes. Por otra parte, el formato es vertical lo contrario a un medio impreso

Resumiendo, el periodismo digital se ha convertido en una actividad para comunicar por medio de Internet en diferentes modalidades y plataformas digitales.

2.3 Las plataformas digitales y el periodismo

Como hemos mencionado, alrededor del mundo, los seres humanos se ven invadidos a diario por la tecnología.

La era de la información o también llamada la era digital van ligadas a las tecnologías de la información o las tecnologías de la comunicación; el flujo de la información hizo que se volviera más veloz. Sin embargo, las modificaciones de la era digital tienen un alto impacto en nuestra vida y han modificado la manera en que

nos comportamos. Así pues, las tecnologías de la información han forjado cambios fundamentales en toda la sociedad, posibilitando el paso de la era industrial a la era de redes. Vivimos en una sociedad en la que las redes de información global resultan infraestructuras esenciales. Es especialmente importante cómo ha afectado a la propia comunicación social. No hay duda de que cada día las nuevas tecnologías siguen ganando terreno y transformando nuestros hábitos y posibilidades de comunicación, y lo han hecho especialmente entre el público joven.

Cuando hacemos periodismo en Internet hemos de ser conscientes que no comunicamos un mensaje de solo ida, sino que lo difundimos por la red desde nuestro medio tiene repercusión social. Internet y sus medios sociales son espacios públicos de comunicación de modo que hemos de contar y esperar que tengamos esa suerte con que nuestras publicaciones van a generar conversaciones. (Jaraba, 2014, 116).

En la actualidad, la tecnología forma parte de muchos de los aspectos de la vida diaria y, por eso, cada vez son más los procesos digitales que sustituyen las operaciones que antes se hacían de manera presencial; y para realizar dichas operaciones se han creado las plataformas digitales.

Las plataformas digitales son todos aquellos sitios de Internet que almacenan información de una empresa y a través de la cual los usuarios pueden acceder a cuentas personales o corporativas. Las plataformas digitales son ejecutadas por programas o aplicaciones cuyo contenido es manejable en determinados sistemas operativos, ya sean contenidos visuales, de texto, audios, videos, simulaciones, etcétera. Las plataformas digitales dieron origen a la diversidad de sitios web; cada una sirve para gestionar diferente tipo de contenidos se han convertido en el canal de comunicación más importante de las empresas e instituciones, ya que les permite llegar a una cantidad ilimitada de usuarios al mismo tiempo, agilizando los tiempos de respuesta, modernizando los procesos a fin de hacerlos más cómodos para el usuario y maximizando la productividad de sus recursos humanos.

El impacto de Internet en la sociedad ha repercutido con mucha fuerza en la industria de la comunicación y en el periodismo. Las empresas informativas ven con inquietud cómo se transforma radicalmente su modelo de negocio, sin que sean capaces de obtener las ganancias de otro tiempo y a menudo, de detener un flujo constante de pérdidas. Los periodistas se encuentran, al mismo tiempo, con que se reducen las plantillas de los medios, se modifican a la baja las condiciones de trabajo y se transforma profundamente su profesión (Jaraba, 2014, 19).

En la actualidad, existen varios tipos de plataformas: las educativas que tienen la finalidad de enfocarse a la educación en línea e intentan simular la educación física creando estrategias de aprendizaje; otras son las plataformas sociales, que son aquellas conocidas como redes sociales que son las más usadas por la sociedad.

Las plataformas sociales las conocemos mejor como redes sociales, y son aquellas que facilitan la comunicación entre las personas, sin importar la distancia que las separe, como Facebook, Twitter e Instagram. Facebook fue creado en el 2004 con la intención que un grupo de estudiantes se conectaran y sirviera para ámbito escolar, pero con el paso del tiempo cualquier individuo podía unirse; la idea era que las personas pudieran estar aún cada vez más cercanas. Por otro lado, Twitter creado en marzo de 2006, es una red con más de 300 millones de usuarios en todo el mundo; se trata de una de las redes de *microblogging* más populares que existen en la actualidad y su éxito reside en el envío de mensajes cortos llamados *tuits*. Instagram se originó en 2010 es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y videos con otros usuarios.

Antes de la eclosión de Facebook y Twitter, fue la aparición de los blogs lo que lo hizo posible. Mediante la disponibilidad de diversas plataformas tecnológicas para la publicación y gestión de blogs ya no es necesario tener conocimientos de informática y programación o de diseño gráfico o digital o arquitectura *web* para tener un *website* propio mediante el cual publicar, intervenir, difundir o informar (Jaraba, 2014, 95).

La plataforma audiovisual es característica porque su contenido se centra en videos y audios de diferentes categorías. Ejemplos: Youtube, Vimeo. Por otro lado, las plataformas comerciales que son las que más abundan hoy en día en Internet, sirven para contratar o comprar algún servicio o producto en línea, mejor conocidas como *e-commerce*, con tiendas virtuales para compra y venta de artículos. Ejemplos: Mercado Libre, Amazon, eBay. También existen las plataformas especializadas creadas para satisfacer a un grupo de usuarios para todos los segmentos que podamos imaginar; por ejemplo, las que sirven para administrar contenido web, páginas de edición de videos o imágenes, plataformas de *marketing digital*, traducción de idiomas, etcétera. Ejemplos: Hostgator, Panda Creativos, Go Daddy, Traductor Google.

Asimismo, existen las plataformas de pago que funcionan como administradores económicos a través de los cuales se puede enviar y recibir dinero. Ejemplo: Payoneer, Payza, PayPal, Skill, Neteller.

De igual importancia, una de nuestro interés periodístico son las plataformas de noticias, son páginas especializadas en ofrecer noticias de actualidad, como los diarios impresos, por ejemplo: *El Especulador*, *El Tiempo*, *El Herald*, *El Universal*, *La República* etcétera. Por otro lado, las plataformas de juegos permiten para jugadores *online* que pueden jugar en solitario o en multiplataforma con otros jugadores. Ejemplos: RuneScape, World of Warcraft, Star Trek Online, EVE Online. Finalmente, las plataformas de localización, son plataformas que te ayudan a obtener direcciones de cualquier parte del mundo, como Google Earth, Google Maps.

En cuanto a las características de estas plataformas digitales, pueden ser abiertas o cerradas por los propietarios; no todas las plataformas digitales son gratuitas; algunas tienen un costo, suscripciones o micro pagos para acceder; la mayoría permite el acceso desde un celular, *laptop*, computadora o cualquier otro dispositivo conectado a internet.

La *web 2.0*, que es modelo de páginas que permiten el acceso a la transmisión de información, abrió nuevas herramientas que facilitan el trabajo de la comunicación

digital que sirven para publicar la información, buscar temas e ideas que publicar, administrar los materiales en la *web*, crear audio y video y, finalmente, para enriquecer lo publicado.

Hacer de ciberperiodista, periodista en el ciberespacio, es participar en una gran conversación, aportando materiales de calidad que pueden interesar y que ayuden a crear comunidad en torno a los temas más relevantes (Jaraba, 2014, 59).

En conclusión, gracias a estas plataformas en Internet las publicaciones *online* tienen las siguientes características: por lógica estas ya son digitales, es decir, a través de la pantalla de un aparato electrónico, la lectura es diferente ya que incluye imágenes, videos o audios que puedan ampliar la información y que a su vez den a entender mejor la comprensión de la misma; la información ya es universal llega a cualquier parte del mundo sin importar fronteras y, por último, la información es constante, debido a que vivimos en un mundo donde podemos encontrar la información en cada momento.

2.4 El nuevo perfil del periodista digital

Con el avance de la tecnología se transformó el ejercicio del periodismo; ante la dinámica de Internet, las publicaciones de los periodistas han ido variando: en el medio impreso el periodista pasaba horas recolectando información para la publicación de noticias; ahora, se habla de un nuevo perfil del periodista a partir de su actividad mediada por Internet.

“Los periodistas son profesionales de la comunicación, pero no todos quienes comunican son periodistas. A menudo vemos en la televisión personas que dicen ser periodistas y son presentados como tales, pero que en realidad se dedican a otras actividades, como relaciones públicas, publicidad, moda o la opinión en tertulias y espectáculos de infoentretenimiento; incluso hay quienes hablan a cámara o hacen preguntas y que no son periodistas, sino presentadores. Los trabajos relacionados con la comunicación son muy variados, pero el periodismo es una profesión muy determinada que no debe ser confundida con otras” (Jaraba, 2014, 35).

El periodista en su faceta de comunicador digital tiene conocimientos sobre el periodismo impreso, pero a su vez es un usuario que maneja la tecnología y se mantiene constantemente actualizado; asimismo, requiere ser un conocedor de blogs, saber elegir imágenes, videos o audios, usar cámaras digitales y, sobre todo, tener conocimientos sobre programas de edición.

Este comunicador debe saber manejar los dispositivos móviles para que publique su información lo más pronto posible y la distribuya a las plataformas digitales. Asimismo, debe conocer el lenguaje utilizado para cada plataforma digital y ser capaz de saber explicar los acontecimientos.

Sin embargo, el periodismo en sus bases teóricas sigue siendo el mismo: la responsabilidad y función del periodista no han cambiado, pero se enfrenta al surgimiento de un nuevo medio: las plataformas digitales.

“Si el medio se adapta a los procesos de innovación tecnológica, en consecuencia, tendrán que adaptarse los profesionales que trabajan en ella, es decir, los periodistas. Ahora bien, esta adaptación pasará indudablemente por etapas en que los periodistas juegan el importante papel de asumir esos retos impuestos por el mundo digital. Consideramos entonces que no solo se deben adaptar, sino adoptar también toda herramienta que les ayude a realizar mejor su trabajo” (Vilamor, 2001, 174).

El perfil correcto de un comunicador o periodista digital forzosamente debe contener estudios universitarios de periodismo o comunicación; en su mayoría, los profesionales son nativos de la era digital que tienen apego al manejo de la tecnología y experimenten el gusto por nuevos dispositivos electrónicos, que dominen dos o tres idiomas a nivel intermedio, en particular el inglés; el comunicador debe tener conocimiento y práctica en la fotografía, audio, plataformas *streaming* y video; también que sepa usar programas para editar como la paquetería Adobe, Photoshop, Premiere Pro, InDesign, Illustrator, Audition etcétera, con dominio en técnicas de investigación, búsquedas avanzadas y ofimática, que se refiere a las

técnicas, aplicaciones y herramientas informáticas que se utilizan en funciones de oficina y con experiencia en gestión de contenidos digitales.

Es recomendable que los periodistas estén constantemente actualizados y conocer las tendencias en Internet.

“La información con la que trabajan los periodistas es información de actualidad: noticias. Los fines específicos de la información de actualidad son: dar cuenta de acontecimientos de interés general, de modo imparcial, fiable e independiente. Acontecimientos de interés general, cosas que interesan a casi todos. Hay, por supuesto, información especializada (deportes y arte) que también está incluida en este interés, si está tratada periodísticamente. Fiable: la información debe ser tratada de un modo que se aproxime al máximo de los hechos en la medida que ello sea posible. Independiente: la objetividad total no puede ser conseguida, porque la comprensión de las cosas y el relato de los hechos son siempre actos subjetivos” (Jaraba, 2014, 36).

Los periodistas *online* deben de estar en uso constante con la tecnología, es decir, tener práctica constante en la búsqueda de la información y saber usar las redes sociales al máximo, saber comprender el medio digital; es recomendable que estos profesionales tengan sus propias cuentas personales en redes sociales, estén suscritos a distintos medios que aporten información periódicos, revistas, blogs, páginas web, etcétera; tener un blog en el que constantemente aporte información, tener una cámara digital, y estar pendiente de lo que la comunidad en redes sociales exige.

Por lo tanto, el periodista no podrá trabajar con eficacia si no está imbuido de lo que significa este nuevo modo de informar o de informarse. El redactor de este nuevo medio ha de tener lo que ya se viene denominando cultura *web*,o

sea una capacidad multidisciplinar que sea receptiva de cambios constantes. Ha de vivir, trabajar y pensar con mentalidad de red (Vilamor, 2001, 33-34).

El periodismo digital exige profesionales multitareas que no solo se aprendan los hechos, sino estar actualizados de los hechos más relevantes; que escriban, cubran y publiquen las noticias en el menor tiempo posible. En conclusión, con estas nuevas funciones de la tecnología, el periodista tiene una amplia modalidad de comunicación; un nuevo reto para estos profesionales es mantenerse a la vanguardia de las nuevas posibilidades de trabajo, tener contacto con las nuevas tecnologías de la comunicación; tal vez, para los nuevos periodistas no sea tan difícil adaptarse, pero para las antiguas generaciones haya sido un poco más complejo entrar en este ciberespacio y, tener que adaptarse a estos nuevos métodos de trabajo en este entorno digital. El futuro de las comunicaciones se ve afectado por cambios constantes, con el acceso a la tecnología; todas estas características permiten dar a conocer una visión más amplia sobre los cambios que ha traído la *web* y que ha sufrido el periodismo tradicional.

2.5 Los medios de comunicación digital

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y el desarrollo tecnológico. La expansión de Internet y la difusión masiva de la comunicación corporativa que ofrece este nuevo medio han supuesto un cambio en las estrategias de comunicación de todas las empresas.

El periodismo electrónico, el periodismo digital, periodismo en red, periodismo electrónico o ciberperiodismo se diferencian de los medios de comunicación tradicionales porque integran nuevas versiones en su trabajo como la voz, la escritura y el video para mostrar un mismo hecho noticioso. Los medios digitales son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de comunicación entre usuarios y productores de contenidos digitales.

Los medios digitales se definen como herramientas de visibilidad y posicionamiento en línea, con las que puedes optimizar tus relaciones con diferentes usuarios en cualquier parte del mundo. Los medios de comunicación digitales son aquellos que están codificados a partir de un formato que sólo se puede leer de manera digital como computadoras, teléfono *smartphone* y *tablet*, estos formatos son conocidos como la evolución de los medios de comunicación, de igual forma, los medios digitales pueden contener o mostrar muchos formatos que son imágenes digitales, documentos, PDF, bases de datos, audios y libros electrónicos entre otros. Todos ellos funcionan a la par para crear archivos digitales, los medios digitales; han tomado fuerza durante los últimos años; la frecuencia con que los usuarios interactúan aumenta progresivamente ha generado un gran impacto para la sociedad. Los medios de comunicación digital han progresado y cambiado la forma tradicional de los medios de información impresa. El *marketing* se favorece de este nuevo cambio. En el presente, Internet atrae ampliamente la audiencia y consumidores de información a nivel mundial.

Un profesional que se dedique a esta área tiene varias funciones:

Conocer los nuevos canales de información digitales, debe entender el funcionamiento, audiencia y alcance de cada medio, aplicaciones móviles, redes sociales etcétera.

Medir el alcance de los contenidos, valorizar la presencia en línea de una marca, ayudar a evaluar el tiempo real de la estrategia digital; asimismo, planea, diseña y ejecuta contenidos multimedia, al ser medios tan flexibles el contenido también ha tenido que buscar nuevos formatos y método de comunicar e interactuar con el público.

La comunicación digital, a diferencia de la comunicación tradicional, se caracteriza por compartir información de manera inmediata y en tiempo real; permite la interacción, el intercambio y la colaboración de ideas y, más importante, está al alcance de una gran mayoría.

El impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación modificó el tradicional proceso de comunicación de masas, la relación entre emisor y receptor, el concepto de audiencia. Hablamos de periodismo digital o ciberperiodismo al tipo de periodismo que tiene su espacio en internet y que produce, difunde y transmite contenidos informativos y productos periodísticos en la red.

2.6 Modelos de negocio en el periodismo

Pese a la brecha de acceso a Internet en México, en los últimos años las empresas informativas han conformado un esquema mediático en la *web*, cuyo espectro abarca portales de noticias lo mismo de medios originalmente impresos que aquellos que provienen de radio o televisión o de los llamados nativos digitales. El periodismo vive una enorme presión financiera, han consolidado sus ingresos gracias a distintos modelos de pago con la creación de un nuevo espacio para la producción de información en Internet se han visto obligados a reducir su actividad periodística para medios tradicionales. El modelo de negocio del periodismo orientado al algoritmo y a la viralidad ha mostrado los primeros síntomas de agotamiento. Los modelos de negocio se definen como una herramienta que aporta claridad sobre cómo se entregarán las soluciones para satisfacer las necesidades del mercado. Estos modelos deben ser claros y definir las estrategias que se deben utilizar para lograr los objetivos comerciales. Con un modelo de negocio, es necesario distinguir cuál es el valor del producto, qué se necesita para llevarlo al mercado y a qué tipo de clientes se venderá.

Debido a la competencia en el mercado, cuando ofrecemos bienes o servicios, nos vemos obligados no sólo a vender, sino también a innovar a través de las soluciones que ofrecemos al público. El propósito de esto es aclarar el valor de sus productos y los beneficios para los compradores de consumirlos.

Por lo tanto, es necesario investigar a profundidad la economía de los medios de comunicación, más allá de la publicidad y los modelos de pago, así como las

estrategias que traducen nuevos ingresos en más puestos de trabajo y mejores condiciones laborales para los periodistas. Una de las primeras promesas que ofrecía Internet al momento en que se abrió al público en general, podría ser un medio interactivo libre de controles y censura, un “canal” que no necesitaría de patrocinadores y no estaría sujeto a complacer a su público.

Los sistemas digitales tenían ventajas con respecto de los medios impresos, noticiarios radiofónicos y televisivos, una de las más importantes era que el auditorio podía interactuar inmediatamente, sus costos eran bajos, la información podía ser editada de manera continua y no debían esperar a la próxima edición o un horario específico para complementar o corregir lo sucedido podían utilizar vínculos con otros artículos y otros medios (hipertextualidad). Uno de los grandes problemas que representaba el periodismo en línea era lograr que el público pagara por el acceso. Sin embargo, la mayoría de medios de comunicación no se atreve a cobrar acceso a sus sitios y debe conformarse con sobrevivir de la publicidad.

En la evolución del perfil que ha ido experimentando el periodista a lo largo de los años se observa un patrón común, su constante adaptación a los cambios tecnológicos. La implantación de nueva tecnología en los procesos de producción informativa ha generado siempre la necesidad de desarrollar ciertas habilidades para enfrentar el trabajo diario. La llegada de Internet y, en tiempos más recientes de las redes sociales ha precipitado aún más el proceso de reciclaje del tradicional profesional adoptando una serie de destrezas para explotar al máximo la red como un espacio para investigar, filtrar, jerarquizar, contactar y verificar fuentes de información. (Yuste, 2014, 12).

Respecto a los nuevos modelos de sustentabilidad de los medios digitales el periodista Zepeda Patterson reconoce que “si bien vivimos una etapa inédita en el periodismo donde podemos crear nuestro propio medio en el espacio digital, considera que el futuro de esto se va institucionalizar. Es decir, realmente para tener

un medio digital importante necesitas estructura de una empresa, si queremos crecer tenemos que encontrar lógicas de mercado, y eso trae inexorablemente una institucionalización”.

En conclusión, el periodismo tiene que ir necesariamente adaptándose a las nuevas tendencias que surgen día con día e ir innovando nuevas estrategias para que siga sobreviviendo los formatos tradicional y digital.

Capítulo 3. Retos del periodismo digital para profesionales

Para abordar los retos del periodismo digital para profesionales tomamos una muestra de personas que han dedicado su vida a esta profesión, en los medios tradicionales y digitales. Se trata de periodistas que colaboran en los medios *El Universal*, *Diario Pronto*, *El Financiero*, *IMER* y *Sin Línea Mx*. A través de entrevistas realizadas a los periodistas Leslie Carrasco, Nayeli Reyes, Aura Paola, Fannia Cadena, Iván López y Miguel Tepoposteco conoceremos el perfil del periodista actual, así como los retos y oportunidades de la era digital. Asimismo, compararemos el conocimiento teórico que se recibe en la universidad, durante cuatro años de estudio en la licenciatura de Comunicación y Periodismo con ejercicio del periodismo digital.

Partimos del siguiente argumento: El periodismo digital tiene características se enfocan al campo de las nuevas Tecnologías de la Comunicación para comunicar e informar a la sociedad sobre lo que acontece en cualquier lugar siempre y cuando sea un hecho noticioso de relevancia.

También conocido como periodismo *web* es la modalidad del periodismo que utiliza Internet como entorno principal para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos. Por su forma de narrativa multimedia construye el relato a través de distintos formatos digitales para canalizar la información. Basado en el uso de Internet, las redes sociales y nuevas tecnologías, brinda nuevas formas de consumir información. Posteriormente, partiendo del siguiente argumento se comprobará metodológicamente sobre la experiencia del periodista y los retos que conllevan esta evolución.

Por consiguiente, lo dividimos en los siguientes apartados: 3.1 “Características de las páginas de *El Universal*, *Diario Pronto*, *El Financiero*, *IMER* y *Sin Linea Mx*” se

brindará información sobre sus inicios y cómo están estructurados en su plataforma digital.

En el apartado 3.2 “Un nuevo acercamiento al periodismo” se describe el periodismo basado en la experiencia ante el escenario digital y tradicional, y como lo definen los periodistas en la actualidad.

El 3.3 “El uso de las tecnologías, herramientas digitales y redes sociales” gracias al avance tecnológico se han dado nuevas alternativas para publicar información en la red, por ejemplo, redes sociales que es un elemento fundamental para reproducir contenido periodístico, por lo tanto, en este apartado se explicará que actualmente existen varias formas de entrega de información, además del formato de artículo tradicional; como videos, presentaciones de diapositivas, podcasts, y similares, que redefinen por completo la experiencia del usuario final, proporcionando una experiencia más interactiva.

3.4 “Verificación de la información en la red” en este capítulo se explicará la dificultad que ha tenido el profesional del periodismo, al encontrar la información para sus notas periodísticas y la verificación de la información que circula en la red, que tan difícil es identificar un *fake news*.

En el, 3.5 “Una nueva forma de redacción” aquí se dará a conocer las características que surgen al crear periodismo digital como la redacción cambia ante un nuevo escenario digital, la inmediatez e instantaneidad puede ser un nuevo aliado ante el constante flujo de información.

El 3.5.1 “instantaneidad” se conocerá el reto que los profesionales del periodismo tienen ante la creación de noticias en la red, derivados de la demanda de instantaneidad informativa que impera en los medios de comunicación digitales.

Enseguida, en el 3.5.2 “Algoritmos en la red” en este apartado se brindará la importancia que tiene la escritura digital, que tan complejo llega a ser la redacción

periodística para que una publicación se muestre mucho o en cambio la plataforma casi no la muestre a ningún usuario.

Por último, 3.5.3 “La guerra del clic y costos” la llamada guerra por el clic, en la que se hace necesario asegurar un mayor número de visitas en los contenidos; y las noticias falsas, son parte de los retos que los medios de comunicación digitales deben afrontar hoy en día, asimismo, por querer asegurar la nota los modelos de negocio han cambiado para el periodismo digital, en donde sufren por mantenerse en el espacio digital.

Vale la pena reflexionar que el periodismo en el siglo XXI se está adaptando a la Sociedad de la Información, especialmente a través del fenómeno de Internet, han surgido medios de comunicación digitales, multimedia e interactivos, que renacen como una nueva forma de comunicación y difusión. Los medios interactivos son recursos digitales que permiten a los usuarios interactuar con otras personas o con el propio medio con el propósito de entretener, informar y educar, es una operación a través de Internet con un fin específico, como es la comunicación. Por lo tanto, es necesario elaborar una recopilación de experiencias y teorías que muestren los avances y dificultades que enfrentan los periodistas. Lo más importante es que la *revolución digital*, y más específicamente Internet, ha sacudido el mundo de las comunicaciones a medida que las tecnologías actuales abren nuevas ventanas que facilitan el flujo de información. Así, en relación con las funciones desempeñadas por los periodistas, el periodismo digital hace un uso simultáneo de todos los soportes; texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos interactivos, etcétera., para producir un lenguaje plural y universal. La sociedad demanda cada vez más información veraz e Internet se ha convertido en el nuevo canal de distribución de información.

Nombre	Cargo actual	Semblanza	Observaciones
<p>Leslie Angélica Carrasco Peniche</p>	<p>Coeditora web en <i>Diario Pronto</i></p>	<p>Licenciada y egresada de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM. Desde 2015 ha laborado en medios de comunicación como <i>Milenio, El Universal, Revista Quién, Terra México, Diario Pronto</i>, entre otros, principalmente enfocada en la fuente de soft news; ha participado en ponencias sobre periodismo de espectáculos en Universidad Insurgentes y FES Aragón. También fue docente de nivel superior de 2016 a 2018.</p>	<p>Entrevistada el 15 de septiembre de 2022.</p>
<p>Nayeli Reyes Castro</p>	<p>Periodista en <i>El Financiero</i></p>	<p>Es licenciada en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Comunicación Política por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Escribe en la sección Food & Drink, especializada en diversos temas de la gastronomía. Optimización SEO en la página web.</p>	<p>Entrevistada el 19 de septiembre de 2022.</p>

		<p>Planeación de contenido.</p> <p>Fue investigadora de la Hemeroteca y el Archivo Fotográfico de <i>El Universal</i>, un acervo de más de cien años.</p> <p>Escribía reportajes en #MochilazoEnEITiempo: una sección de contenido cultural sobre la historia de la vida cotidiana en la Ciudad de México.</p> <p>Entre sus funciones estaba la planeación de contenidos, corrección de estilo, edición impresa y web de los textos, así como implementación de SEO en la página.</p> <p>También ha realizado reportajes especiales para otras secciones.</p>	
Aura Paola García	Reportera de política y sociedad para la radio pública en <i>IMER Noticias</i> .	Con experiencia en la fuente electoral, de partidos políticos y Gobernación. Es comunicóloga de profesión por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y trabajó en medios como <i>El Universal</i> , en el área de redacción para la sección de	Entrevistada el 30 de septiembre de 2022.

		Estados, y Reforma, como co-editora de la sección Nacional. Con el equipo de <i>IMER</i> , participó en la cobertura periodística de las elecciones 2021, con seguimiento a Morena y los 15 estados en disputa, y fue parte de reportajes de periodismo colaborativo como “Memoria Colectiva de la Covid-19” y “Crisis forense”	
Fannia María Cadena Montes	Caricaturista Político en Sin Línea Mx	<p>Caricaturista política en <i>SinLínea.mx</i>, <i>A Barlovento Informa</i>, y <i>Enun2x3 Tamaulipas</i>.</p> <p>Batea noticias falsas desde su página de información 'Fannia Cadena'.</p> <p>Estudia el Doctorado en Ciencias Sociales. Es maestra en Estudios de Población y cursó la maestría en Periodismo Político.</p>	Entrevistada el 17 de noviembre de 2021.

		<p>Ha sido reportera en diferentes medios de comunicación de Hidalgo, productora y locutora de radio. Columnista sobre temas ambientales y culturales. Ambientalista.</p>	
<p>Miguel Ángel Teposteco Rodríguez</p>	<p>Columnista de <i>El Universal</i></p>	<p>Miguel Ángel Teposteco Rodríguez (1993). Colaborador de <i>El Universal</i> desde hace 7 años. <i>Publicaciones en Vice, Algarabía, ViceVersa Magazine, Cronopio, Planeo, Revista Zócalo</i>, entre otros. Segundo lugar en el Concurso Nacional de Crónica de la Cátedra Carlos Monsiváis del INAH (2020). Trabajó en puestos de comunicación social para las alcaldías de Xochimilco y Tlalpan. Actualmente es periodista en el portal de investigación <i>Emeequis</i> y</p>	<p>Entrevistado el 11 de septiembre de 2022.</p>

		editor de la agencia publicitaria <i>Quantum</i> .	
Diego Iván López Miguel	Columnista y Analista político en <i>Sin Línea MX</i>	Egresado de la carrera de Comunicación y Periodismo Fes Aragón UNAM, se ha desempeñado en el sector público privado, trabajó como reportero en el <i>Canal 22</i> en la agencia de noticias en monitoreo de medios, trabajó en la Agencia Urbana de la Ciudad de México como Community Manager, ha colaborado en medios como <i>El soberano</i> y <i>Revista Consideraciones</i> como consultor político y trabajó en la Secretaría de Gobernación en el área de fomento cívico como reportero.	Entrevistado el 12 de noviembre de 2021.

3.1 Características de las páginas de El Universal, Diario Pronto, El Financiero, IMER y Sin Línea Mx”



El Universal

Página web: <http://www.eluniversal.com.mx/>

Redes sociales:



El Universal Online



eluniversalmx



@El_Universal_Mx



El Universal

Fecha de consulta el 7 de febrero de 2023.

El Universal es un medio de comunicación mexicano que fundado el 1 de octubre de 1916 por iniciativa del ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, miembro de la Asamblea Constituyente de Querétaro. Los objetivos de este trabajo surgieron de la Revolución Mexicana cuando se inició la Convención Constituyente. Asimismo, en el corazón de la capital, se ubicó la primera redacción y taller del periódico, equipado con una rotativa gaussiana. En 1917 se imprimió, en esta máquina, la primera constitución política de los Estados Unidos Mexicanos.

En 1999, con motivo del 30 aniversario de la presidencia y dirección general de Ealy Ortiz, se revisó el diseño del periódico para llevarlo a la vanguardia entre los diarios del país y del resto del mundo. Entre estas novedades destacó la fusión de colores de las portadas y páginas de la primera parte. Más tarde, el 7 de marzo de 2001 nació *ElUniversal.com.mx*, un sitio que rápidamente se consolidó como líder en

noticias y clasificados gracias a su diseño funcional, herramientas interactivas y constante actualización de información. Sus secciones principales incluyen Minuto x Minuto, Notificaciones Oportunas, Video, Multimedia y Redes Políticas, entre otras.

Enfocado en el futuro, basado en el presente y confiado en la herencia de información de *El Universal*, continúa avanzando y fortaleciendo ideas para los lectores del siglo XXI.

Las secciones que se encuentran dentro del periódico son las siguientes:

- Nación
- Elecciones 2022
- Mundo
- Metrópoli
- Estados
- Opinión
- Cartera
- Universal Deportes

También, maneja el área multimedia donde se pueden encontrar:

- Videos
- Newsletters
- Fotos

La página de *El Universal* está diseñada para todo tipo de lectores, con contenido gratuito y para obtener más información ofrece suscripciones con pagos mensual, trimestral o anual.



Diario Pronto

Página web: <http://www.diariopronto.com.mx>

Redes sociales:



Diario Pronto España



diariopronto.es



@diariopronto



Diario Pronto

Fecha de consulta el 7 de febrero de 2023.

Diario Pronto es una revista popular en España cuyo director es Antonio Gómez Abad y su sede está en la avenida Diagonal, Barcelona. La revista está editada por Publicaciones Heres. Desde su creación en 1972, ha sido la publicación española con mejores números de difusión, con una tirada de algo más de 1 millón de ejemplares según la época, frente a los casi 400 ejemplares cada uno antes de la publicación "Difusión" Millones de lectores. Caída de papel. Hoy, el dominio semanal de *Pronto* sigue siendo notable.

Su director Antonio García Abad es un periodista con una dilatada experiencia en el mundo del tabloide, habiendo dirigido la revista en solvente durante 34 años. Pero el creador del concepto fue Mariano Nadal, un joven catalán de familia con raíces en la edición de revistas. Así, la revista se convirtió en una publicación que se esforzó con la mayor modestia en satisfacer la mayoría de los deseos del público

lector en general. Nadal se dio cuenta de que sus lectores querían no solo historias de desgracia sino también historias de positividad.

Diario Pronto actualmente con la era de Internet se preocupa por saber lo que opinan sus lectores, en consecuencia, la revista publica encuestas donde se recaba información que permite adaptar los contenidos a las respuestas del público. con ello, le permite crear un vínculo afectivo con sus lectores

La revista tiene las secciones:

- Cocina
- Espectáculos
- Moda y belleza
- Música
- Películas y series
- Realeza

Es una revista que se encuentra disponible en su página *online* y también de forma impresa con un costo aproximado de un euro. Según el EGM (2019), el 42.2% de sus lectores son de clase media, el 29.4% de clase alta, el 19.2% de media baja, y un 9.1% de baja. En cuanto al reparto por sexos, sigue siendo mayoritariamente femenina (73.2%), como todas las revistas de corazón, pero la leen más hombres. La tradición de las amas de casa compra la revista para toda su familia ha pasado de generación en generación, de la abuela a la madre y a la hija. Es una revista que en su portal la encuentras de manera gratuita.



El Financiero

Página web: <http://www.elfinanciero.com.mx>

Redes sociales:



EL FINANCIERO



ElFinanciero_mx



@ElFinanciero_Mx



El Financiero Bloomberg

Fecha de consulta el 7 de febrero de 2023.

El Financiero es un diario mexicano de circulación nacional que se imprime en la Ciudad de México, propiedad de Grupo Multimedia Lauman. Su presidente es Manuel Arroyo Rodríguez y el director editorial es Enrique Quintana. Es un diario que también tiene formato digital. Comenzó a publicarse el 15 de octubre de 1981. Fue fundado por Rogelio Cárdenas Sarmiento. La propuesta de *El Financiero* se basa en el periodismo multiplataforma que presenta la información útil, el análisis y la contextualización de los acontecimientos que, por su valor periodístico, influyen en la opinión pública y en la toma de decisiones. En el año 2013 celebró su 32 aniversario e inició una transformación para adaptarse a las necesidades informativas del mundo moderno y las nuevas tecnologías, en ese mismo año firmó una alianza con el medio de comunicación *Bloomberg* para lanzar un servicio multiplataforma que ofrece noticias profesionales de negocios en español. Un año después relanzó su plataforma *web* para ofrecer contenidos informativos multimedia profesionales en un sitio *web* moderno y actualizado, rediseñado para brindar la mejor experiencia a los lectores, actualizado en tiempo real y potenciado con manejo gráfico de productos para enriquecer la información. El sitio también brinda

información sobre alianzas con medios internacionales de gran relevancia como *Bloomberg, Financial Times y New York Times*.

En su página web cuenta con las siguientes secciones:

- Economía
- Mercados
- Nacional
- Opinión

Televisión

El diario *El Financiero* ofrece información gratuita en su página web y también por medio de suscripción trimestral y anual.



IMER

Página web: <http://www.imer.mx>

Redes sociales:



IMER, Instituto Mexicano de la Radio



grupo_imer



@imerhoy

Fecha de consulta el 7 de febrero de 2023.

El Instituto Mexicano de Radio es el medio de comunicación de la radiodifusión pública federal con el mayor número de estaciones en el país, llegando a más de mil millones de oyentes. Cuenta con 19 estaciones, 17 de transmisión, 1 de alta definición, 1 virtual y 39 canales digitales en todo el país. IMER cuenta con 10 estaciones de concesión de uso público y 7 estaciones de concesión de uso comercial. Fue creado el 25 de marzo de 1983 por decreto del entonces presidente Miguel de la Madrid Hurtado, junto con el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión) y el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine). El sistema nacional de noticias produce y difunde el servicio informativo IMER bajo el nombre IMER Noticias (antes Antena Radio). IMER transmite informativos diarios, flashes informativos y un programa dedicado a la información cultural El Andamio y el programa deportivo Impacto Deportivo.

En el año 2007 IMER puso el audio en línea para poder escuchar las estaciones de radio Reactor 105.7 y Horizonte 107.9 en su sitio web. En 2009, también lanzó una nueva estación de radio por Internet, Radio2010, con motivo del bicentenario de la independencia de México. En 2011, seis años después de que las autoridades del

IMER cancelaran transmisiones y desmantelaran la estación de onda corta llamada Radio México Internacional, apareció en Internet una versión en línea de Radio México Internacional, reemplazando a Radio2010.

En su página en línea IMER contiene las secciones:

- Programación
- Efemérides
- Fonoteca
- CeDoc
- Consejo Ciudadano
- Transparencia
- Protección de datos personales

En el sitio *web* se encuentran podcast o contenido histórico en representación de alguna fecha importante la página web es totalmente gratuita y, además se puede descargar contenido.



Sin Línea Mx

Página web: <https://sinlineamx.com>

Redes sociales:



Sin Línea Mx



sinlinea.mx



@SinLinea_Mx



Sin Línea Mx

Fecha de consulta el 7 de febrero de 2023.

Sin Línea Mx es un medio de información alternativo e independiente en el año 2017, cambió radicalmente. A partir de ese proceso electoral, de ese año la influencia adquirida por los medios alternativos, a través de un mecanismo de comunicación circular con la ciudadanía, explotó y fue determinante en el combate a la desinformación, a la información sesgada, a la información falsa.

Sin Línea Mx es un medio digital, un entorno dominado por los medios de información tradicionales hasta que entran en juego éstos y otros llamados alternativos, la plataforma para la que trabaja no es el espacio colegiado de la radio y la televisión, ni la distribución de diarios o revistas impresas, sino las redes sociales. *Sin línea Mx* es un medio que se dedica a luchar contra la desinformación, la información sesgada, las verdades a medias y otras tácticas que los grupos de interés siguen utilizando a través de los medios tradicionales para mantener el poder y dañar a la sociedad. Se integró como una iniciativa de ciudadanos comprometidos con un cambio político y social, respondiendo a la necesidad de defender la verdad y de difundirla, por medio de la publicación de noticias, columnas de análisis,

investigaciones especiales y piezas de sátira política, a fin de contrarrestar la masiva información falsa que se transmite a través de los medios tradicionales, para intentar descarrilar a la sociedad en su esfuerzo de transformación.

Sin línea Mx tiene las secciones que son:

- Nacional
- Internacional
- Seguridad
- Verificado
- Columnas
- Economía

Sin Línea Mx contiene lo que es información gratuita, obtiene ingresos de la venta de publicidad y aportaciones voluntarias de sus lectores.

3.2 Un nuevo acercamiento al periodismo digital

El periodismo del siglo XXI y la era digital ha impactado a los medios de comunicación tradicionales. En este capítulo se exponen reflexiones de periodistas sobre los retos que implican los cambios tecnológicos y sociales. A continuación, la definición del periodismo desde las perspectivas de cada entrevistado; Iván López señala que:

El periodismo es ese acercamiento entre un medio de comunicación y la gente, es la forma de llevar un hecho de contar la vivencia de trasladar esa parte de la sociedad a algún medio de comunicación, ya sea por un medio tradicional o redes sociales, el periodismo es indagar, buscar y preguntar el por qué y cómo surgen las cosas; es llegar a una conclusión de los hechos que suceden en la actualidad, no solo en la actualidad, sino hay que tener un antecedente histórico, tener esa capacidad de estar en busca de la verdad y tener una ética profesional. (Entrevista exclusiva, 2021)

Por otro lado, el periodismo es la herramienta principal para informar el acontecer; debe de tener la base de la enseñanza académica en donde surge esta vocación para saber contar historias de gran impacto. Agregando a lo anterior; Leslie Peniche dice:

El periodismo es la herramienta principal que debe de tener cualquier persona para dar a conocer una temática, un problema etcétera, el periodismo es difusión (...), por otra parte, está la explicación académica donde tienes que saber contar una historia donde contestas estas famosísimas preguntas ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde?, ¿Por qué? y a veces son muchas más y tienes que saber sintetizar porque estamos hablando de un tiempo promedio de lectura de tres minutos. (Entrevista exclusiva, 2022)

Aura García afirma que el periodismo es una actividad profesional en la que se dan los hechos, se recoge información y se verifica; se clasifica e interpreta donde se divulga a través de diversos medios digitales, impresos, radiofónicos para fomentar la discusión pública e incentivar el debate y mantener informada a la sociedad. Un periodista debe tener capacidad de análisis, estar apegado a la lectura, escribir correctamente, sin faltas de ortografía, buena sintaxis e interés general en diversos temas políticos, culturales, económicos etc. Debe estar siempre dispuesto a aprender. (Entrevista exclusiva, 2022)

En esta línea, Fannia Cadena argumenta que el periodismo es una profesión que consiste en recolectar la información que es de interés público, redactarla difundirla y también opinar sobre esa información, el periodismo es generar opinión pública es una actividad que se publica periódicamente diario o de manera semanal. Un periodista debe tener conocimientos generales de cualquier tema, por ejemplo, cultura general, el periodista debe ser una persona sensible en lo que ocurre a su alrededor, ser curioso, y preguntar el porqué de la situación. (Entrevista exclusiva, 2021)

Por otro lado, el periodismo es una herramienta indispensable para la humanidad ya que en ella podemos encontrar bastante información a nuestro alcance en, este sentido, Miguel Teposteco lo define como;

El periodismo es la labor de buscar e interpretar la información de cualquier tema para poder llevarla a un público masivo, es decir, interpretar la realidad a través de medios como radio, prensa y llevar la información en un lenguaje accesible con el objetivo que la gente se informe y que pueda interpretar su realidad a través de lo que decimos, siempre dando la idea de una imagen para que se construya a través de otros trabajos periodísticos, es un trabajo colaborativo. (Entrevista exclusiva, 2022)

Incluso, el periodismo lo han definido como versátil ya que en él podemos encontrar cualquier categoría:

El periodismo va más allá de solo hacer una nota es más complicado que sólo redactar una nota o mensaje, toca muchos puntos con otras disciplinas el periodismo, no nadamás es saber escribir bien, es verificar información, crear contenidos verificados útiles atractivos que tienen que tocar en disciplinas como la sociología, la antropología, (...) la economía, de hacerlo sencillo a lo complejo incluso toca con cuestiones como la divulgación, la manera de cambiar discursos de racismo, toca con muchas disciplinas y formas en las que puede darse información útil a las personas. (Nayeli Reyes, entrevista exclusiva, 17 de septiembre de 2022)

Asimismo, el periodismo es una herramienta inmediata para conectar a la gente con las diferentes realidades puede ser desde una cuestión política, una acción de accidente vial, climatológica etc. (Leslie Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022)

Por otra parte, Internet, ha convulsionado el mundo de la Comunicación, en relación con las funciones desempeñadas por los periodistas;

Iván López, afirma que el periodismo digital es como una vía para comunicar, es como una alternativa a los medios tradicionales, es explorar más allá; abrir tus fronteras a través de Internet podemos encontrarnos el periodismo digital en cualquier red social Facebook, YouTube, Twitter podemos encontrarnos fotoperiodismo, periodistas en redes sociales; creo que se ha enriquecido el periodismo. (Entrevista exclusiva, 2021)

La necesidad de reinventar el modo de difundir la información ha dado un giro para la clave del éxito o fracaso de los medios, en consecuencia;

Ha cambiado mucho el periodismo se ha actualizado y las nuevas generaciones tienen una nueva forma de hacer periodismo, yo creo que el periodismo tradicional nunca va dejar de ser la base de todo, pero siempre es bueno incrustar otras herramientas como las redes sociales, algunas plataformas de difusión, yo creo el periodismo se debe de adaptar a la nueva época, y a los tiempos actuales, un periodista que no se adapta a la actualidad es muy difícil que logre sobresalir en su trabajo. (Iván López, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021)

Asimismo, Iván López menciona que; un periodista debe de tener como principal cualidad ética profesional ser comprometido con su trabajo con la sociedad, también debe de ser cuidadoso; debe saber indagar lo que pasa a su alrededor, su entorno. Para ser un periodista debemos de ser siempre cuidadosos con lo que manejamos cualquier información cualquier dato, lo rescatable o lo primordial siempre sería la sensibilidad con las personas. (Entrevista exclusiva, 2021)

Asimismo, Nayeli Reyes menciona el periodismo digital es un rostro lógico del periodismo parece que el periodismo solo son periódicos, pero el periodismo a lo largo de los años se ha adaptado a cualquier otro soporte no nada más en cuestiones como revistas, radio o televisión siempre se ha estado adaptando a nuevos soportes creo que la web solo es un rostro más porque al final lo que se hace en esencia es lo mismo; sólo que tienes que adaptar tu contenido a una nueva plataforma o a un nuevo soporte en el que vas a dar la información. (Entrevista exclusiva, 2022)

Además, el profesional de la información debe servirse de herramientas tecnológicas para desarrollar su trabajo con mayor comodidad y utilizar estos canales de difusión como medios de transmisión de la información con las

características de instantaneidad, simultaneidad e información en tiempo real, pero sin descuidar la ética profesional y un lenguaje adecuado en la transmisión de la información. Es necesario que los periodistas se reinventen con su adaptación a esta nueva forma de acceso, a las nuevas rutas de la información donde a continuación veremos el reto que tienen al utilizar estos nuevos canales.

3.3 Verificación de la información en la red

La proliferación de noticias falsas es un problema que afecta a la ciudadanía en general y los jóvenes en particular, la verificación de información en la prensa, aún más, en el ámbito digital es probablemente uno de los temas más áridos del periodismo. Es aquí donde comienza el reto para el profesional de no fiarnos de todo aquello que encontremos. Aunque parezca inverosímil, mucha información que encontramos en Internet que se hace pasar por real, aprovechando el punto más alto de un evento, para captar atención, o lo que es lo mismo, para captar tráfico a su página.

El periodismo digital actualmente enfrenta el reto de la veracidad de la información en la web, con las famosas “*Fake news*”. Es importante que el lector sea crítico con la credibilidad de las fuentes debido a que en la red también hay oportunidad de que cualquier individuo pueda escribir información y difundirla dejando en duda información su veracidad, desde el punto de vista de Nayeli Reyes:

El periodista, no sólo debe saber escribir bien, si no también verificar información; crear contenidos verificados útiles y atractivos que tienen que tocar en disciplinas como la sociología, la antropología, (...) la economía; hacer sencillo lo complejo. (Entrevista exclusiva, 2022)

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos, la desinformación constituye un problema global, agravado en

la nueva era digital, pero que no debe olvidarse el respeto y protección de la libertad de expresión como derecho humano.

En esta coyuntura, Fannia Cadena afirma que la proliferación de noticias falsas o de *Fake news*, se deriva de la inmediatez difundir las noticias a través de redes sociales; a los periodistas muchas veces no les da tiempo de verificar su información y pueden incurrir en esta mala práctica de caer en notas falsas, desinformando o mal informado a la audiencia, pero en algunos casos podemos encontrar que a veces es con una intención, no es que el periodista se haya equivocado al publicar su información, su intención es generar noticias falsas en contra de algo o alguien, entonces, el periodismo digital se vuelve un arma de doble filo. Una de las ventajas es que con estas nuevas herramientas se han surgido páginas para detectar estas *Fake news*. (Entrevista exclusiva, 2021)

Las campañas de desinformación no son un tema que haya surgido de manera reciente, sino que a lo largo de diversos siglos ha venido evolucionando de forma constante, no solo en México, sino en diversas partes del mundo. Desde el siglo pasado, la propaganda jugó un papel crucial en ambas guerras mundiales, en conflictos estatales como la Revolución Rusa, la Guerra de Vietnam, la Guerra Fría, entre otros. La característica de éstas, es que buscaban manipular las sociedades por medio de los medios tradicionales como la imprenta, lo cual se buscó regular en diversos Estados. No obstante, las campañas de desinformación es un fenómeno nuevo y no se percibe como legítimo en los medios digitales.

Desde la Posición de Iván López; el periodismo digital lo podemos encontrar en cualquier red social Facebook, YouTube, Twitter, pero también debemos de ser cuidadosos con la información, porque el periodismo puede caer en las *Fake news*,

en la manipulación de noticias falsas, en la difusión de noticias falsas o en la creación, es la parte que debemos de cuidar con el internet y las plataformas, yo lo definiría como una evolución al periodismo digital. (Entrevista exclusiva, 2021)

Asimismo, Aura García argumenta que la verificación de la información en la web es complicada. No te puedes dejar llevar por la inmediatez y debes de buscar diversas fuentes para no caer en la falsedad; tienes que pensar en varias herramientas para complementar la información. (Entrevista exclusiva, 2022)

Con relación a esta idea, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha añadido un concepto más a este grupo de información falsa, el cual es la mala información (*malinformation* en inglés). La mala información, se define como aquella información que se basa en la realidad, usada para causar un daño a una persona, grupo social, organización o Estado.

Las informaciones falsas han transformado el periodismo, ya que le plantean un serio desafío en la medida en que no siempre resulta evidente distinguir lo que hay en ellas de verdadero y falso. No obstante, los bulos e informaciones trucadas contribuyen al mismo tiempo a reforzar considerablemente el papel del periodismo. Si hay alguien capaz de denunciar la información falsa, son precisamente los periodistas, responsables evidentemente, como Miguel Teposteco menciona; se vive una ambivalencia entre el periodismo, que está pasando dificultades en las redacciones y periodistas que coexisten. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, Ginna Lindberg, Directora General Red Radiofónica Central Brasileira de Noticias menciona que

“las informaciones falsas deben conducirnos a reafirmar la misión tradicionalmente desempeñada por los periodistas: tratar de esclarecer la opinión de la sociedad y el público. Tenemos que reforzar este elemento central de nuestro cometido profesional y mostrar dónde están los hechos reales y los verdaderos debates”.

Teniendo en cuenta a Iván López:

En un medio tradicional es más controlado, incluso la difusión de las noticias debe de ir pasar por diferentes filtros: el editor, el jefe de información etcetera., a diferencia del medio digital muchas veces no se pasa por ese proceso o si se pasa, pero la inmediatez es lo que hace que caigamos en una noticia falsa, por ejemplo, vemos periodistas destacados o conocidos que han caído en estas *Fake news*, y actualmente por la pandemia tuvimos periodistas que se tomaron de decesos o supuestas noticias que no resultaron ser verdaderas yo considero que ahí es la desventaja del periodismo digital y el periodista debe tener esa pericia de estar atento. (Entrevista exclusiva, 2021)

Sin embargo, no todo son aportes positivos. La proliferación de desinformación en las redes ha provocado que el público deje de confiar en los medios digitales, como afirma Leslie Peniche:

Además de checar la información tienes que saber a escribir rápido y además tienes que prepararte; porque insisto no es escribir por escribir, y llenar de basura el internet, que de hecho ya hay bastante basura en él, por ejemplo, hay muchísimas notas que no tienen fundamento y que están mal hechas y que a veces piensas cómo hicieron el título o cómo está escribiendo esta persona, porque es muy común, que hasta entre colegas se están monitoreando y te das una idea de cómo armar una nota o quien es la fuente

y de dónde viene y pasa que tienes que darle un doble chequeo porque esa persona no investigó bien y prefieres irte a la fuente original. (Entrevista exclusiva, 2022)

Con relación a esta idea, un estudio del Blog Puro Marketing (2022) demuestra que los usuarios más tecnológicos, a la hora de buscar una noticia las fuentes principales son los medios de comunicación (88%) bien sea la prensa diaria o medio de comunicación *online*. Asimismo, más de la mitad de los usuarios recurre a los buscadores y agregadores de noticias para buscar este tipo de información (51%), mientras que las redes sociales desempeñan un importante papel a la hora de difundir actualidad informativa (44%).

Asimismo, Iván López opina que el principal reto es la adaptabilidad y conectar con el público porque cualquiera puede crear contenido en redes sociales; es muy fácil tomas un teléfono, editas un video o alguna imagen, un texto, pero también debes de tener una base en lo que escribes y lo que haces, pero si no tienes una base que permita que vea que tienes la solidez de él mismo eso hace que destagues. (Entrevista exclusiva, 2021)

En esta misma línea, Miguel Teposteco menciona que con el cambio de espacio tuvo que adaptarse a estas tecnologías. "Se tiene que luchar constantemente, nunca debe de faltar una actualización constante, es decir el periodismo que se hacía en el 2014 no es el mismo que se hace ahorita, uno tiene que actualizarse constantemente, por ejemplo, yo este año me adapté a herramientas como Google totalmente, y a TikTok para poder hacer materiales en redes sociales. (Entrevista exclusiva, 2022)

Un artículo de UNAM Global menciona que los usuarios cada vez recurren habitualmente a las redes sociales para estar informados en México, hay una población de más de 120 millones de habitantes, de los cuales, alrededor de 63 millones están conectados a internet y son usuarios de perfiles en alguna red social, aseguró Leobardo Hernández Audelo, maestro en Ciencias Computacionales por la UNAM. México ocupa el cuarto lugar en el mundo (después de Filipinas, Brasil y Argentina) con usuarios que más tiempo gastan en uso de redes sociales, en promedio cuatro horas y el nivel de aprovechamiento cultural y de conocimiento en México es bajo.⁵

Por ello es importante recalcar que la información veraz puede encontrarse en cualquier plataforma online. Es adaptarla a cualquier red social como menciona Nayeli Reyes; es crear un contenido verificado y contenido útil, atractivo, a veces solo pensamos en texto, pero realmente se trata de adaptar el contenido a los diferentes formatos. Hay contenidos periodísticos en TikTok, en radio, adaptado para la plataforma de Spotify. La radio sigue existiendo, solo que ha tenido que adaptarse. (Entrevista exclusiva, 2022)

Estadísticas de las redes sociales en México publicado por *Statista Research Department* (2022) establecen que la mayoría de los cibernautas mexicanos se conectan a internet a diario. El aumento de las actividades *online* en la última década ha fomentado la digitalización de otros hábitos cotidianos que solían realizarse de manera presencial como, por ejemplo, socializar. Desde la masificación de plataformas digitales como *Facebook*, *Twitter* y *WhatsApp*, las redes sociales se convirtieron en un medio indispensable para comunicarse e interactuar. En México, el número de usuarios de redes sociales se mantiene en constante aumento, y se prevé que supere los 90 millones en 2023.

⁵ Méndez, F., & Mendoza, D. (2018). México ocupa cuarto lugar a nivel mundial en el uso de las redes sociales. UNAM Global. Retrieved October, 19, 2019.

En consecuencia, los periodistas deben actuar con responsabilidad. Deben ejercer su labor con responsabilidad y las audiencias deben hacer lo propio para garantizar una sociedad informada.

Miguel Teposteco asegura que:

Me tocó convivir con muchos periodistas que utilizan *Blogspot* o plataformas como *Facebook* de una manera poco responsable o que no utilizan *Twitter*. Actualmente uno debe de saber de buscadores, incluso cómo funciona cada red social. Antes un medio tradicional trabajaba con base de agencias, en ir a buscar la nota ahora la información no siempre es verificable es decir ahora uno puede saber información en Twitter, en TikTok siempre cuando haya una responsabilidad y transparencia es la revolución del periodismo también se puede acceder a base de datos enormes de potencia, el problema que cada día se hace más complejo. (Entrevista exclusiva, 2022)

Menciona la veneración de la verosimilitud y la búsqueda de la verdad no en el sentido que sea absoluta, pero que la información sea verificable y cuantificable. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, medios tradicionales como la televisión y la radio ofrecen contenidos que la gente consume más para mantenerse informado, es un gran reto que sea creíble por la instantaneidad de la información; sin embargo, Nayeli Reyes menciona que al contenido de impreso y al digital se les da un valor diferente; a lo impreso se le da una legitimidad mayor a diferencia de la *web*; si está verificado en lo impreso es real tiene este sello de garantía, en cambio en *web* de pronto está ahí, pero ante la velocidad de mucha información no se verifica dando pie a noticias falsas. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, Miguel Teposteco añade;

Las redes sociales juegan un papel extrañísimo, la información ha dejado de ser frívola, los seres humanos como sociedad generamos una cantidad de mensajes de todo tipo de varias ideologías somos frívolos, entonces las redes sociales, en sí mismas, nos han mostrado la humanidad que siempre estuvo ahí yo lo comparo cuando descubrimos las armas de destrucción masiva, las balas, nos dimos cuenta que los seres humanos teníamos una capacidad para autodestruirnos, las redes sociales han demostrado eso; que hay tantas cosas maravillosas, como estupideces en la cabeza de la gente y en ese contexto de generar la información todo mundo tiene acceso a la redes o casi todos en ese mar el periodista tiene que clavar su información tiene que saber de fuentes adecuadas y tiene que adaptarse a una nueva redacción, tiene que saber utilizar las redes sociales a su máxima potencia. (Entrevista exclusiva, 2022)

A pesar de las herramientas digitales que tengamos a la mano no son suficientes si las escuelas de Periodismo no refuerzan esta área. La falta de una cultura digital, profesionalismo y de ética siguen siendo un problema en el periodismo de acuerdo con Leslie Peniche:

Me preocupan las nuevas generaciones porque he notado que hay principios básicos como la ética que se está dejando de lado; hay gente que de verdad asume que por que le pagan bien pueden llenar el internet de notas sin sentido en todas las fuentes, no nada más en espectáculos y además se da el lujo de escribir pésimo y que puede darse la maña de hacer notas sin un gramo de información, sin nada de investigación y creo que justo las viejas generaciones nos pueden ir enseñando y pueden ir guiando a estas nuevas

generaciones y viceversa las nuevas generaciones pueden enseñarle a los periodistas de antaño. (Entrevista exclusiva, 2022)

Los medios de comunicación tienen que ser mucho más responsables para verificar la información, pero eso implica un más trabajo. El mayor desafío que enfrenta el periodismo es hacer un periodismo más confiable y un periodismo digital digno de estar en plataformas digitales.

3.4 Una nueva forma de redactar

La nueva era del periodismo digital plantea desafíos al redactar contenido en la red, sin embargo, el periodismo ha tenido que adaptarse nuevas herramientas y un nuevo lector, es fundamental que el contenido sea claro, directo y conciso.

Gracias al avance tecnológico, los profesionales del periodismo *web* han optado por nuevos recursos y herramientas, los cuales deben de ser aprovechadas. Como anteriormente lo hemos visto, se basa en capacidades como la hipertextualidad, que son vínculos que unen dos o más informaciones textuales, enlaces a otros sitios, notas o artículos con el fin de enriquecer la noticia o facilitar su comprensión. El periodista digital debe enfocar su redacción hacia dos tipos de lectores, por un lado, a los lectores que hacen un escaneo y por otro a los aficionados a la lectura profunda. Por lo tanto, la información debe ser práctica tanto para los lectores que buscan la información rápida, pero sin desestimar los datos, argumentos y explicaciones que suele exigir el otro tipo de lector.

La subdirectora de El Mundo.es, Victoria Prego afirma que no “sólo cambia el lenguaje”. Apoyado en la investigación del *Poynter Institute* sobre la lectura en la Red, Guillermo Franco, del diario El Tiempo, sostiene que “los párrafos de cualquier nota (...) deben ser tan elocuentes que en el momento en que capturen la atención de un usuario le digan si algo es digno de ser leído” (2007).

Miguel Teposteco agrega que hay una categoría de periodismo frívolo y rápido como comida chatarra y ojo no estoy diciendo que hay géneros de periodismo o fuentes chatarra, sino que hay notas chatarras; con el periodismo web se puede hacer una excelente nota de espectáculos, deportes, política y economía, por otro lado, hay periodistas que han sabido capitalizar las viejas herramientas con las nuevas, con ello, han logrado excelentes reportajes de la historia de México. (Entrevista exclusiva, 2022)

El verdadero periodista digital se ve obligado a evaluar y seleccionar todos y cada uno de los elementos que acompañarán la información, y que le aportarán el valor agregado a la noticia.

Guillermo Franco afirma; “a la hora de redactar la noticia, el periodista debe ser mucho más consciente de los elementos informativos que la conforman. Debe discernir mejor entre la información de última hora y la información documental contextualizadora; debe diferenciar entre la explicación de datos, la descripción de lugares y el relato de acontecimientos; debe identificar con qué soporte textual, gráfico o sonoro se informa mejor sobre cada uno de los aspectos de la noticia”.

Con relación a lo anterior, Nayeli Reyes manifiesta;

El periodismo ha cambiado. Tuve la suerte de caer en la hemeroteca de El Universal, y fue un aprendizaje muy grande conocer cómo se escribía a principios del siglo XX, pareciera que de lo impreso a digital es el único cambio que ha dado el periodismo, pero no; ha dado un brinco a adaptarse a las nuevas tecnologías que hay en la actualidad, por ejemplo, en el siglo XX vas a encontrar que la imagen era uno de los recursos y se recorría

porque no había tanto espacio, y no lo vas a encontrar como hasta mediados de siglo, entonces se priorizaba la escritura, y vas a encontrar solo texto rara vez vas a encontrar fotos y conforme fue cambiando el tiempo se fue incorporando la fotografía, la imagen cada vez fue siendo algo más importante y en el brinco de lo impreso a lo digital si agarró más la importancia, ahora para para *web* el texto a veces pasa a segundo plano porque tienes otros recursos como videos o fotos. (Entrevista exclusiva, 2022)

En definitiva, la organización hipertextual de la información obliga al periodista a realizar un mayor esfuerzo de selección y jerarquía de los elementos de la información, tareas radicalmente periodísticas.

Al respecto, Iván López declara:

Es más complicado el periodismo digital, porque aparte de tener las herramientas como periodista digital; debes de añadir otras como manejar algunos programas de edición de video, fotografía etcétera, debes de ser cuidadoso con lo que estás publicando en una red social, en tu ortografía, ciertos detalles que a lo mejor no nos fijamos muchas veces con mucho detalle algún error algo, te puede costar muy caro, tal vez una mala palabra, y puedes borrar la publicación, pero como es tan inmediato sacan la captura de pantalla y luego se comparte lo publicado. (Entrevista exclusiva, 2021)

Miguel Teposteco afirma que las narrativas son muy interesantes. “Puedes narrar cosas mediante un dron, imágenes, páginas interactivas, archivos que tengan las características de una mándala”. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, el periodismo digital no admite mediocridades; quienes laboren para diarios *online* deben estar muy bien preparados y mantenerse actualizados para saber dónde puede hallarse información. Nayeli Reyes declara:

Es muy difícil irte profesionalizando; hay que ir adquiriendo habilidades porque los periodistas no sólo redactan también tienen que subir notas al portal o redes sociales; saber de SEO, edición, ponerlas en impreso, entre otras tareas. Deben buscar nuevas herramientas y el conocer las disciplinas que se requieren para comprender el contexto de las fuentes que cubre. (Entrevista exclusiva, 2022)

En esa misma línea, Nayeli Reyes agrega: El periodismo web es algo de mucha práctica es ir puliendo, ir viendo qué habilidades vas necesitando, ir esforzándose por comprender la realidad; no podrías hacer una nota de economía si no la entiendes es difícil escribir de lo que no entiendes saber abstraer la información para hacerla sencilla y saberla divulgar, la redacción, empatía y profesionalización son necesarios; no solo es decir ya salí de la carrera y ya, conforme vas cubriendo fuentes te vas dando cuenta de lo imprescindible que es irte profesionalizando. (Entrevista exclusiva, 2022)

Internet obliga al periodista a tener una muy buena preparación; le exige que investigue, que piense más en el público que conozca y profundice más en los temas para poder explicarlos y recomendarlos a los lectores internautas.

De igual manera, Nayeli Reyes argumenta:

La importancia de las redes sociales es primordial. Tu nota debe de tener un contenido importante, tiene que salir en los buscadores para que esos contenidos se divulguen, otro reto es adaptar ese contenido, por ejemplo, en *Facebook*, que en algún momento pasará de moda, y tu público se tiene que adaptar, cuando todo tu público estaba en *Facebook*, es un canal que tienes, pero no lo controlas, se tiene que ir adaptando mucho, es algo interesante tener la creatividad de pensar en un multi-formato, pensar en todo, en colocar

diferentes recursos videos, fotos y frases, pero en diferentes plataformas, pensar para divulgar el contenido y sobre todo que actualmente estos recursos son el pan de cada día en la web. (Entrevista exclusiva, 2022)

El periodismo digital aparece como el retorno a los inicios de la profesión, no es un cambio en la forma de hacer periodismo sino simplemente la aparición de un nuevo espacio, un nuevo medio que exige y evidencia si las cosas se hicieron o no de la mejor manera posible, tal como obliga el profesionalismo en cualquier área.

La Red modifica las fórmulas de expresión e incluso revoluciona el modelo más primitivo: la escritura. Nuevos mecanismos textuales se imponen con el objeto de alcanzar una lectura más clara, cómoda y casi intuitiva.

Sin embargo, Leslie Peniche menciona;

Cuando te enfrentas a un mundo real con tu profesión, no tenía ni un acercamiento a que era una KeyWord, y como se hacía una cabeza en internet, por ejemplo, la repetición de palabras porque incluso los profesores más dogmáticos apegados a estas viejas reglas de escritura, si repetías una palabra era casi pecado, se podría decir que estabas haciendo mal tú nota, cuando en web eso te favorece y tienes que aprender a jugar con todo eso a que no está mal a que repitas tres veces el nombre incluso en el primer párrafo tengas una pregunta eso muchas veces te ayuda en tus notas. (Entrevista exclusiva, 2022)

Es importante tener conocimientos de estas herramientas digitales para crear un buen contenido en la red, por lo menos lo básico, lo que le permita informar acerca

de un asunto sin el peligro de salir a decir o escribir barbaridades. En esta misma línea Leslie Peniche recomienda:

Las herramientas como KeyWords, semáforo SEO, también se puede poner una palabra clave y, por ejemplo, se puede repetir veinte veces Ciudad de México y la gente que esté googleando tal cosa lo va buscar, incluso proponer generar contenido desde las tendencias, donde el público le hace llegar de manera más inmediata la nota. (Entrevista exclusiva, 2022)

Asimismo, Miguel Teposteco añade que con esta nueva forma de redacción hay facilidades para crear periodismo; muy mediocre o muy divino con modelos tridimensionales de información que buscan abarcar casi todo tipo de contenido hay una diversificación de contenido, es decir, uno va al lugar del crimen y puede conseguir videos, audios y fotografías que eran herramientas impensables para complementar tu información. (Entrevista exclusiva, 2022)

Para finalizar, a veces la velocidad con la que ocurren los hechos en el mundo de hoy, ha obligado a que se haga más un periodismo de registro, y los periodistas se limitan a contar lo que sucede y dejan de lado la investigación y el análisis que exige la labor periodística, en virtud del cumplimiento de la función propia de los medios masivos de orientar a la opinión pública. Nayeli Reyes plantea: al final más que saber de herramientas tecnológicas, debes de saber lo básico de periodismo y tener conocimientos y cultura general, por ejemplo, contextos políticos y culturales, así como géneros periodísticos. Es algo de cajón, no puedes llegar a escribir de espectáculos, sino tienes conocimientos. (Entrevista exclusiva, 2022)

3.5 El uso de las tecnologías de la información, herramientas tecnológicas y redes sociales

El periodismo digital se ha definido principalmente por el uso de herramientas tecnológicas conocidas como las "TIC". En esta misma línea, el uso de estas herramientas en algunos casos puede resultar complejo como lo menciona Miguel Teposteco:

Un periodista debe de perder miedo a la tecnología, por ejemplo, a mí me daba miedo utilizar Drive, empecé a entender que tiene que tener varias clases de uso el intentar quitar los prejuicios de la tecnología porque he oído a muchos colegas que dicen que TikTok es para adolescentes, por ejemplo, también yo sigo usando mi libreta, grabadora, pero también sé que mi teléfono es un aparato multimedia. Tener acceso a la tecnología es un privilegio; yo tengo celular, pero hay muchos periodistas que no tienen este tipo de tecnología y tienen que hacer su trabajo de manera clásica. Siempre hay formas de hacer periodismo. (Entrevista exclusiva, 2022)

El uso de herramientas tecnológicas es uno de los principales retos ante la creación y difusión de noticias en la *web*. Es cierto que el periodismo está atravesando una dolorosa transición del mundo analógico al digital.

El uso de herramientas tecnológicas, programas, diseños etc. lo vas aprendiendo sobre la marcha. He tenido la fortuna de estar en medios muy grandes y la exigencia es muy ruda, la exigencia es bastante intensa no es lo mismo trabajar para un portal pequeño a comparación en el que estoy trabajando actualmente, donde tuve que moverme de ciudad y demás, a un periódico que diario sale a un portal que, si tú quieres, aunque sea en redes sociales tiene que hacer una oferta de ochenta notas al día no todas recaen en ti evidentemente, pero no es lo mismo estas exigencias que te van formando. (Leslie Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022)

En esta línea, Fannia Cadena menciona en mi caso como caricaturista política, nadie me enseñó a usar las herramientas tecnológicas, yo lo tuve que aprender con la práctica, o por medio de tutoriales en YouTube. Utilizo Photoshop para mis cartones políticos lo tuve que ir aprendiendo por medio de uso constante, nunca recibí capacitación para esto, ya es algo indispensable saber utilizar estos programas para generar tu información. (Entrevista exclusiva, 2021)

La formación del comunicador demanda renovadas prácticas educativas que le permitan adquirir competencias y saberes para defenderse en un mercado ocupacional que cada vez exige más y mayores capacidades tecnológicas.

Un periodista se debe de actualizar, aunque venga de generaciones atrás. Los periodistas que llevan décadas se tuvieron que actualizar a este cambio generacional y adaptarse al Internet y las redes sociales. Incluso hay periodistas que estaban en medios tradicionales y ahora los ves en YouTube, en Facebook transmitiendo, yo creo que es esa parte de la adaptabilidad que debe de tener un periodista para no estar fuera del contexto actual que vivimos. (Iván López, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021)

Estamos ante la presencia de un nuevo medio de comunicación que demanda estudios, capacitación e investigación como una nueva forma de preparar y prepararse para laborar eficazmente. Los programas de edición, video y fotografía son una herramienta fundamental para generar contenidos en red.

Fannia Cadena admite que “en lo personal yo sí tendría actualizarme en el uso de herramientas tecnológicas. Muchas veces depende del medio en el que se esté trabajando, por ejemplo, cuando trabajé en Milenio Hidalgo muchas veces necesité de alguna capacitación. Los periodistas por decisión propia se meten a cursos y diplomados, es una decisión personal. (Entrevista exclusiva, 2021)

En Internet se encuentran plataformas útiles para que los periodistas desempeñen su labor. Al respecto, Leslie Peniche menciona:

Canva es una herramienta bastante amigable que, si no tienes las herramientas de dominar Photoshop en cuestiones más técnicas, tienes que saber aprovechar las herramientas que el mismo Internet te da, si trabajas en internet tienes que saber aprovechar todas las herramientas que estén a tu alcance, y muchas veces en cuestión gratuita por que en grandes empresas no te pagan por obtenerlas, es carísimo sostener una membresía Premium o Platinum, es cuestión de aprender sobre la marcha. Conforme fui avanzando en mi experiencia laboral vi que era un complemento y que esto va de la mano con el periodismo web, es lograr transmitir mensajes a través de todos los recursos audiovisuales que puedas. (Entrevista exclusiva, 2022)

Del mismo modo, Iván menciona la importancia de estar actualizado en el uso de las tecnologías de la comunicación, ya que muchas veces desconocemos las páginas que nos pueden brindar apoyo para generar contenido.

Cualquier periodista debe de estar actualizado; por ejemplo, a todos nos pasa que no estamos en programas de edición. He manejado Photoshop, InDesing, Sony Vegas, programas de edición de audio y video, que es parte esencial del periodismo digital si quieres ir más allá, y uno quiere seguir teniendo una labor tal cual de periodista tienes que ir más allá de utilizar la redacción, es un gran aporte a tu formación como periodista en web. (Iván López, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021)

Asimismo, el periodismo hace entender los hechos porque interpreta, contextualiza, da antecedentes, dirige la mirada hacia otras maneras de ver

los hechos y hacia las consecuencias de cuanto sucede. Es un periodismo comprometido y comprometedor, digno y dignificado que no se limita a ser un espectador distante de la historia de cada día. Esta actividad supone una preparación académica severa y, sobre todo, es una manera de ser que la ética forja en las personas. Esta es la diferencia más radical con el periodista ocasional e improvisado. (Restrepo y Botello, 2018, 23)

En la actualidad, la conformación de desafíos y retos en la formación del comunicador del siglo XXI se sustenta en la posibilidad de transferir conocimientos y experiencias, en el área de las tecnologías de la información y comunicación.

Los periodistas de la vieja guardia saben manejar WhatsApp, pero aún enfrentan problemas para cortar fotos, mandar videos, imágenes etcétera. Tuve un compañero de la vieja guardia que es muy bueno utilizando TikTok, pero hay cosas que todavía no entiende en el celular, por ejemplo, almacenamiento de información yo he notado que en los teléfonos soy más rápido, pero todo depende como se vaya accediendo a la tecnología. (Miguel Teposteco, entrevista exclusiva, 11 de septiembre de 2022)

Hay periodistas que se resisten al cambio pasando por la presencia de una cultura universitaria tradicional y un alfabetismo tecnológico, que es aquella persona que ignora por completo el manejo de una computadora o un equipo. También se pueden incluir en esta categoría a aquellas personas que se resisten a aprender un sistema (tecnofobia) estos elementos deberían replantear la revisión urgente de los planes de formación periodística, en este sentido, Leslie, sostiene;

Para manejar las herramientas tecnológicas, probablemente me tenía que quedar más horas para aprender a manejar el “CMS” que es un servidor donde se generan las notas, es un esqueleto para ellas, donde vas acomodando la imagen, el primer párrafo y demás, de tal modo, considero que debería de haber una mayor educación en la aulas, a lo mejor no tienes que saber dominar todo y eso es un error porque actualmente veo las ofertas laborales y son cinco puestos en uno, no solamente requieren un reportero o redactor si no ya eres reportero, redactor, editor, diseñador, ilustrador y en el peor de los casos editor de video, que son varios empleos por un solo salario, ciertamente, el hecho de educarnos es importante y algo que se puede transmitir a las nuevas generaciones es que no pierdan la preparación en web, porque actualmente sigue siendo deficiente, si en mis años era deficiente, es sorprendente que lo siga siendo. (Entrevista exclusiva, 2022)

La ola de innovación tecnológica, partirán con desventaja aquellos medios que aún no hayan acogido plenamente lo digital. Los próximos años no se definirán por la rapidez con que adoptemos lo digital sino por cómo transformemos nuestros contenidos digitales para satisfacer a un público cuyas expectativas cambian rápidamente.

Aura García comenta: se me hace más fácil usar mi teléfono celular para recortar audios, grabar y editar, claramente nunca recibí capacitación para esto, pero se me vino muy fácil ver tutoriales o preguntar a mis jefes cómo se utilizan estos programas para poder generar mis notas. Yo he tenido que buscar las fuentes para capacitarme y profesionalizarme; sobre todo, para entender lo que estoy diciendo, y eso a muchos periodistas no les interesa o

no lo saben y creo que todos deberíamos capacitarnos en estos temas. Las herramientas las veo como un plus. (Entrevista exclusiva, 2022)

La investigación titulada *Una aproximación a la ciudadanía digital en México: acceso, habilidades y participación política* (2019) elaborada por el investigador Itzkuauhtli Zamora Saenz apunta que, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en Hogares, elaborada en el año 2019 por el INEGI, solo 56.4% de los hogares en nuestro país cuentan con conexión a Internet y 44.3% tiene una computadora.⁶

El estudio destaca la necesidad de promover en nuestro país una política de alfabetización digital que le permita a la población, entre otras habilidades, identificar, discriminar y comparar información que circula en Internet.

Si los ciudadanos fueran más críticos a la hora de consumir información, tendríamos una población capaz de valorar mejor la verdad y a quienes la promueven, y el rol del periodismo se fortalecería. La Universidad de Stony Brook en Nueva York creó el Centro de News Literacy para desarrollar planes de estudio y capacitar a los futuros instructores de esta asignatura que ya se ofrece en escuelas secundarias y en algunas universidades de Estados Unidos. (Restrepo y Botello, 2018, 8)

Asimismo, por eso es importante estar en constante capacitación y aceptar que los medios digitales trajeron consigo cambios que a la fecha se siguen adaptando a nuestro entorno profesional, Leslie Peniche menciona una experiencia desagradable donde resalta esta carencia de habilidades tecnológicas;

⁶ Zamora Saenz, I. B. (2020). Una aproximación a la ciudadanía digital en México: acceso, habilidades y participación política. <http://www.ibd.senado.gob.mx/sites/default/files/boletin19122020.pdf>

Me tocó llegar ver a un periodista que no supo usar estas páginas de CMS y lo corrieron en su día de prueba, por lo tanto, si corresponde un tanto también a la educación formativa, el darnos estas herramientas tecnológicas, al final del día, tú no sabes a lo que te vas a enfrentar cuando estás recién egresado uno cree que el periodismo es otra cosa, considero, que si hace mucha falta hacer hincapié en las generaciones, que sobretodo ya el periodismo clásico, bonito y romántico de redacciones ya no existe; porque además es bien difícil que la gente llegue a las redacciones, es aferrarte a que se puede vivir de esto, de esta carrera, es pesado y difícil en una carrera muy demandante en las redacciones mexicanas ya es cuestión de liderazgo, por ejemplo, hay gente que la ponen de líder y no sabe en su vida como se ha llevado una nota es mucho de ser autodidacta. (Entrevista exclusiva, 2022)

En conclusión, todo esto debe generar un nuevo discurso, al que contribuirá la reflexión crítica y el debate como fuente de análisis e innovación para ofrecer una educación de calidad. Lo anterior refleja que el saber y el conocimiento son, hoy en día, una exigencia para el desarrollo del profesional y el bienestar social.

De igual forma, las redes sociales generan gran interés puesto que estas nuevas plataformas de comunicación tecnológica del siglo XXI han cobrado significativo auge en nuestra sociedad, por esta razón, mucha gente se informa y opina acerca del acontecer diario por medio de estas nuevas tecnologías, en este sentido, Leslie argumenta;

Las plataformas y redes sociales juegan un papel fundamental, ya no hace falta que las figuras públicas convoquen a una rueda de prensa para informar; saben que ya no es necesario destinar tiempo, energía y recursos para una

rueda de medios, cuando simplemente pueden hacer un Live, que actualmente es lo que está de moda. (Entrevista exclusiva, 2022)

Las redes sociales se han vuelto importantes para el periodismo. Antes yo no usaba Twitter, actualmente mantengo activada las notificaciones de esta red social para enterarme si habrá algún evento importante; por ejemplo, en la Cámara de Diputados o dar seguimiento a alguna figura pública que pueda complementar mi trabajo en el ámbito político, las nuevas tecnologías, han venido a revolucionar muchas cosas no solo en el periodismo, y éstas se vuelven cada vez una forma de conseguir información, referencias, herramientas de búsqueda, coberturas, notas, marchas, transmisiones en vivo etcétera. De igual forma, me sirven para contactar a mis entrevistados. (Aura García, entrevista exclusiva, 30 de septiembre de 2022)

Por otra parte, las redes sociales se han convertido en el actual escenario de crisis, en un caudal descontrolado de informaciones que tienden a polarizar las opiniones, a alimentar las controversias y a sembrar desconfianza.

El nacimiento de iniciativas digitales y unidades en las salas de redacción dedicadas a la verificación de datos o conocidas en inglés como mecanismos de “*fact checking*”; sitios web como www.chequeado.com en Argentina o Politifact en Estados Unidos han sido pioneros en esos procesos de verificación de datos. Desde finales del Siglo XX ya se hablaba de la necesidad de que los medios promovieran una cultura de la verificación en las redacciones. (Restrepo y Botello, 2018, 8)

Los medios y con ellos los periodistas deben definir nuevos modelos comunicativos adaptados a estos espacios virtuales donde recuperen su legitimidad y contrarresten la problemática expansión de la desinformación. Iván López menciona que;

El futuro del periodismo es incierto. Vivimos en una etapa muy interesante en el periodismo del “boom” de las redes sociales, las plataformas pueden cambiar, todas las redes sociales explotaron junto con esta parte del periodismo o mejor dicho el periodismo explotó con esta parte de las redes sociales y es muy interesante que va a pasar después en esta parte de interactuar más en nuestras redes sociales, el estar con nuestros lectores o nuestra audiencia pero después que, yo creo se va ir incursionando aún más, pero yo creo que hay profesionalizar más nuestro trabajo, debemos de estar más atentos en los que hacemos para que nuestros lectores confíen en nuestro trabajo y en lo que hacemos. (Entrevista exclusiva, 2021)

En redes sociales tienes que pensar en cómo escribir tu nota, agregar un audio, recortar, editarlo, pero al mismo tiempo cómo presentarla, divulgarla y buscar estrategias para utilizar las redes sociales, en las galerías de fotos, infografías y pensar en varios formatos. (Aura García, entrevista exclusiva, 30 de septiembre de 2022)

El periodismo ha sufrido cambios drásticos en la última década. Las nuevas tecnologías y la digitalización han hecho que la actividad periodística sea muy diferente a la que se practicaba, por ejemplo, a finales del siglo XX. Las redes sociales, Internet, las *Fake News* y el nuevo ecosistema digital ha propiciado a que el periodismo día a día busque nuevas alternativas para estar en tendencia con los nuevos avances tecnológicos, por tal razón, Miguel Teposteco afirma lo siguiente;

Es complejo distinguir la línea entre influencers y periodistas. Se hablado de que los influencers son vacíos y frívolos, pero los medios, en sí mismos, no generan un buen contenido. El hecho que utilices Facebook para comunicar no te hace mal periodista; las plataformas van a perder esta idea de que son totalmente frívolas y los periodistas tendrían que tener una identidad concreta

eligiendo la información que van a plantear, saber elegir su información, es decir, el periodismo va a tratar de conseguir mejores herramientas para estar a la par de la información estar un paso adelante a la generación de mentiras que es muy común en esta época. (Entrevista exclusiva, 2022)

En conclusión, los que practicamos esta profesión sabemos que nos enfrentamos a la era del cambio, de la metamorfosis informativa que envuelve a lectores, empresas informativas y trabajadores, el periodista puede ser más que eso y que la adaptación es la característica que posiciona al comunicador del siglo XXI como una de las nuevas rutinas comunicativas;

El periodismo digital tiene un papel muy fundamental en la actualidad, y es muy importante que los jóvenes estén atentos a estos cambios que se han ido desarrollando a través de las últimas décadas y años porque no nos podemos quedar estancados en las generaciones pasadas sino que debemos de aportar algo más, tenemos las herramientas digitales y es muy enriquecedor tenerlas porque anteriormente no se contaban con ellas es algo que debemos de aprovechar al máximo, un periodismo de calidad lo podemos hacer sin duda. (Iván López, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021)

Por consecuencia, Miguel Teposteco añade que; hay que actualizarse; es importante estar en un diálogo constante con el pasado y el futuro. En lo personal, me gusta leer los clásicos porque lo nuevo no siempre es lo novedoso, algunos autores como, Manuel Gautier y Altamirano, hay algo que actualmente podrían enseñarnos, y que ciertamente las nuevas tecnologías podrían revelarnos cosas que no sabíamos. (Entrevista exclusiva, 2022)

El periodismo no debe tener miedo a la digitalización y al avance tecnológico. Los medios de comunicación deben evolucionar constantemente, adaptarse y, sobre todo, mantener sus valores de independencia y verdad.

Además, Fannia Cadena argumenta que un periodista debe de saber manejar estas tecnologías de la información, saber usar estas herramientas, que le exigen hoy en día para hacer periodismo digital, lo que son las redes sociales, las plataformas digitales, estas nuevas tecnologías es un medio por el cual un periodista, se informa o consigue información para sus notas, por ejemplo, con la pandemia se empatizó más de poder manejar las herramientas digitales, por medio de Zoom, Meet etcétera, pero es un reto o desafío para poder entender estos medios en los cuales piensas transmitir información. (Entrevista exclusiva, 2021)

Asimismo, Fannia Cadena menciona las redes sociales han tenido relevancia, actualmente con la pandemia se han visto manifestaciones a través de estas redes sociales, incluso anteriormente antes nadie veía el Canal del Congreso de la Unión, ahora ya con estas nuevas tecnologías, es la forma en la que nos mantenemos informados sobre lo que sucede, las redes sociales han facilitado a que la gente esté mayormente informada, pero también más politizada, lo que está pasando en la vida pública del país. (Entrevista exclusiva, 2021)

Somos los periodistas las figuras clave para construir los nuevos códigos informativos, repensar los géneros y, a través del uso inteligente de las aplicaciones digitales, los responsables de crear las bases para que la sociedad redimensione la importancia de contar con informadores y comunicadores profesionales que actúen como agentes de cambio, crítica, denuncia, experimentación y causantes de reflexión, debate y pensamiento con respecto al acontecer del mundo. Lo que

significa que tenemos mucho trabajo por delante y que, sin duda, debemos hacerlo de la mano de la reflexión, la ética y la credibilidad. Con base en esto podemos continuar con el reto de verificación de información en la red.

3.5.1 Instantaneidad

El universo digital afecta el trabajo de los periodistas, uno de ellos es la capacidad de contar lo que ocurre en tiempo real. Es decir, aprovechar la instantaneidad del formato. En este sentido, se presenta una ambivalencia que es importante destacar. Si bien la ganancia de tiempo (por ejemplo, al hacer posible evitar ciertos desplazamientos para obtener información).

El recurso de la instantaneidad como una de las características del periodismo digital relega los ritmos de los medios impresos, que implican por regla general tiempo suficiente para checar la información, y ocasiona dilemas que hasta ahora eran exclusivos de la radio y la televisión: ofrecer una primicia, con el riesgo de equivocarse y herir la credibilidad del medio.

El periodismo digital es inmediato, puede estar al alcance de cualquier persona, tenemos un teléfono celular o una computadora y puede llegar cualquier noticia algún reportaje, columna, es la inmediatez; la tienes ahora en tus manos una desventaja es la parte que ya cualquier persona puede manipular un texto o una noticia que no se verdadera de interés político o cualquier otra índole es un arma de doble filo, pero yo creo que el alcance que tenemos en el periodismo es magnífico. (Iván López, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021)

Asimismo, Carlos Iriarte periodista de Milenio señaló que, “con las nuevas tecnologías, concretamente el microchip y el internet, se había emprendido la consolidación de nuestra actual era digital. Esta revolución ha abierto ventanas de oportunidad, pero lo cierto es que, de igual modo, ha supuesto retos y desafíos que no deben ignorarse”.

Por otra parte, Aura García declara que la instantaneidad es una desventaja, puede llevar a prácticas poco profesionales o éticas, puedes subir información incompleta o no verificada, precisamente como la información se sube a redes sociales, y tienes la presión del tiempo todo lo pueden compartir, puedes caer en la desinformación. (Entrevista exclusiva, 2022)

La instantaneidad de la información, es que podemos acceder a la misma generalmente de forma rápida y eficaz. La rapidez de acceso es de gran importancia para el usuario, una investigación realizada al respecto señaló que aquellas páginas web que tardaban en descargarse más de 20 segundos eran consideradas lentas por los usuarios y rechazadas, esto es no las volvían a visitar.

Fannia Cadena menciona, que las nuevas tecnologías exigen una inmediatez que antes no existía en el periodismo, tenías más tiempo para trabajar una noticia, sin embargo, actualmente nos hemos acostumbrado como sociedad que todo lo queremos de forma inmediata, no solamente la información, estamos acostumbrados como sociedad a tener las cosas rápido, que hoy en día, es una desventaja para el periodismo. (Entrevista exclusiva, 2021)

Las redes sociales son una de las principales plataformas para acceder a esta información de manera instantánea, considerándose un espacio primordial para publicar contenido periodístico.

Iván López describe:

Las redes sociales juegan un papel importante de brindarnos información cualquier persona que va caminando o va en el transporte o incluso está en su casa es la que se informa primero en Twitter, Facebook e Instagram lo tienes a la mano en redes sociales; y más las nuevas generaciones

difícilmente escuchan radio en estos tiempos o ven algún programa de televisión (noticias) es tan maravillosa la inmediatez y la velocidad que tenemos en el celular muchas personas optan por estar atentos a estas noticias a través de los dispositivos y también a los medios que se han ido involucrando más y entendiendo que no se tiene que quedar encasillados en lo que hacían antes y ves a medios importantes a nivel internacional que ya están incursionando en TikTok o diversas plataformas. (Entrevista exclusiva, 2021)

Por otro lado, tenemos uno de los grandes retos ante la velocidad de la información el crear contenido de manera rápida, en este contexto se presentan algunos de los desafíos que las nuevas tecnologías están generando a la profesión, y que urge atender para formar periodistas con las habilidades necesarias, para aprovechar las ventajas que las nuevas tecnologías ofrecen.

En la opinión de Fannia Cadena el periodismo tradicional maneja diferentes tiempos, por ejemplo, un reportaje necesita de investigación y en el periodismo digital es más inmediato, mientras estás en una conferencia, ya estas mandando lo que está sucediendo, algún adelanto de lo que está sucediendo, el medio digital exige mucho ritmo de trabajo incluso se llega a triplicar el trabajo por esta inmediatez. (Entrevista exclusiva, 2021)

Desde el punto de vista de Leslie Peniche; un periodista web tiene que sacar la nota si o si, además tienes que desarrollar habilidades como la rapidez; hay noticias que no te dan tiempo, por ejemplo, las sacas o las subes, porque en algunos casos es tu deber subirlas te ganan la nota o te ganan el tráfico entonces tienes que aprender a reaccionar, es algo que tenemos bastante más desarrollado los periodistas web. (Entrevista exclusiva, 2022)

Con relación a esta idea, Miguel Teposteco afirma; así como han evolucionado las noticias, también en la redacción he notado que los periodistas de la vieja guardia no escriben rápido, y es una cuestión de que las máquinas de antes eran unas máquinas durísimas y la falta de conocimiento de estas nuevas tecnologías. (Entrevista exclusiva, 2022)

Es un hecho que las imágenes, fotografías, videos, videojuegos, han ganado en el siglo XXI un lugar privilegiado en el campo de las comunicaciones, pero también en el de la investigación y la trasmisión de conocimiento. Y es irrefutable que la era digital y el uso de las tecnologías de la información han potencializado esta situación, al grado de que hoy muchas cosas se tratan de explicar a través de estos medios.

Igualmente, Nayeli Reyes sostiene; gracias a la rapidez; ya no es lo mismo como en lo impreso que salía una nota hoy, pero paso ayer; entonces esto es al momento si está temblando estás escribiendo mientras está temblando la velocidad y la verificación inmediata es algo que, como periodista online, tienes que ir puliendo porque tienes que ser rápido, creativo, veloz y verificar la información todo al mismo momento, entonces todo esto se deriva como una locura. (Entrevista exclusiva, 2022)

El periodista digital, Carlos Iriarte asegura que “la era digital, sin duda, ha permitido que nuestras habilidades se potencian y podamos realizar actividades de forma simultánea, lo cual, a su vez, genera una consecuencia en nuestro trato con otras personas que no están en el mismo mundo digital; creando, inconscientemente una

forma de relación social, que de manera selectiva establece nuevas posibilidades de vinculación o comunicación”.

Internet ha cambiado el oficio de la profesión periodística, puesto que, tras el desarrollo de la segunda convergencia de comunicación y el *boom* de las redes sociales, se ha generado un crecimiento excesivo de información en el ciberespacio que, en muchas ocasiones, carece de veracidad e identificación de géneros periodísticos. Sin embargo, estos desafíos se han llevado por la falta de tiempo que se tiene al crear una nota. Leslie Peniche menciona; a veces son cinco minutos y no es exageración, tienes que sacar una nota y si se puede en menos tiempo, es sacar de todo a todo desde que este estructurada hasta que esté en redes sociales; entonces para mí, el periodismo web es la herramienta a la que no podemos resistirnos más los periodistas y que tenemos que aprender a usar y también, hacerlo de una manera ética, con nosotros mismos y nuestros principios académicos. (Entrevista exclusiva, 2022)

Ahora lo primero que hacemos al amanecer y lo último que hacemos antes de dormir es revisar cualquier dispositivo móvil que nos permita mantenernos conectados con el universo digital.

El periodista Pedro Zuazua del diario El País añadió que los dispositivos móviles y la inmediatez han cambiado los horarios de trabajo en las redacciones. “Hoy un periodista trabaja 24 horas al día. Hoy las redacciones las abren 50 personas al día, hay noticias de madrugada que se tienen que cubrir porque la gente demanda esa información”, sostuvo el ponente. Zuazua señaló también que “los medios han tenido que adaptarse a los lectores estableciendo nuevos horarios de flujo de información: 07:00h, 14:00h y 21:00h”.

Por otro lado, Leslie Peniche menciona hay muchos compañeros que también trabajan en *web* y creen que crear una nota *web* es aventar basura al Internet y es necesario tener una preparación, yo en mi caso he tenido tanto curso de temática SEO para aprender a mejorar mis notas. (Entrevista exclusiva, 2022)

Los cambios que estamos viviendo en la tecnología, ahora más que nunca en el periodismo debemos de aprender a sobresalir y a destacar por tener una visión integral estratégica en el manejo de la comunicación, conocimientos y apertura al cambio de las dinámicas en las redes sociales.

Asimismo, el periodista Gumersindo Lafuente argumenta que “la inmediatez de la noticia no debería rebajar la calidad ética de los periodistas. Es verdad que trabajar en tiempo real nos obliga a tomar decisiones importantes con gran rapidez, por eso es muy importante que los medios tengan en esos puestos de última hora a profesionales capacitados y experimentados. Si los periodistas lo hacemos bien, marcaremos la diferencia con las redes sociales”.

En esta misma línea, Leslie Peniche recomienda; no se conformen con lo que aprendieron en la escuela porque se van a dar cuenta que cuando lleguen a una redacción real, es diferente a lo que te enseñaron en la Facultad así hayas asistido a todas las clases de lunes a viernes, hay cuestiones que como periodista *web* no te dicen; por ejemplo, en una entrevista tienes que sacar la entrevista lo más rápido posible con la figura pública, y además, no te puedes poner nervioso o tardarte mucho tiempo para sacarle información, es algo que no te enseñan en la Facultad. (Entrevista exclusiva, 2022)

Es importante que las futuras generaciones estén preparadas para afrontar estos retos que impone el periodismo *online*, asimismo, reforzar el plan de estudios académicos y la ética profesional.

La periodista Paula Pérez Blanco del diario El País asegura; “un buen periodismo será capaz de entregar a sus lectores información de calidad, veraz y contrastada independientemente del soporte o formato, porque ante todo debemos ser conscientes de la gran responsabilidad social que tenemos en nuestro ser y del favorecimiento de nuestra profesión al crecimiento y evolución de la sociedad”.

3.5.2 Algoritmos

Las tecnologías de la información y su impacto en el periodismo digital obligan a asumir retos en el aprendizaje de nuevas técnicas para el procesamiento de datos e información. En el contexto actual, nos encontramos con un abanico de herramientas y recursos *online* que, en algunos casos, causa cierto desasosiego a periodistas y otros profesionales de la comunicación, sobre todo, aquellos cuya incursión en el campo tecnológico.

El periodismo digital tiene un reto al publicar su contenido en redes sociales, en internet en donde se maneja muchas veces por algoritmos, los algoritmos en redes sociales e Internet son el conjunto de normas de programación que hará que una publicación se muestre mucho o poco en una red social, así como también, las decisiones de a quién y cuándo se mostrarán dichos posts.

En esa línea, Vilma Núñez, especialista en redes sociales, explica en su blog profesional que, ya sea Twitter, Instagram o cualquier red social, la finalidad en esta dinámica es brindarte información personalizada a través de diferentes operaciones

sistemáticas, pero cada una tiene un algoritmo propio que trabaja en función de sus objetivos.

El reto de los algoritmos en el periodismo digital, aparte de verificar la información, ser inmediato y conciso, el periodista digital debe ser consciente que a pesar de que sigas las reglas y los parámetros de posicionamiento, debes cuidar el contenido que creas para tus seguidores, ya que este contenido es crucial para mejorar tu posicionamiento y lograr mayor participación, además, adaptarse a las exigencias de cada red social, pero no incurrir en malas prácticas que vayan en contra de las políticas de cada red, porque podrías ser penalizado o bloqueado. Es recomendable que los periodistas *web* revisen las normativas de las diferentes plataformas para no cometer consciente o inconscientemente faltas graves.

En consecuencia, Leslie Peniche sostiene; el periodista digital, siempre debes de estar actualizado, porque además vas a una velocidad sorpréndete muchas veces las redes sociales ya te cambiaron el algoritmo; y ya no estás escribiendo para la gente que escribías ayer, porque ya las búsquedas y las normas son otras y la forma de redacción de la propia red social y la difusión te está dando otras, cabe mencionar que en ningún tiempo que llevo trabajando para *web*, he dejado de aprender cómo mejorar este trabajo, como acercarte al público y qué palabras usar. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, el desarrollo de la profesión periodística, según Zuazua, ha tenido que adaptarse a las exigencias de la red de redes, y que a la hora de escribir para *web* se tienen en cuenta las aplicaciones prácticas del posicionamiento en Internet, es decir, el SEO, el uso de palabras claves, los enlaces y la promoción en las redes sociales. “Hoy en día un periodista tiene que pensar en un buen titular para adaptar su mensaje a las redes. En las redacciones contamos con diseñadores, ingenieros y expertos en SEO que nos ayudan a situar nuestro contenido en la *web*”, afirmó.

Con relación a esta idea, para *Alain Joannès* (2011, p.24), periodista francés experto en nuevos medios y autor de *Data Journalism. Bases de données et visualisation de l'information*, “no se trata ni de una revolución ni de un nuevo periodismo, sino, simplemente, de una búsqueda y tratamiento de información mediante las herramientas que disponemos actualmente y para una audiencia, también, actual.”

Leslie Peniche afirma que existen normas rigurosas en internet, si te exigen una nota que aporte algo, tienes ya muchos limitantes por así definirlo de parte de las comunidades de Facebook, Google o cualquier red social hay un apartado en cada red que se llama normas comunitarias que esto va de la mano con las publicaciones de un portal *web*, las normas comunitarias de Facebook en donde, por ejemplo, no puedes publicar desnudos, menores de edad, palabras de llamamiento al odio o racismo todas estas cuestiones Facebook te las va penalizando, digamos que todo está de la mano, si en Facebook te penalizan en Google vas más o menos por lo mismo, si de pronto tu nota ya no tiene alcance o tanta visibilidad en redes sociales es casi lógico que de la mano Google también te va a penalizar. (Entrevista exclusiva, 2022)

En esta misma línea se pronunció el director del diario *Público* José María Crespo, “el periodismo tiene que ceñirse al funcionamiento de los buscadores de internet y, además, en un periodo donde se consume información a tiempo dispares, las redes sociales son fundamentales para la difusión de contenidos. En el periodismo digital si no te detecta Google, la información no existe”, señaló.

Entonces, nos podemos preguntar, ¿qué es lo que hace que podamos hablar ahora de una era de los algoritmos? La razón para esto es por la creciente influencia de algoritmos que toman decisiones que antes eran humanas. En su momento, se predijo que el mundo iba a estar dominado por la inteligencia artificial, y este dominio se está expresando en nuestros días a través de sus algoritmos (Dörr, 2016; Orgeret, 2020)

Para el periodismo *web* los algoritmos han sido un gran reto ante el escenario digital, ya que, de cierta manera, estas tecnologías de la información han tratado de gobernar nuestras vidas, poniendo una serie de limitantes con la información, podría considerarse un arma de doble filo, porque muchas veces el contenido delicado, de alguna investigación como asesinatos, feminicidios, violencia etcétera., podrían censurarse con estos algoritmos, por consecuencia, ocultando la verdad.

Agregando a lo anterior, Miguel Teposteco menciona que en las redes sociales o internet hay algoritmos que intentan desestabilizar emocionalmente a la gente, inteligencias artificiales que buscan molestias a la gente; muchas veces son algoritmos que intentan complementar, pero no generar. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, Nacho Cardero, director de *El Confidencial*, añadió sobre este tema que la base del periodismo digital es redactar un contenido que se adapte a las nuevas técnicas de lecturas, a los nuevos soportes y, sobre todo, a los motores de búsqueda. También es necesario concebir Internet como algo positivo ya que, este nuevo soporte, nos brinda “mil oportunidades más” para enriquecer nuestros contenidos en el periodismo digital.

Asimismo, Leslie Peniche recomienda que; el reto de las tecnologías es interminable, lo que hoy es SEO mañana será otra cosa, no es viable aprender al cien por ciento, si a Google se le ocurre a cambiar su algoritmo no sirvió de nada, incluso si aprendiste Photoshop en la Facultad ya valió, porque, tal vez mañana Photoshop ya sacó tres versiones más, a veces no tienes que saberlo todo al máximo, pero un periodista si debe de saber dominar casi de todo, aun así, es complicado saber de todas las herramientas en la actualidad. (Entrevista exclusiva, 2022)

En la misma línea, Nayeli Reyes afirma; debes saber dominar la tecnología con la que estás trabajando, al final del día cualquier programa lo aprendes, por ejemplo,

CMS lo vas a encontrar, en cualquier medio utilizan programas diferentes y estilos hay muchas cosas distintas al final el adaptarse a la tecnología, algoritmos etcétera lo tienes que hacer si o si por que al final del día, en *web* nunca vas a terminar de conocer la tecnología es muy complicado. (Entrevista exclusiva, 2022)

3. 5. 3 La guerra del clic y costos

Con el cambio de escenario en el periodismo *web* ha traído un mal periodismo, que se traduce en el sensacionalismo, la banalidad y la guerra del *click*. Se vuelve en una búsqueda desesperada por querer tener audiencia a cualquier precio. El uso de titulares clickbait se ha vuelto común en el mundo periodístico, combinando estrategias del marketing para captar la atención de potenciales lectores, como el uso de signos de interrogación o apelando a la incertidumbre o a las emociones para lograr su finalidad.

El clickbait o click baiting es una técnica, principalmente de escritura que tiene como objetivo, conseguir visitas a nuestra *web* para aumentar nuestros ingresos publicitarios, su finalidad, es crear un titular muy llamativo para que los usuarios hagan clic sobre el enlace y de esta forma conseguir más visitas a nuestra web que serán monetizadas a través de publicidad.

Con la llegada de la digitalización, las fuentes tradicionales de ingresos de los medios, las ventas de productos impresos o audiovisuales y la publicidad se resintieron. Así pues, el problema de partida ahora es cómo financiar el periodismo, ya que, por el momento, los recursos que llegan a las empresas periodísticas resultan insuficientes, por lo que deben replantear la estrategia y diversificar las fuentes de ingresos.

Del mismo modo, Leslie Peniche, afirma actualmente veo las ofertas laborales y son cinco puestos por uno; ya no solamente quieren un reportero o redactor ya eres

reportero, redactor, editor, diseñador, ilustrador y, en el peor de los casos, editor de video. Varios trabajos por un salario. El hecho de educarnos es importante, y es importante que las nuevas generaciones no pierdan la preparación en *web* porque sigue siendo deficiente. (Entrevista exclusiva, 2022)

Sin embargo, uno de los retos principales es la capacidad de adaptación e innovación al periodismo. Por el mundo digital, se ve obligado a aprovechar y adaptarse de las herramientas interactivas, multimediales e hipertextuales, para así entender las necesidades y deseos de la audiencia por medio de los equipos digitales. La creatividad es un elemento clave que los periodistas utilizan para reportear y redactar sus notas. Hoy en día, si queremos información de calidad y oportuna. ¿A quién creer y por qué? O ¿cómo ser creíbles?

En esta misma línea, Jesús Maraña periodista y editor de Infolibre, aseguró “el descrédito del periodismo está en el origen de la profunda crisis de los medios, por delante incluso de la crisis económico publicitaria y de la revolución tecnológica, ya que durante demasiado tiempo se ha afrontado la crisis mediática como un problema exclusivamente de modelo de negocio, olvidando que sin credibilidad el periodismo no es útil ni cumple la función que lo define en democracia: la de vigilar y controlar al poder y hacer público lo que a distintos poderes interesa mantener oculto, afirmó”.

Esta lucha por el clic ha desembocado en la superproducción de noticias, un afán por captar un mayor número de audiencia, sin detenerse a pensar en el que contenido que se les entrega, que en muchas ocasiones carece de un trasfondo real o incluye información que no ha sido contrastada y que puede resultar falsa.

En esta línea, Leslie Peniche afirma, el periodismo lamentablemente llega ser una carrera de ego porque es muy bonito ver tu nombre en las notas impreso, al final de cuentas, tú no estás trabajando para que tu nombre se vea bonito en esas páginas

a menos en mi generación hay muchos compañeros que confundieron el camino y se volvieron en este duelo de egos más allá de contar una historia. (Entrevista exclusiva, 2022)

Asimismo, Fannia Cadena argumenta, el periodismo digital también entra en esta competencia por quien publicó primero la información, ya no es tanto por la información que contiene la nota si no por ser el medio de quien lo publicó primero, entonces los medios están contra reloj en estas competencias, ya no es de si es buena o no la información, es algo desagradable del periodismo digital. (Entrevista exclusiva, 2021)

La disminución en las ganancias de los medios, la falta de rigor periodístico, las carencias de habilidades digitales en las salas de redacción y la creciente influencia de las redes sociales, han hecho que el periodismo se sostenga de un hilo muy delgado que amenaza con hacer desaparecer muchas de las buenas prácticas del periodismo, entre ellas su habilidad para interpretar el contexto de los hechos y de ser aquella señal roja que alerta a la sociedad cuando las cosas no marchan bien en la democracia. También afirman que las políticas públicas no van acordes con las necesidades de la gente, y que es el periodismo el que ha dado aviso con anticipación sobre muchas de las crisis económicas, políticas o sociales en el mundo y ha dado espacio para que los ciudadanos exijan rendición de cuentas a sus gobernantes. (Restrepo y Botello, 2018,15)

Asimismo, Nayeli Reyes menciona se ha vuelto complicado el periodismo web por la guerra del clic, el discernir que si es una nota y que no es una nota es un gran reto porque una nota, un ejemplo, de Moni Vidente te va a dar muchos más clics a una nota de periodismo serio; se han rebasado muchos límites, sin embargo, no digo que pensar en el clic está mal pero creo que si se han dejado de lado esa cuestión de empatizar, hay límites que se han

rebasado y pareciera que cualquier mensaje es periodismo. (Entrevista exclusiva, 2022)

En esta línea, Leslie Peniche menciona, la desventaja del periodismo web, se convierte en una penitencia, por ejemplo, la instantaneidad, el servicio de inmediatez y que el otro te gane la nota; se te pueden ir cosas tanto de estilo o redacción que muchas veces es editable, pero la gente también se clava mucho en eso, sin embargo, es conjuntar lo bueno del periodismo tradicional con lo bueno del periodismo digital; ir cambiando el chip, el querer engañar, mentir o generar vistas puso cosas grotescas como el utilizar a mujeres es uno de los grandes retos del periodismo *web*. (Entrevista exclusiva, 2022)

Además, el periodista digital no debe contentarse con buscar las fuentes que puede encontrar en la Red, sino que también debe buscar fuera de ella. La recopilación de información no digital y su posterior introducción a la Red puede acabar siendo una de las principales características de los buenos periodistas digitales. El buen periodista digital debe ofrecer a los usuarios las fuentes que muestren públicamente sus contenidos.

No obstante, Leslie Peniche afirma, las nuevas generaciones ya no les importa tanto la veracidad de la información, lo único que quieren es producir y ver qué temas virales se agarran y ser los número uno, tener un montón de números, es una de las desventajas robotizan mucho el trabajo del periodista y te obligan a vivir en un constante estrés y una competencia hasta con tus compañeros porque todo es medible afortunadamente; y desafortunadamente todo se va volviendo una competencia por estar en el número uno del ranking. (Entrevista exclusiva, 2022)

Por otro lado, el entorno actual de los medios de comunicación registra una severa caída de las tiradas en papel de los diarios y un número de suscripciones insuficiente para sostener las redacciones, de manera que la prensa depende cada vez más de la publicidad online que es la única partida publicitaria que se ha visto incrementada en los últimos años.

El periodismo digital se ha querido convertir como un negocio donde cualquier nota que te pueda generar ingresos es tratada con más especialidad, el consumidor actual está siendo ampliamente atraído por estas nuevas ofertas, generando que los periodistas perciban un distanciamiento con sus habituales consumidores.

Del mismo modo, Leslie Peniche afirma, los costos todo se ha abaratado hasta los salarios y esta es la parte triste dentro de las desventajas del periodismo *web*; yo pondría inmediatez, abaratamiento de los salarios, hay mucha gente dispuesta a hacer el mismo trabajo que tú haces por menos dinero, suena ególatra, pero con menos calidad porque también es cierto que las personas que nos formamos como periodistas tenemos un interés genuino en comunicar; tenemos un interés real en dar a conocer una noticia, en hacerla entendible. (Entrevista exclusiva, 2022)

Según los datos del Estudio General de Medios EGM (2018). La digitalización, primero, y la llegada de Internet, después, ya habían empezado a transformar profundamente el entorno y los modelos de negocio de diarios, revistas, radios y televisiones. Los diarios, por ejemplo, ya habían evidenciado su debilidad entre 1996 y 2001, cuando el número de lectores descendió del 38.2% hasta el 35.9% de la población mayor de 14 años; unos años en los que la penetración de internet estaba pasando de ser testimonial a minoritaria o, lo que es lo mismo, de 342,000 usuarios al mes en 1996 hasta 7.1 millones en 2001, según la fuente antes citada.

Por añadidura, Nayeli Reyes agrega; ha sido un gran reto ir comprendiendo los modelos de negocio, por cómo van a sacar dinero de esto, no es como que te compren el periódico a diez pesos y ahí está tu retribución, en web implico si es por medio de suscripción, si es por publicidad y además, Google cambia algoritmos; si ha sido muy complicado a la fecha los medios se siguen adaptando de lo impreso a la web pareciera que ya todo está muy planchadito pero no es así, es muy difícil, por ejemplo, hay medios que están abordando por la suscripción pero la gente no está acostumbrada a pagar información digital si lo puedes ver gratis en TikTok o en cualquier red y además que le vas a ofrecer para que aparte te pague por leer o por ver; la gente no está muy acostumbrada al menos en México. (Entrevista exclusiva, 2022)

El internet nos ha facilitado muchas cosas. Tiene dos vertientes, una donde el periodismo se volvió frívolo rápido y también por la precarización del trabajo; me ha tocado oír que muchos periodistas tienen muchas garantías de trabajo, pero la mayor parte de los reporteros de ahora no las tienen, entonces, por dentro su trabajo es más difícil. (Entrevista exclusiva, 2022)

Además, Salaverría (2015) bautiza como “periodismo viral” a este nuevo paradigma informativo que afecta a la manera de seleccionar y elaborar la información, y lo identifica con un uso intensivo de las redes sociales con fines periodísticos, pero también con determinados métodos que buscan incrementar el éxito de las noticias en un entorno extremadamente competitivo: “los medios han depurado sus técnicas de uso de las redes: titulan con trucos orientados a obligar al usuario a hacer clic, difunden noticias en Twitter en momentos estratégicos para multiplicar su eco en Twitter, incluyen vídeos especialmente editados para su disseminación en Facebook... El objetivo, en fin, es hacer un periodismo que se inocule con la facilidad de un virus” (Salaverría, 2015: 19).

Por lo tanto, Leslie Peniche sostiene que la información que aporta el periodismo *web* se vuelve producto; ya no es la idea de ayudar a la gente a contar un hecho, actualmente hay muchas más ventajas para los lectores que para los periodistas. (Entrevista exclusiva, 2022)

Sobre todo, es importante que el periodista no pierda esa esencia de la ética periodista, el querer manipular, obtener vistas o ganar fama, debe ser consciente de lo que puede llegar a publicar y que tan delicado puede ser, que ante todo no se pierda la sensibilidad y empatía. Etimológicamente, ética proviene del griego *ethos* que significa costumbre, carácter, modo de ser a través de los hábitos, la ética sería la teoría de las costumbres del hombre. En la actualidad, sin embargo, el término ética se concibe como la rama de la filosofía que estudia la bondad, la maldad, la validez, la razón y el juicio de las acciones de los seres humanos.

Hacer notas virales no es lo que me enseñaron, conforme he avanzado y he pasado de trabajo en trabajo tuve un crecimiento profesional, aun así tienes que actuar muchas veces a través de los gustos y tendencias, es un poco de todo, porque si te interesas en mejorar tu trabajo y en ofrecer estos contenidos e involucrarte con tu trabajo es más fácil no caer en el engaño, tal vez en algunos casos tienes que seguir páginas que no te gustaría seguir y tienes que estar al tanto de algunos temas que a lo mejor no te encantarían. (Leslie Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022)

Adicional a lo anterior, la ética periodística no es lo mismo que un catálogo de deberes en el quehacer informativo; es más bien una voluntaria disposición actitudinal por actuar adhiriéndose a valores superiores encaminados al fiel registro y comprensión de la realidad social.

El gran reto como periodista *web* es no traicionarte y no olvidarte de tu función como periodista así seas de espectáculos, finanzas, política; tú estás siendo

el puente o la herramienta para que alguien conozca algo que no conocía y que probablemente no lo entendería. Mi mayor reto es no caer en el conformismo. (Leslie Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022)

Fannia Cadena afirma que el periodista debe ser una persona con ética e íntegra, no dejarse llevar por el que les paguen bien por hablar bien de algún tema, ser una persona íntegra, y lo más objetivo posible siempre buscando dos opciones de fuentes de información para ser más ecuánime. (Entrevista exclusiva, 2021)

La tecnología se vuelve una pieza clave en el ejercicio del periodismo. Sin embargo, aun la preparación de estudiantes y egresados de la licenciatura en Comunicación y Periodismo no es la adecuada para transmitir mensajes digitales que generen alto impacto en nuestra sociedad. Asimismo, debe existir interés en que los docentes replanteen las carreras de comunicación y periodismo en aquellas facultades que han puesto permanentemente su mirada en la innovación tecnológica para que puedan cambiar las condiciones, acciones e implicaciones sociales de este proceso. El nuevo proceso de difusión, es un hecho chocante que deja atrás el desarrollo profesional de la Academia. Asimismo, enfatizando el crecimiento profesional y personal de los estudiantes de periodismo, sensibilizando a las nuevas generaciones sobre la esencia del periodismo y la ética profesional, y, sobre todo, como egresada de la carrera de Comunicación y Periodismo, exigimos oportunamente a la dirección académica, coordinadores y profesores que imparten cursos de cambio de emergencia; a través de eventos, prácticas y un enfoque de plataforma verdaderamente digital.

El periodismo es una carrera retadora todos los días porque no sabes qué va a pasar todos los días. Su encanto es el que nunca tienes un día igual al anterior a

menos que sean coberturas especiales. (Leslie Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022)

Conclusiones

El Internet se volvió una herramienta básica para la difusión de información de manera más instantánea, por lo tanto, transformó los quehaceres periodísticos en la forma de cambiar los formatos de impactar noticias.

El periodismo es una profesión que defiende la veracidad, respetando la información proporcionada y tomando en cuenta la ética periodística, un verdadero periodista es aquel que lucha por la búsqueda de la verdad sin importar las remuneraciones económicas que puedan existir. Por consiguiente, con la demanda del uso de Internet los medios de comunicación tradicionales han tenido que ir migrando hacia un nuevo entorno donde la información se mantenga más al alcance y más rápida, con ello cambiando ahora la forma de hacer periodismo.

La sociedad en la que vivimos que es una sociedad marcada por el uso excesivo de Tecnologías de la Información. Se transformó la manera de crear periodismo donde se mudó a un nuevo espacio, por lo tanto, ahora el periodismo se reproduce en plataformas digitales. El periodismo evoluciona al mismo tiempo que la tecnología lo hace, por eso, los diarios digitales que se encuentran en Internet han ido incluyendo más contenido audiovisual como imágenes, vídeos y audios.

La convergencia entre el periodismo tradicional y el digital es inevitable, pero mantendrá las bases de investigación, validación de datos, compromiso y credibilidad a través del manejo de dispositivos tecnológicos que permitan narrar y compartir información a través de múltiples canales virtuales. Se considera una nueva forma de hacer periodismo que exige la transformación del perfil del periodista, donde genera un cambio en la forma de redactar las noticias en la *web*.

Como se muestra en este proyecto los profesionales del periodismo si tuvieron que adaptar su modo de trabajo para la nueva redacción periodística donde la red tiene un uso de algoritmos que limita el empleo de palabras para la escritura en la red. Por lo tanto, cambió el método de trabajo que anteriormente se utilizaba para periódicos impresos, siendo este una limitación más corta en la red a comparación del medio impreso.

El periodista ha tenido que adaptar su perfil tomando en cuenta que ahora es para medios digitales, usar Tecnologías de la Información e incluso programas de edición, páginas *web* etcétera, que permitan reproducir contenidos periodísticos en la *web* en el que exista mayor apertura a los cambios, conocimiento de manejo de redes sociales y otras plataformas digitales además de agilidad para informar y habilidades, un nuevo lenguaje y variedad de formatos.

La proliferación de periódicos digitales está en auge en los cinco continentes, especialmente en Europa, América y Asia. Las ediciones digitales de los periódicos más relevantes están disponibles en casi todos los países. En algunos casos, muchos de los periodistas que escribieron para estos diarios aumentaron el número de publicaciones de sus páginas *web* y blogs, lo que es una nueva forma de hacer periodismo. La demanda de periodismo *online* es cada vez mayor es hallar profesionales que no solo sepan qué es y cómo es el periodismo digital, sino que sepan utilizar herramientas tecnológicas.

Los periodistas entrevistados mencionan que, poco a poco, con su conocimiento, fueron adaptándose a este cambio de medio y fueron las pocas capacitaciones que percibieron en los medios donde trabajaron, o incluso investigando por ellos mismos, viendo tutoriales que pudieron complementar el conocimiento sobre

programas de edición, fotografía o audio, fue así que fueron obtenido el conocimiento que se requería para la publicación de noticias en un nuevo espacio. El periodismo digital casi en su mayoría se basa en el uso de Tecnologías de la Información, asimismo, el periodismo ha modificado las reglas de publicar noticias. El papel de los periodistas es que, con la capacitación adecuada, pueden enfrentar el desafío de entregar información en diferentes formatos, casi en tiempo real. Incluso añadiendo su análisis de la realidad.

Los periodistas han tenido que ir aprendiendo poco a poco de estas herramientas tecnológicas en sus oficios que podría garantizar un buen desarrollo del periodista para la creación de periodismo *web*. Es importante hacer hincapié hacia el futuro digital, las escuelas de periodismo tomen en cuenta la poca enseñanza que se tiene para sobrevivir a las nuevas tendencias digitales.

El periodismo digital, como hemos comprobado, trajo consigo nuevos cambios con la llegada de Internet y el auge de las nuevas Tecnologías de la Información. El periodismo y los periodistas se han visto obligados a cambiar sus rutinas de producción. Los medios de comunicación y los nuevos periodistas también han dado pasos digitales. Cuando mencionamos sobre periodismo digital, imaginamos que hablamos solo escribir para un medio digital, sin embargo, escribir en medios digitales ya no es solo útil, los nuevos periodistas ahora deben comprender y controlar las redes sociales, los blogs, el análisis de datos, la optimización de motores de búsqueda y más.

El periodismo *online* no solo se centra en informar también, está enfocado en satisfacer las necesidades de los usuarios. El usuario se ha convertido en el centro. Ahora es importante comprender las necesidades de los usuarios y satisfacerlas a través de la comunicación y la redacción de contenidos.

Actualmente la figura de los periodistas es que tengan conocimientos y habilidades en el mundo digital que pueda proporcionar información útil para los lectores. Los periodistas entrevistados mencionan que fueron aprendiendo sobre estos medios digitales con la experiencia donde la fueron recabando en sus empleos, poco a poco tuvieron que ir adquiriendo estos conocimientos digitales y se vieron obligados a vivir esta transformación, conforme se fueron recabando las entrevistas se logró conseguir más características que conforma actualmente el periodismo digital, los cuales son los algoritmos en la red que se caracterizan por la limitación de la escritura en la red, por ejemplo, las redes sociales limitan palabras que induzcan a la violencia, maltrato, etcétera, por tal razón, los algoritmos en la red es uno del principal desafío para el periodismo digital ser creativo y buscar el modo de poder impactar la información en las plataformas sin ser censurado por estas, asimismo, la guerra del clic es conocido como la viralidad que tenga la nota en Internet, y con ello tengan impacto para sus lectores o llegue a más personas en cualquier parte del mundo, en consecuencia, se ven involucrados muchas veces a mentir o publicar notas amarillistas que inducen a la mala información del lector o en el caso de los periodistas a olvidarse de la ética periodística, y finalmente, los costos en el periodismo *web* con la llegada de Internet los medios impresos redujeron su tiraje y, por lo tanto, incrementó el despido de periodistas en las redacciones, en la adaptación murieron muchos medios.

Los medios digitales están enfocados a percibir sus ganancias por medios publicitarios, o por medio de suscripciones en sus diarios lo que hace que esta nueva adaptación tenga maneras de sobrevivir.

Al final, el periodismo no se está muriendo, es solo un espacio cambiante. El periodismo digital es la nueva era que vivimos, nos da acceso instantáneo a la información y es un tema de interés para los jóvenes que se están formando como periodistas. Las herramientas tecnológicas nos permiten aprender nuevas formas

de adquirir conocimiento y enfrentar los problemas sociales que vivimos actualmente.

Fuentes de consulta

Bibliográficas:

Acuña Limón, A. (1995). Nuevos medios, viejos aprendizajes. Las nuevas tecnologías en la educación. México. Universidad Iberoamericana. 1995. 200 p.

Alsina, Rodrigo (2001). Teoría de la Comunicación, Ámbitos métodos y perspectivas. Barcelona: Aldea Global. 2001. 121 p.

Álvarez, Marcos José. (1999). Tecnologías para la información periodística. España. SL, 1999. 206 p.

Bezunartea, O. (1988) La prensa ante el cambio de siglo. Bilbao. Deusto.1988. 256 p.

Bilbeny, Norbert. (2012). Ética del periodismo. Barcelona: Universidad de Barcelona, 2012. 152 p.

Cabrera, María. (2000). La prensa online, los periódicos en la www. Barcelona. Editorial Cims 97, S.L. 2000. 257 p.

Cabrera, María. (2004) Periodismo digital y nuevas tecnologías. Barcelona. Ariel 2004. 33 p.

Castels, Manuel (1999), La era de la información, vols. I, II y III, México, Siglo XXI Editores. 1999.

Canga Laregui, J. (1988). La prensa y las nuevas tecnologías. Manual de la redacción electrónica. Madrid. Deusto.1988. 521 p.

Cobo Juárez, Silvia (2012). Internet para periodistas, supervivencia en la era digital. Barcelona: UOC, 2012. 234 p.

Crovi Druetta, Delia (2003), Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, núm. 175, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México. 2003.

Estudillo García Joel (2001). Surgimiento de la Sociedad de la Información. México: Biblioteca Universitaria. 2001. 86 p.

Esther Arzate, José Luis López y Leticia Mancilla. (2017) Periodismo del Siglo XXI. México: NOTIMEX, (2017). 160 p.

Gómez, Aguilera, López Aguirre, Blanca, Nahayeli y José Luis (2019). "Agenda socio digital de la campaña presidencial de 2018. Temas, emociones y notas falsas que motivaron la interacción político-ciudadana". Torreón: Universidad Autónoma de Coahuila, 2019. 242 p.

Gómez Jose, Fedor Simón. (2016). La comunicación. Venezuela, 2016. 5-6 p.

Goodwin, Eugene. (1983). A la búsqueda de una ética en el periodismo. México: Gernika, 1983. 444 p.

Leer, Anne (2001). La visión de los líderes de la era digital. España: Pearson Education, 2001. 420 p.

León, Coordinador (2014). Periodismo, medios de comunicación y cambio climático. España: 2014. 192 p.

Liñán Ávila, Edgar. (2009). Géneros periodísticos. México: Porrúa, 2009. 73 p.

López García, Xóse y García Mercadé, Juan (1999). Periodismo de proximidad. Madrid: Síntesis S.A, 1999. 160 p.

Orozco Murillo, Rosalía. (2014) Retos y oportunidades del periodismo digital. México: UDG VIRTUAL. (2014). 121 p.

Orlando, Daniel, Icaza Álvarez, Gerardo Eugenio, Campoverde Jiménez, Verdugo Ormaza, Diego Efrain Arias Reyes, Pablo Danilo. (2019). El analfabetismo tecnológico o digital. Ecuador: Polo del conocimiento. (2019). 406 p.

Mandel, S. (1965). Periodismo moderno. México. Letra. 1965. 120 p.

Moiron, Sara (1994). Cómo acercarse al periodismo. México: Dirección general de publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994. 128 p.

Núñez Ladeveze, L. (1991). Manual para periodismo. Barcelona. Ariel Comunicación. 1991. 365 p.

Palacio, Luis (2018) Modelos de negocio de los medios digitales. Madrid Fundacion Dialnet. (2018). 22 p.

Pérez Soler, Susana (2018). Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales. Catalá: UOC, 2018. 142 p.

Piedrahita, Manuel (1998). Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XIX. Madrid, España: Universitas S.A, 1998. 274 p.

Restrepo, Javier Darío y Botello, Luis Manuel. (2018). Ética periodística en la era digital. Washington: ICFJ, 2018. 32 p.

Reyna, García. V. H. (2021). Los estudios sobre el periodismo digital en México: dos décadas de investigación dispersa. Comunicación y Sociedad, México: Universidad De La Salle Bajío, 2021. 23 p.

Riva Palacio, Raymundo (2013). Manual para un nuevo periodismo: Desafíos del oficio en la era digital. México: Grijalva, 2013. 232 p.

Saucedo Espinosa, Francisco Sánchez Garza, Juan Antonio. (2021). Periodismo digital, reconfigurando los modelos de negocio y representando un nicho de mercado para emprendedores. España: International Review Of Communication And Marketing (2021). 92 p.

Salazar, R. (2017). Cálculo de precio para membresía de acceso a sitio de noticias locales. Global Media Journal México, 2017. 78 p.

Soria, C. (1987). Las Nuevas Tecnologías. Sevilla. Sesiones Universidad de la información. 1987. 158 p.

Torres, Teodoro. (1939). El periodismo. México: Ediciones Botas, 1939.

Tuñón de Lara, M. (1986). La prensa de los siglos XIX y XX. Leio. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco. 1986. 500 p.

Vilamor, José (2000). Redacción periodista para la redacción digital. España: Universitat S.A, 2000. 503 p.

Zaragoza, C. (2002). Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia del Distrito Federal. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 2002.

Cibergráficas:

Etimologías latín, frases, chistes, refranes. “Etimología de periódico”. <http://etimologias.dechile.net/?perio.dico>. Consultado el 2 de febrero de 2020.

La Mente es Maravillosa. “¿Qué es la sociedad de la información?”. <https://lamenteesmaravillosa.com/que-es-la-sociedad-de-la-informacion/>. Consultado el 5 de febrero de 2020.

Fundación Gabo. “¿Qué es la ética periodística?”. <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/669>. Consultado el 6 de febrero de 2020.

Razón y palabra “Actualidades de la comunicación” www.razonypalabra.orf.com/uviversidades.html. Consultado el 21 de enero de 2021

CEUPE ¿Qué son las tecnologías de la información?

<https://www.ceupe.com/blog/que-son-las-tecnologias-de-la-informacion.html>
Consultado el 21 de enero de 2021

CNN ESPAÑOL “Desde los inicios del metaverso hasta ciberataques: 5 tendencias tecnológicas que impactarán en 2022”

5 tendencias tecnológicas que impactarán en 2022 (cnn.com) Consultado el 7 de febrero de 2022.

CEUPE Magazine “Medios tradicionales vs medios digitales” Medios tradicionales vs Medios digitales (ceupe.com) Consultado el 13 de febrero de 2022.

EL NUEVO LOOK DE LA INFORMACIÓN “Ciberperiodismo”
Introducción al ciberperiodismo | Ciberperiodismo (wordpress.com) Consultado el 3 de marzo de 2022.

Universidad Pompeu Fabra Barcelona “Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia” Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia - Hipertext - (UPF) Consultado el 3 de marzo de 2022.

CIO México “Así se comportó el sector de Telecom en 2022; además predicciones para 2023” Consultado el 7 de febrero de 2023.

Statista Research Department, Redes sociales con el mayor porcentaje de usuarios en México en enero de 2023” Redes sociales más populares en México 2023 | Statista” Consultado el 17 de enero de 2023.

AAU ¿Qué es la comunicación y cuál es su importancia?
<https://www.aauniv.com/s/blog/que-es-la-comunicacion-y-su-importancia/>
Consultado el 1 febrero de 2023.

We Are Social Estadísticas de la situación digital de México en el 2020-2021

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-mexico-en-el-2020-2021/> Consultado el 1 febrero de 2023.

Toulouse Lautrec ¿Cuál es la importancia del periodismo en la era digital?

<https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/importancia-periodismo-era-digital>

Consultado el 2 febrero de 2023.

Documentos:

INEGI “Comunicado de prensa junio 2021”. (2021). Recuperado de [Comunicado de Prensa. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2016 \(inegi.org.mx\)](#)

Periódicos en línea:

A 55 años de El Sol en México. (2020). Recuperado de [A 55 años de El Sol en México periodico diario nacional OEM aniversario - El Sol de México | Noticias, Deportes, Gossip, Columnas \(elsoldemexico.com.mx\)](#)

“6 gráficos sobre el consumo audiovisual en México”. (2017). Recuperado de www.eleconomista.com.mx/empresas/6-graficos-sobre-el-consumo-audiovisual-en-Mexico-20170726-0088.html

“En el top de medios más confiables en México” (2023) recuperado de [El Economista](#), en el top de medios más confiables de México

Revistas en línea:

La sociedad de la información: una mirada desde la comunicación. (2005).

Recuperado de 06_415 23-37_PM (amc.edu.mx)

Revistas físicas:

Padilla Ríos, C. (2015). Periodismo digital en auge. Revista ZÓCALO, Año XIV, Núm. (179)

Tesis:

Diamore. Jasmine, (2019). “El juego interesado entre medios periodísticos y redes sociales”. (Tesis para obtener el título de licenciada en Maestría en Periodismo en la Universidad de San Andrés). Recuperado de <https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16566/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.M.%20Per%20Diamore,%20Yasm%C3%ADn>

Hernández. Jesús, (2014). “Del papel a lo digital. La metamorfosis de estilo y estructuras hacia un periodismo digital emergente”. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México). Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/0708612/0708612.pdf>

Rodríguez. Valery, (2020). “La desinformación en el periodismo digital”. (Tesis para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de

Veritas Liberabit Vos). Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8323/CUADRA_RV.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rivera. Elmer, Rodríguez. Isaías, Sánchez. Karen, (2015). “Medios digitales y su aporte al periodismo tradicional” (Tesis para obtener el título en técnico en Periodismo en la Universidad Tecnológica del Salvador). Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/88761.pdf>

León, Michelle, Rivera. Diana, (2018). “Influencia del periodismo digital en nuestra sociedad actual”. (Tesis para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Estatal de Milagro). Recuperado de [https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DE L%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%](https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4351/1/INFLUENCIA%20DE%20L%20PERIODISMO%20DIGITAL%20EN%20NUESTRA%20)

Hernández. Cesar, (2010). “Propuesta para el funcionamiento del periódico digital institucional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Carlos de Guatemala). Recuperado de [iblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0736.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0736.pdf)

Fuentes vivas:

Leslie Angélica Carrasco Peniche, entrevista exclusiva, 15 de septiembre de 2022, *Diario Pronto*.

Nayeli Reyes Castro, entrevista exclusiva, 19 de septiembre de 2022, *El Financiero*.

Aura Paola García, entrevista exclusiva, 30 de septiembre de 2022, *IMER*.

Fannia María Cadena Montes, entrevista exclusiva, 17 de noviembre de 2021, *Sin Línea Mx*.

Miguel Ángel Teposteco Rodríguez, entrevista exclusiva, 11 de septiembre de 2022, *El Universal*.

Diego Iván López Miguel, entrevista exclusiva, 12 de noviembre de 2021, *Sin Línea Mx*.

Anexos

Anexo 1. Aspecto metodológico

Planteamiento del problema

El periodismo digital, retos que enfrentan los profesionales.

La era digital se ha instalado definitivamente entre nosotros y, como cada revolución tecnológica suscita miedos, alienta esperanzas, crea industrias y genera nuevas palabras. Una de las manifestaciones más evidentes de la cultura digital es la transformación del lenguaje cotidiano. Ya se han instalado en nuestras prácticas discursivas decenas de términos que revelan hasta qué punto se ha metido la cultura digital en nuestra vida diaria. En consecuencia, mi base de interés es demostrar las características del periodismo digital sobre la experiencia de los profesionales, en medios tradicionales como digitales, cuáles han sido los retos y enfrentamientos que han tenido los periodistas durante esta evolución en la era de Internet.

El desafío profesional al que nos enfrentamos en el terreno de la comunicación no consiste simplemente en "adaptarse al cambio", como si de una moda se tratase, ni tampoco se limita a prepararnos para utilizar con naturalidad un nuevo lenguaje. En la actualidad, los medios impresos como periódicos y revistas han tenido un cambio muy radical; los periódicos y las revistas han tenido que crear una plataforma en donde la población pueda leerlas a través de medios como el Internet. Lo que se plantea como exigencia es mucho más radical: pasa por comprender y controlar las nuevas características de los medios y de la comunicación pública.

De lo que se trata es de ser protagonistas, no meros espectadores o cronistas de la revolución tecnológica para poder convertir en realidades las promesas de la era digital. Los ordenadores personales y la red Internet trajo consigo nuevas promesas

de un futuro mejor, más conectado y más rápido, gracias a los avances tecnológicos.

Los periodistas han tenido que adaptarse a estos nuevos medios, pero cada uno ha tenido que enfrentarse a complicaciones que se pueden dar al redactar para un medio digital; los periodistas, algunos acostumbrados a redactar en una simple hoja de papel, han tenido que enfrentarse a cómo usar una página web a partir de una computadora.

Con esta investigación se pretende demostrar las dificultades y retos que tienen los profesionales del periodismo, comparando qué diferencias hay entre un medio tradicional y digital. Para lograrlo se realizará una investigación cualitativa para conocer de su propia voz de los profesionales del periodismo su opinión sobre el tema. ¿Cuáles son los retos y enfrentamientos de los profesionales del periodismo ante la creación de periodismo digital?

Delimitación del tema

El tema de investigación cualitativa será basado en entrevistar a periodistas de los medios *El Universal*, *Diario Pronto*, *El Financiero* y *Sin Línea Mx* haciendo una comparación entre los profesionistas, donde se podrá analizar las dificultades que han enfrentado los profesionales del periodismo al adaptarse a las plataformas digitales y entender la transformación del periodismo a la era digital; así, sabremos la opinión de cada uno de ellos y cómo se han ido adaptando al cambio digital.

Marco teórico

El periodismo y su transformación

En los últimos años, la tecnología ha experimentado un gran cambio en nuestra sociedad. Hoy en día, la mayoría de la población utiliza una red social para comunicarse. Las redes sociales están en todas partes. Algunas personas las utilizan diariamente para entretenimiento, socialización e incluso para estar al tanto de noticias. Además, durante las últimas décadas, se han convertido en uno de los principales canales de comercialización. De acuerdo con La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares Endutih el 89% de la población accede a redes sociales. Las tecnologías se han ido apoderando del campo profesional; ha surgido una transformación donde el público cada vez se va dirigiendo.

Internet juega un papel esencial en esta denominada era de la información o era digital;⁷ que es el periodo de la historia de la humanidad que va de la mano con las tecnologías de la información y comunicación.

Internet como medio, pues, nos permite no solamente informar sino comunicarnos. El Internet como plataforma nos da la posibilidad de actuar, organizar, emprender iniciativas, relacionarnos, y cualquier otra actividad humana que pueda ser inducida por la comunicación. (Jaraba, 2014:19).

A partir de las redes sociales, los jóvenes se acercan más a ellas y se informan mejor; en efecto, analizando el comportamiento de los distintos grupos de edad de

⁷ Cabe recordar que las TIC hoy son locales y globales. En este sentido, Domínguez Pinilla Mario "Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ordenadores, equipos multimedia, redes locales, Internet, T.V. digital están provocando profundos cambios y transformaciones de naturaleza social y cultural, además de económicos. Hasta tal punto el impacto social de las nuevas tecnologías es tan poderoso que se afirma estamos entrando en un nuevo periodo o etapa de la civilización humana: la llamada "sociedad de la información y del conocimiento". (Domínguez, 2003, p.4)

la población total, el que concentra la mayor proporción de usuarios de Internet respecto al total de cada grupo de edad es el grupo de 18 a 24 años con una participación de 90.5%. El segundo grupo de edad donde el uso de internet está más generalizado, es el de 12 a 17 años, con 90.2%. En tercer lugar, se encuentran los usuarios de 25 a 34 años, quienes registraron 87.1%. Las redes sociales son plataformas que se crean por comunidades que tienen en común actividades como trabajo, amistad, negocios, etcétera y permiten el contacto entre ellos para que se puedan conectar e intercambiar información. La comunicación ha tenido que cambiar su método de trabajo: cada vez leen menos los medios tradicionales como periódicos, revistas, libros; por lo tanto, los periodistas han tenido que optar por otras alternativas para poder interactuar con los lectores de la era digital.

Internet ha irrumpido como una gran fuerza transformadora, creando un nuevo ambiente, que marca la transición de la sociedad industrial a la sociedad digital o del conocimiento. En esa transición, los medios de masas, que aparecieron en una época de escasez de información, han perdido control y poder a manos de individuos conectados en redes (Franco, 2009, p:23).

El cambio de la comunicación ha traído consigo el de información; gracias a la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg que creó un intercambio de ideas, pensamientos y culturas en diferentes partes del mundo. Y otro factor importante es la invención de la prensa escrita y la comunicación por nudos electrónicos (radio y televisión), pero también Internet fue dando grandes acontecimientos para esta revolución digital y lo que vivimos en esta actualidad. La comunicación ha tenido que expandir sus fronteras; pasar a un nuevo mapa de fenómenos y, el comunicador tiene que entender esta transformación. La sociedad actual se encuentra sumergida en constantes cambios tecnológicos, donde el uso de aparatos análogos cada vez se encuentra más en el olvido, y lo digital se impone planteando nuevos retos para los que se involucran en ellos. Sin embargo, se ha modificado el panorama de las comunicaciones. La comunicación en el campo de las nuevas tecnologías va

adquiriendo un papel cada vez más protagónico. El comunicador y el usuario son intermediarios entre los hechos.⁸

Por lo tanto, el periodismo ha vivido un cambio importante para compartir información; en la era de internet, el periodismo sigue siendo una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información; el periodista debe ir a fuentes como testimonios o investigar por sí mismo. La base del periodismo es la noticia, pero comprende otros géneros, muchos de los cuales se interrelacionan, como la entrevista, el reportaje, la crónica, el documental y la opinión. El periodismo tradicional es conocido como el periodismo de papel donde los periodistas se pasaban redactando ciertas horas para un medio impreso.

“Ser periodista implica ser alguien singular y admirable. Significa ser una persona curiosa y vivaz que no se permite creer nada hasta que no lo averigua por sí mismo y comprueba por lo circundante el qué, el quién, el cuándo, el cómo, el dónde, por qué” (Riva Palacio, 2013:15).

En este sentido, “periodista, según una definición universalmente aceptada, es un trabajador que interviene en la captación, procesamiento y difusión de informaciones manejando los géneros reconocidos a nivel internacional por conducto de los medios de comunicación masiva, sean impresos o electrónicos” (Riva Palacio, 2013:13).

Asimismo, la revolución tecnológica ha sido también un mundo gris para el periodismo tradicional; conforme avanzó el tiempo, como las ventas de revistas y periódicos, iban disminuyendo, se vieron obligados a despedir a muchos de sus empleados del medio tradicional; debido al crecimiento de la tecnología, era más rápido compartir y redactar información por medio virtual, la mayoría de la población prefiere leer sus noticias en

⁸ Las tecnologías han cambiado los nuevos métodos de trabajo con ello, Andrés Núñez señala: “Hemos pasado de ser una sociedad analógica, basada en el papel, a una sociedad digital, una en la que nosotros tomamos el mando y buscamos lo que queremos, cuando lo queremos y decidimos si actuar u opinar frente a ello. En los países más desarrollados, la tecnología digital ha sustituido de modo casi completo a la analógica, mientras que en América Latina aún encontramos rastro de los analógicos de antaño como las revistas, los libros y los folletos. (Andrés Nuñez, 2022, s/p)

internet; la publicidad se ha ido dirigiendo a invertir más en un medio digital que en un medio impreso, trayendo con ello la quiebra de un medio tradicional. En este sentido, de acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) entre 2016 y 2021, el porcentaje de población lectora de libros en formato digital pasó de 6.8 a 21.5%; los lectores de revistas aumentaron de 2.6 a 21.6% y los de periódicos digitales, de 5.6 a 21.3 por ciento.

En consecuencia, los periodistas muestran su desconcierto ante los cambios en las rutinas periodísticas, que han dejado sin efecto muchos de los antiguos sistemas de autorregulación ética de los profesionales de la comunicación, y apuntan a la necesidad de nuevas formas que resulten eficaces.

Por otra parte, el periodismo digital se convierte en una nueva forma de hacer periodismo frente al tiempo que estamos viviendo, con características enfocadas al uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar. Las características del periodismo digital están fundamentadas en los principios de la plataforma de internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. El periodismo digital se caracteriza por mezclar en una misma plataforma diversas clases de formatos tales como texto, audio, gráficos, videos, animaciones y fotografías. Esta posibilidad ayuda a que las noticias se enriquezcan y se extiendan a nivel informativo. Todos estos recursos de texto, imágenes, audio y presentaciones pueden añadirse en un enorme sector cibernético al servicio de los usuarios o la audiencia.⁹ La multimedialidad se refiere, a la integración del hipertexto, que es el concepto asociado a la informática que hace referencia al sistema que permite enlazar textos entre sí; los documentos hipertextuales pueden ser textuales, gráficos, sonoros, animados, audiovisuales o combinados que, por tanto, puede tener características multimedia que significa; la combinación de dos o más medios, un texto con imagen, gráficas, etcétera. La

⁹ Gracias al avance de la tecnología con ello se incorporó nuevas características de hacer periodismo, Glenda González dice: “Las características del periodismo digital están fundamentadas en los principios de la plataforma de Internet: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. Estos términos fueron definidos por el investigador y periodista español Salaverría, junto a otros académicos que han aportado textos que definen el nuevo tipo de periodismo y sus características.” (2015. Periodismo digital: evolución y características)

interactividad se refiere a la relación de participación entre usuarios; es un proceso de comunicación entre usuarios y computadoras, por ejemplo, a la capacidad de las computadoras para responder a los requerimientos de los usuarios. También existen las características digitales que aplica el periodismo digital, que debe contemplar otros factores tales como accesibilidad, inmediatez, actualización las 24 horas, opciones de personalización, adecuado a diferentes dispositivos.

Todas estas transformaciones en el proceso del desarrollo comunicativo inciden igualmente en la configuración del perfil del nuevo profesional de la comunicación, al que se le exige una mayor formación y cualificación. A este nuevo comunicador le corresponde la función de ser intermediario entre los especialistas en las distintas áreas del conocimiento y de los receptores de los medios de comunicación, adaptando los conceptos técnicos especializados a un lenguaje periodístico que haga la posible comprensión de los mismos a los receptores no especializados (Markina Camacho, 2011, p:12).

Sin embargo, los periodistas creen que nada ha cambiado y que se pueden seguir utilizando las mismas técnicas de redacción periodística. Los lectores no tienen el mismo comportamiento que uno de un medio tradicional impreso. Los que leen los medios tradicionales van más enfocados en leer las editoriales, columnas de opinión, etcétera. También debemos recordar que la información abarca una inmediatez e instantaneidad, por lo cual, los profesionales del periodismo tienen menos tiempo para poder redactar la información.

Con relación a esta idea, un estudio de la *Revista Razón y Palabra* sobre el periodismo *on-line* en México los internautas navegan en promedio 2 horas y media al día en la red y, a diferencia de otros países, se utiliza más para entretenimiento. Internet se ha convertido en una poderosa arma, esta nueva tecnología es el centro de la convergencia de la información, prácticamente mundial, que transita por una sofisticada red a la cual todos (los que tengan las posibilidades) podrán acceder. Son

estos los llamamos ciberciudadanos, los verdaderos protagonistas de esta revolución ya eminente en el siglo XXI.

No es lo mismo escribir para un periódico impreso, ya que su redacción es limitada; en el mismo a las noticias se les concede un espacio designado por la relevancia informativa que tenga. En la prensa digital se puede dar un mundo infinito en los que se pueden establecer vínculos con más reacciones y más comentarios de sus receptores.

Por ello, las transformaciones tecnológicas han repercutido en los quehaceres humanos al grado de cambiar nuestros métodos de comunicación.

Por tal razón, las consultas y navegación en internet son cada vez más constantes, pues además resalta que mediante esta nueva tecnología los usuarios pueden apropiarse de contenidos, manipularlos e interactuar con ellos. En suma, las posibilidades en este medio se vuelven bastas (Hernández, 2014, 7).

El perfil del periodista ha ido trascendiendo, con las nuevas tecnologías tiene que aprender a saber buscar la información, documentar, investigar elementos externos a la web para poder relacionar la información, y actualizar constantemente la información.

El periodista de la era electrónica ya no puede limitarse a reescribir noticias o hacer entrevistas y reportajes. El campo es muy amplio y de hecho las nuevas tecnologías han acabado con una cierta clase de trabajadores de prensa: linotipistas, secretarías de redacción que preparaban originales tipógrafos, ajustadores etcétera. El periodismo electrónico precisa de ciberperiodistas que naveguen por la aldea global a la búsqueda de información y documentación, que intercambiaran con la que ellas generen.

Se impone, pues, en el siglo XXI el periodismo electrónico interactivo (Piedrahita, 1998:48).

Otro factor importante dentro del periodismo en la era digital es la nueva forma de redacción para una plataforma digital; lo que cambia radicalmente es la forma de transmitir estas noticias. Una verdadera revolución se ha presentado y como tal ha cambiado mucho, si no en la esencia, sí en la forma, la forma producir información, en este caso, digital.

“La redacción periodística no abarca todo el quehacer periodístico, ni mucho menos, pero constituye el conducto principal por el que discurren los demás saberes camino de los receptores” (Espino Pérez, 2012, p:110).

Por otra parte, los periodistas, tienen el reto de aprender a usar aplicaciones, páginas web, saber buscar la información mediante ellas; las nuevas plataformas digitales obligan a nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo.

Cuando hablamos de escribir para Internet no solo nos referimos a encadenar palabras. Se trata, en cambio, de aprender a combinar palabras, enlaces, imágenes y todo tipo de elementos multimedia que se ordenan en pro de una comunicación más rica y eficaz. Entenderemos su nuevo soporte, cuáles son sus reglas y sus condicionantes. Y no podemos pasar por alto las preferencias y uso de los usuarios de internet: cómo leen en internet y cómo consumen medios digitales. Todo ello influirá en cómo escribimos para la web (Cobo Juárez, 2012, p:12).

Ser conciso y directo es muy apreciado por los usuarios de la red; de tal manera, es importante para los periodistas saber cómo sus usuarios leen la información y cómo pueden encontrarla más fácil y rápidamente. Los textos cortos son los más leídos por los usuarios y, por lógica, los más populares. Las palabras clave son una de las características que se puede utilizar para redactar la información en esta plataforma:

pensemos en las palabras sencillas que el lector pueda buscar con una mayor facilidad.

Resumiendo, es recomendable que los periodistas tengan la iniciativa de enfrentar los cambios; por lo tanto, es necesario, deben estar actualizados con el uso de las tecnologías de aplicaciones web, etcétera. Las necesidades de los periodistas se han fijado en dominar los formatos, saber manejar una computadora, saber investigar en internet, descargar archivos y audios. En conclusión, el comunicador requiere gestionar perfiles, estructurar mensajes convenientes y efectivos para la audiencia, saber planear cada uno de los pasos y emprender en el mundo digital; tienen que consolidar una comunidad en la red. Para los medios de comunicación es fundamental tener un profesional capaz de analizar, entender y crear estrategias de comunicación digital.

Objetivo general

Precisar las características que requieren hoy en día los periodistas en la era de internet.

Objetivos particulares

- Identificar las características del periodismo y cómo se ha transformado en la era de Internet
- Comprender la adaptación del periodismo a través de la era de Internet (redes sociales y plataformas digitales)
- Identificar cuáles son las nuevas formas de redacción periodística
- Distinguir cómo ha cambiado el perfil del periodista tradicional al digital
- Identificar el conocimiento de los periodistas tienen sobre el periodismo digital
- Comprender el uso de las nuevas herramientas tecnológicas
- Analizar los casos de periodistas sobre su experiencia del periodismo tradicional al digital.

Hipótesis

El periodismo a partir de la era de Internet y de las tecnologías de información ha suscitado cambios y una gran transformación que obliga a los periodistas a adaptarse a la era digital.

- ¿Los periodistas podrían tener dificultades al usar una plataforma digital?
- ¿Habrá cambios del periodismo tradicional al digital? ¿cuáles?
- ¿Los periodistas serán capaces de sobrevivir ante el uso de herramientas tecnológicas para la difusión de periodismo digital?
- ¿La popularización de las tecnologías ha puesto en riesgo los empleos del periodismo tradicional?
- ¿Las plataformas digitales han sustituido, de cierta manera, a los medios tradicionales?
- ¿El perfil del periodista tradicional en esta era digital se debe transformar?; ¿debe definir estrategias para un nuevo tipo de lector, así como determinar una nueva escritura periodística que esté adaptada a la red?

Justificación

La tecnología es una herramienta fundamental para la vida cotidiana. Los periodistas han tenido una gran transformación en su manera de trabajar con plataformas digitales y es necesario saber cómo los periodistas deben adaptarse a la era digital ¿Qué han hecho los medios tradicionales para adaptarse a la actualidad? ¿Estará por desaparecer la función del periodismo? ¿Van a desaparecer los medios impresos? ¿Es necesario que las escuelas de comunicación replanteen sus métodos de enseñanza? ¿Qué características debe cumplir el periodista digital?

En esta coyuntura, los nuevos medios de comunicación actuales deben saber cómo situarse ante el nuevo flujo comunicativo.

He elegido el tema del periodismo digital como objeto de estudio porque me suena interesante como campo de estudio en la comunicación actual, y porque así puedo seguir aprendiendo sobre el tema, demostrando la gran transformación que vivimos actualmente con la creciente demanda de las tecnologías y el uso de internet en el ámbito profesional.

El objeto de estudio es manejable para aplicar mis conocimientos teóricos, como la investigación cualitativa que se realizará en conocer cómo el periodismo se ha adaptado a las nuevas tecnologías en los medios tradicionales que han evolucionado a lo digital. (*El Universal, Diario Pronto, El Financiero, IMER y Sin Línea Mx*), incluso con el auge que se vive por el uso de las tecnologías de la información algunos medios elegidos nacen solo de manera digital, apostando por un nuevo espacio.

He elegido estos medios porque me parece interesante analizar los casos de periodistas que surgen de un medio tradicional al digital, conocer la experiencia y el impacto que puede traer consigo el cambio de espacio, que tan complicado puede ser por el flujo constante de información y de usuarios en la red.

¿Por qué esta área de la comunicación? Como ponente de este cambio y egresada de la licenciatura de Comunicación y Periodismo me ha llamado la atención el cambio que ha ido surgiendo el periodismo tradicional hacia lo digital, qué características tienen cada uno, y cómo los periodistas han tenido que adaptarse a esta transformación. Cómo se ha ido transformando el periodismo tradicional sus esquemas de trabajo y desarrollando nuevas estructuras a partir de la era de internet. El interés surgió al ver la desesperación de mis profesores de mayor edad, lo difícil que ha sido para ellos el usar las tecnologías de la información a partir de la era de internet. Por esta razón, en la era de evolución digital me parece interesante analizar qué tanto ha cambiado el periodismo tradicional, qué nuevas formas de redacción periodística se han prolongado y cuáles han sido las dificultades al crearlo. No existe duda que gracias a la era de Internet el cambio ha sido favorable para algunos, pero pensemos que los periodistas de mayor trayectoria tienen que estar en constante actualización para sobrevivir en esta era ahora llamada “digital”. Considero que las futuras generaciones deben conocer y estar informadas para enfrentarse a la era digital, y conocer las experiencias de los periodistas.

Es importante estar preparado para el ámbito profesional y saber a lo que uno se enfrenta en su profesión. Al estar preparado se podrá acceder a diversos puestos de trabajo de acuerdo a tus expectativas. Hoy en día, las empresas requieren de personal capacitado, con especializaciones y otros estudios que demuestren competencia, volviendo al área de comunicación los periodistas deben ser “todólogos” con esto me refiero a saber reportear, redactar, editar, fotografiar, videograbar, e impactar cada uno de los productos periodísticos elaborados que requiere dominar una sola persona.

Métodos y técnicas de trabajo

El diseño de esta investigación de campo es de tipo cualitativa, que se define como el estudio cultural y simbólico de lenguajes, prácticas y posturas sociales, en este caso, como lo define Lugo (2019, p. 93): “Esto nos da entrada para sentenciar la estrategia metodológica relacionamos nuestra pregunta y construcciones teóricas con comunidades, sujetos, grupos, espacios físicos o digitales e inclusive fuentes teóricas e históricas específicas”, como las que bordean al periodismo.

Esto denota que el método cualitativo es útil a la investigación en turno porque nos permitirá demostrar la transición del periodismo tradicional al digital, por el modo que ha logrado dar un giro a la comunicación gracias a su amplio desarrollo de herramientas tecnológicas. El acercamiento con los periodistas nos permitirá profundizar en su trayectoria, saber desde lo complejo de hacer periodismo tradicional tanto como digital, lo difícil que es en la actualidad producir periodismo ante el flujo constante de información y el uso acelerado de tecnologías de la información, que cambios hay a partir de producir información en la red.

Por otro lado, en cuanto a técnicas de investigación, se elegirán entrevistas semi estructuradas, las cuales se definen como: “El uso particularizado y congruente de una herramienta o un conjunto de estas en relación con una forma orientada y bien definida de producir determinado tipo de conocimientos (métodos)”. Orozco y Gonzalez (2012, p.110)

“La entrevista puede utilizarse para conocer las perspectivas de los actores sociales (...) es una conversación sistematizada que tiene por objeto obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida guardadas en la memoria de la gente. Es una situación en la que, por medio del lenguaje, el entrevistado cuenta sus historias y el entrevistador pregunta acerca de sucesos, situaciones (Benadiba y Plotinsky, 2001, p. 23).

Estas técnicas fueron las seleccionadas para entender el fenómeno que estamos investigando.

Por otro lado, nuestra muestra cualitativa fue un estudio de caso, el cual se eligió a los medios (*El Universal, El Financiero, Diario Pronto, IMER y Sin Línea Mx*), que representan las características del periodismo tradicional y el periodismo digital, y, por lo tanto, están guiando sus caminos para realizar la transformación bajo el contexto digital, que permitirá definir lo representativo del periodismo para conocer y entender el nuevo ambiente digital en el cual se desarrolla la profesión del periodista.

Con base en esto y cuidando una coherencia metodológica, se eligió un estudio de caso, el cual se define como: “el investigador desarrolla un análisis a profundidad sobre algún caso, a menudo derivados de la evaluación de un programa, evento, actividad, proceso o hecho en donde intervienen varios individuos”. (Lugo, 2019, p. 97)

En esta orden de ideas, como unidad de estudio consideramos a medios de comunicación que son nativos en lo tradicional y que con la evolución de cierta manera han migrado a lo digital, incluso medios digitales que surgieron gracias a este nuevo espacio. Éstos son medios que representan el periodismo tradicional, tanto digital; donde podremos obtener información sobre la evolución del periodismo. Como unidad de análisis fueron periodistas que vivieron este cambio en el periodismo tradicional al digital que están viviendo o vivieron esta transición ante la creación del periodismo tradicional al digital.

En mi búsqueda por encontrar periodistas que representarán mis métodos y técnicas de trabajo se suscitaron varios cambios, tenía pensado entrevistar periodistas de los medios *El Sol de México* y *Animal Político*; pero desafortunadamente el no tener contactos me obligó a cambiar de ideas y planes, el querer obtener un título como Lic. en Comunicación y Periodismo me hizo indagar, y empezar buscar ayuda entre conocidos e incluso por redes sociales como Facebook, Twitter y páginas de Internet etcétera; en esa búsqueda contacte al Dr.

José Lugo que incursiona en asesorías para tesis el me ayudó a contactar a los periodistas Leslie Carrasco, Miguel Teposteco, Nayeli Reyes y Aura Paola que son periodistas que justo habían vivido esa experiencia de trabajar para un medio tradicional que evolucionó a lo digital, personas que con su experiencia me ayudaron a demostrar este cambio que estamos viviendo día con día en cuanto a la introducción de internet y, por otro lado, con mis conocidos tenía a Diego Iván López y Fannia Cadena que son parte de un medio digital pero sin demeritar su experiencia en medios de comunicación tradicionales logré contactarlos de manera fácil ya que son personas que les interesó el estudio del tema en el cual pudieron aportar su valiosa experiencia.

Asimismo, cuando empecé a entrevistar a los periodistas en ella fui descubriendo nuevos hallazgos que por completo me hicieron agregar más subtemas a mi capítulo tres y que complementó la investigación, se tenía pensado solo cuatro subtemas, gracias a la fluidez de la entrevista y la información proporcionada descubrí estos retos en el periodismo digital que son “la instantaneidad de información en la red”, “los algoritmos en la red” y “la guerra del clic y costos”.

Anexo 2. Directorio de los medios entrevistados

Medio: <i>El Universal</i>
Tipo: Periódico
País: México
Fundador: Félix Fulgencio Palavicini

Directorio

- Lic. Juan Francisco Ealy Ortiz

Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración

- Juan Francisco Ealy Jr.

Vicepresidente Ejecutivo y Director General

- David Guadalupe Aponte Hurtazo

Director General Editorial

- Carlos Benavides

Director Editorial

- Perla Ealy Díaz

Directora de Suplementos

- Miguel Castillo

Subdirector Editorial

- Francisco Vega

Subdirector de Diseño

- Mario Dorantes

Subdirector de Contenidos Web

- Julio Suárez

Gerente de Video

- **Fundador:**
Ing. Félix Fulgencio Palavicini
- Manuel Moreno

Director de Finanzas

- Raymundo Regalado

Director de Administración

- Juan Carlos Ealy Lanz Duret

Director de Operaciones, Mantenimiento, Inmuebles y Servicios

- Juan Manuel Ramírez

Director Comercial

- Antonio Valle López

Director de Tecnología de la Información

- Juan Jesús Cano Díaz

Director de Marketing

- Fernando Zúñiga

Gerente de Operaciones y Distribución

- Espiridión González Reyes

Gerente de Producción

- Miguel Ángel Garnica

Coordinador de Diseño Web

- Jesús Rogelio Guerra Rodríguez

Gerente de Desarrollo Web y Nuevas Tecnología

Medio: <i>El Financiero</i>
Tipo: Periódico
País: México
Propietario: Grupo Multimedia Lauman

- **Directorio**
- Enrique Quintana
Vicepresidente y Director General Editorial
- Víctor Piz
Director de Información Económica y de Negocios y Editor en Jefe de El Financiero Impreso
- Jonathan Ruiz
Director General de Proyectos Especiales y Ediciones Regionales
- Guillermo Ortega
Director General de Información Política y Social
- Ricardo Del Castillo
Director Gráfico
- Pablo Hiriart
Jefe de Corresponsales en EU

- Ariel Barajas
Director de Televisión
- Elizabeth Torrez
Coordinadora de Operación Editorial

Medio: <i>IMER</i>
Tipo: Radio
País: México
Director: Mtra. Aleida Calleja

- **Directorio**
- Alejandra García Méndez
Gerencia
- Lizbeth Salazar Bueno
Programación
- Gerardo Patiño
- Isabel Pescador
- Sabina Martínez
- Juan Manuel Carapia Cumplido
- Yesenia Larios
- Fernando Fernández
- Renato Guadalupe Vega Lugo
Colaboradores

- Jaime Cháidez
- Adolfo Morales
- Oscar Romo
- Makeda Dread
- Vianett Medina
- Angelina Gutiérrez
- Gabriela Sánchez
- Lissana Sinatra

Producción

- Miguel Ángel Villa Gallardo
Productor

- Margarita Pacheco Sánchez
Continuidad

- Luis Eduardo González Ruiz
- Carlos Aguirre Barajas
Grabación

- Ing. Juan José Velazco Ambriz
Supervisor Técnico

Medio: <i>Sin Línea Mx</i>
Tipo: Periódico
País: México
Fundador: Erick Gutiérrez

Directorio

- Jasminia Dorles
Fundadora y Directora Editorial de Sin Línea Mx
- América Rubio
Fundadora, Responsable de Imagen Digital, Instagram y Resúmenes de las Conferencias Matutinas en Sin Línea Mx
- José Carlos Arias
Chief Financial Officer (pro bono) y columnista de Sin Línea MX
- Erika González Ehrlich
Analista, columnista y creadora de contenido en Sin Línea Mx
- Zeltzin Juárez
Reportera de Fuente Política y Corresponsal de Sin Línea Mx en las conferencias matutinas del Presidente
- Blanca Rodríguez
Responsable de distribución de contenido y editora de noticias en Sin Línea Mx
- Rodrigo
Investigador, analista y columnista de Sin Línea Mx
- Rodrigo Guillot
Analista, columnista y creador de contenido en Sin Línea Mx
- Eli González Hernández
Analista y columnista de Sin Línea Mx
- Fabiola Hugo
Gerente de Relaciones Públicas de Sin Línea MX

Anexo 3. Preguntas hechas a los profesionales del periodismo El Universal, Diario Pronto, El Financiero, IMER Y Sin Línea Mx

Cuestionario:

1. ¿Qué es el periodismo? ¿Qué conocimientos y habilidades debe tener un periodista?
2. ¿Considera que el periodismo ha cambiado debido a la introducción de internet y de las nuevas tecnologías de la información? ¿En qué sentido?
3. ¿Qué es el periodismo digital? ¿Cuáles son sus principales características, sus ventajas y sus desventajas?
4. ¿Qué conocimientos y habilidades debe tener un periodista digital?
5. ¿Qué diferencias encuentra en el trabajo periodístico realizado en medios tradicionales y en medios digitales en cuanto a generación, verificación, elaboración y publicación de las noticias?
6. ¿Considera que hacer periodismo digital frente al tradicional es más sencillo o complicado? ¿Qué lo explicaría?

7. ¿Cree que los periodistas tienen o tuvieron alguna dificultad para aprender a manejar los medios como celulares, tabletas para generar información en el entorno digital? ¿De qué manera?

8. Sabemos que el uso de las tecnologías, los programas de edición y de redes sociales son bases fundamentales para el periodismo en internet. ¿Qué programas utiliza para el desempeño de su labor? ¿Recibió capacitación para aprender su uso? ¿Necesitaría aprender otros programas? ¿Considera que debe actualizarse en este campo?

9. ¿Qué papel juegan las redes sociales y las plataformas digitales en su proceso de generación de noticias?

10. ¿Usted interactúa con sus lectores? Si es así, ¿a través de qué redes o plataformas lo hace?

11. ¿Cuál es el gran reto para usted como profesional del periodismo al hacer periodismo digital?

12. ¿Cuál considera que es el futuro del periodismo y de sus profesionales ante los cambios tecnológicos que se observan y se observarán en el campo profesional?

13. ¿Alguna otra idea que desee expresar que no le haya preguntado?