



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO**

TEMA

PERIODISMO DIGITAL

TITULO

**INFLUENCIA DEL CIBERPERIODISMO EN LA FORMACIÓN
PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTOR

NIDIA ARLENE BOHÓRQUEZ AGUIRRE

TUTORA

GYSELA RAYMOND

GUAYAQUIL

2021



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
TÍTULO Y SUBTÍTULO: INFLUENCIA DEL CIBERPERIODISMO EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL.	
AUTOR/ES: NIDIA ARLENE BOHÓRQUEZ AGUIRRE	REVISORES O TUTORES: GYSELA RAYMOND
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL	GRADO OBTENIDO: LICENCIADA EN PERIODISMO
FACULTAD: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO	CARRERA: CARRERA DE PERIODISMO
FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021	N. DE PÁGS.: 106
ÁREAS TEMÁTICAS: Sociedad Civil, derechos humanos y gestión de la comunicación	
PALABRAS CLAVE: Influencia, periodismo, formación, profesional, comunicación	
RESUMEN: <p>El presente estudio busca caracterizar el tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo, en él se plantea determinar la influencia de este en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, además de valorar los contenidos informativos generados a través del ciberperiodismo de los medios, en algunas universidades que forman estudiantes en comunicación social y periodismo. Para lo cual se aplicó una investigación de tipo campo, con enfoque mixto, por ende, los instrumentos aplicados fueron la entrevista, la encuesta y el análisis de contenido a dos medios escritos, cuya muestra se compuso por 342 estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil.</p> <p>De acuerdo a los resultados, los contenidos publicados que predominan en los medios digitales por parte del diario El Comercio y El Universo son de carácter informativo, político y deportivo. Además de ello, se evidenció que, los estudiantes de comunicación social poseen</p>	

conocimientos relacionados al ciberperiodismo. No obstante, los alumnos reconocieron no saber cuáles son las herramientas que pueden facilitarle las tareas en dicha área, ya que, pocas son las veces en las que tienen la oportunidad de utilizarlas en el aula de clases. Para finalizar, se evidenció la necesidad que tienen las universidades de agregar a la malla curricular la materia de ciberperiodismo, así como enseñarles a los alumnos no solo de forma teórica sino también práctico, con la finalidad de formar mejores profesionales.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: NIDIA ARLENE BOHORQUEZ AGUIRRE	Teléfono: 0999506551	E-mail: Nidiabohorquez1995@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Diana Almeida Aguilera (Decano) Teléfono: (04) 2596500 Ext. 250 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec Lic. José Omar Villavicencio Santillán (director de Carrera) Teléfono: (04)2596509 Ext. 300 E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

BOHÓRQUEZ AGUIRRE - RAYMOND

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%	4%	1%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	2%
2	eprints.ucm.es Fuente de Internet	1%
3	es.scribd.com Fuente de Internet	1%

Genela Raymond

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado, NIDIA ARLENE BOHORQUEZ AGUIRRE declara bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente al suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada. De esa misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor:

Firma:



NIDIA ARLENE BOHORQUEZ AGUIRRE

C.I 0955164686

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación **INFLUENCIA DEL CIBRPERIODISMO EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Medios comunicación radiales y cultura deportiva presentado por la estudiante NIDIA ARLENE BOHORQUEZ AGUIRRE, como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADA EN PERIODISMO encontrándose apto para su sustentación.

Firma:



SC. LCDA. GISELA RAYMOND CORNEJO

C.I. 0912737715

AGRADECIMIENTO

Han transcurrido cinco años desde que me subí a esta travesía tan linda como es el estudiar periodismo, y no puedo estar más agradecida con Dios por haberme dado la fuerza y perseverancia de haberla culminado.

Gracias a mi padre un hombre asombroso y admirable que me ha apoyado en todo este trayecto de mi carrera, por siempre desear lo mejor para mí, por brindarme su amor, apoyo y paciencia desde niña.

Gracias a mis amigos por compartir buenos y malos momentos conmigo, por sus palabras de aliento y por siempre impulsarme al éxito, cada granito de arena que aportaron para mí fue muy importante.

Gracias a La Universidad Laica Vicente Roca Fuerte por darme la oportunidad de prepararme profesionalmente en ella.

De manera especial quiero agradecer a mi tutora por su acompañamiento y su orientación profesional oportuna en el desarrollo de este trabajo.

DEDICATORIA

Este logro no puedo dedicarlo más que a mi padre por su ayuda y su amplio sacrificio y por siempre creer en mí, no me canso de decir que esta meta cumplida es gracias a ti papá.

A mis hermanos por sus palabras de motivación e inspiración, por sus consejos, por ayudarme con recursos en mis momentos más difíciles, gracias por nunca soltarme la mano cuando más los necesite.

Mi gran afecto hacia mi familia en general por el apoyo a lo largo de mi carrera por su amor, cariño y bondad brindada.

ÍNDICE GENERAL

FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO	IV
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	VI
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Formulación del problema.....	7
1.3 Sistematización del problema	7
1.4 Objetivo general	8
1.5 Objetivos específicos	8
1.6 Justificación	8
1.7 Delimitación del problema	10
1.8 Hipótesis Idea a Defender.....	10
1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad	11
2. MARCO TEÓRICO	12
2.1 Marco Teórico	12
2.2 Antecedentes de la investigación.....	12
2.3 Marco referencial.....	17
2.3.1 Breves antecedentes del ciberperiodismo	17
2.3.2 Definición del ciberperiodismo	18
2.3.3 Medio de comunicación:	25
2.3.4 Red social o social media:	31
2.3.5 Periodismo:.....	33
2.3.6 Comunicación digital	35
2.3.7 Competencias profesionales de un ciber periodista:	36
2.3.8 Diseño curricular de FACSO	40
2.4 Marco Conceptual.....	41
2.5 Marco Legal.....	43

2.5.1	La Constitución de la República de Ecuador (2008).....	44
2.5.2	La Ley Orgánica de Comunicación (2013)	44
2.5.3	El Reglamento que regula el ejercicio de la comunicación (2014).....	46
CAPITULO III		48
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		48
3.1	Metodología.....	48
3.2	Tipo de Investigación	49
3.3	Enfoque.....	49
3.4	Técnica e Instrumentos	50
3.4.1	Entrevista	50
3.4.2	Encuestas	50
3.4.3	Análisis de contenidos	51
3.5	Población	51
3.6	Muestra	52
3.7	Variables.....	53
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		57
3.8	Análisis de las encuestas.....	57
3.8.1	Datos sociodemográficos	57
3.9.	Resumen de los resultados.....	70
3.10.	Análisis de Resultados de las entrevistas	70
3.11.	Balance interpretativo de las entrevistas realizadas	73
3.12.	Resultados de las tablas métricas del comportamiento de las redes sociales de las páginas web de los medios (El Comercio y El Universo).	75
3.13.	Análisis de los contenidos que estas redes sociales publican.....	75
3.14.	Tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo.	76
3.15.	Análisis del contenido publicado en medios digitales.....	78
CONCLUSIONES		79
RECOMENDACIONES		81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		82
ANEXOS		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Población total del estudio</i>	52
Tabla 2	<i>Cálculo del tamaño de la muestra</i>	53
Tabla 3	<i>Variables del estudio</i>	53
Tabla 4	<i>Matriz de operacionalización de variables</i>	54
Tabla 5	<i>Datos sociodemográficos de edad</i>	57
Tabla 6	<i>Datos sociodemográficos de sexo</i>	58
Tabla 7	<i>Datos sociodemográficos de semestre cursado</i>	59
Tabla 8	<i>Conocimiento sobre el ciberperiodismo</i>	60
Tabla 9	<i>Recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo</i>	61
Tabla 10	<i>Innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo</i>	62
Tabla 11	<i>Inclusión del ciberperiodismo en la malla curricular</i>	63
Tabla 12	<i>Herramientas de ciberperiodismo en las clases</i>	64
Tabla 13	<i>Frecuencia</i>	65
Tabla 14	<i>Usos del ciberperiodismo</i>	66
Tabla 15	<i>Red social para manejar el ciberperiodismo</i>	67
Tabla 16	<i>Competencias</i>	68
Tabla 17	<i>Valor que posee el ciberperiodismo</i>	69
Tabla 18	<i>Entrevista 1</i>	70
Tabla 19	<i>Entrevista 2</i>	72
Tabla 20	<i>Comportamiento de las redes sociales de El Comercio</i>	75
Tabla 21	<i>Comportamiento de las redes sociales de El Universo</i>	75
Tabla 22	<i>Contenido que publica el Diario El Comercio</i>	76
Tabla 23	<i>Tipo de contenidos encontrado en las páginas de Twitter, Facebook e Instagram</i>	77

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: Edad.....	57
<i>Figura 2</i> Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: sexo.....	58
<i>Figura 3</i> Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: semestre cursado.....	59
<i>Figura 4</i> Porcentaje del conocimiento sobre el ciberperiodismo	60
<i>Figura 5</i> Porcentaje de Recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo	61
<i>Figura 6</i> Porcentaje sobre Innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo	62
<i>Figura 7</i> Porcentaje de Inclusión del ciberperiodismo en la malla curricular.....	63
<i>Figura 8</i> Porcentaje de Herramientas de ciberperiodismo en las clases	64
<i>Figura 9</i> Porcentaje sobre la Frecuencia con que usa el ciberperiodismo en clases	65
<i>Figura 10</i> Porcentaje sobre los Usos del ciberperiodismo	66
<i>Figura 11</i> Porcentaje sobre la Red social para manejar el ciberperiodismo	67
<i>Figura 12</i> Porcentaje sobre el nivel de Competencias	68
<i>Figura 13</i> Porcentaje sobre el Valor que posee el ciberperiodismo.....	69
<i>Figura 14</i> Distribución del Contenido que publica El Comercio.....	77
<i>Figura 15</i> Distribución del contenido que publica el Diario El Universo.....	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Métricas o estadísticas de interacción de las redes sociales de los medios	87
Anexo 2 Guion de Entrevista	88
Anexo 3 La encuesta	89
Anexo 4 Respuestas de la entrevista	91

RESUMEN

El presente estudio busca caracterizar el tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo, en él se plantea determinar la influencia de este en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, además de valorar los contenidos informativos generados a través del ciberperiodismo de los medios, en algunas universidades que forman estudiantes en comunicación social y periodismo.

Para lo cual se aplicó una investigación de tipo campo, con enfoque mixto, por ende, los instrumentos aplicados fueron la entrevista, la encuesta y el análisis de contenido a dos medios escritos, cuya muestra estuvo compuesta por 342 estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil.

De acuerdo a los resultados, los contenidos publicados que predominan en los medios digitales por parte del diario El Comercio y El Universo son de carácter informativo, político y deportivo. Además de ello, se evidenció que, los estudiantes de comunicación social poseen conocimientos relacionados al ciberperiodismo. No obstante, los alumnos reconocieron no saber cuáles son las herramientas que pueden facilitarle las tareas en dicha área, ya que, pocas son las veces en las que tienen la oportunidad de utilizarlas en el aula de clases.

Para finalizar, se evidenció la necesidad que tienen las universidades de agregar a la malla curricular la materia de ciberperiodismo, así como enseñarles a los alumnos no solo de forma teórica sino también práctico, con la finalidad de formar mejores profesionales.

Palabras clave: Influencia, ciberperiodismo, formación, profesional, estudiantes.

ABSTRACT

This study seeks to characterize the type of content published by the media (El Comercio and El Universo) through cyberjournalism, in which it is proposed to determine the influence of cyberjournalism in the training of students of the social communication career of UG, in addition to assessing the informative content generated through cyber-journalism in the media, in some universities that train students in social communication and journalism.

For which a methodology was applied whose research was of the field type, with a mixed approach, therefore, the instruments applied were the interview, the survey and the content analysis of two written media, whose sample was composed of 342 students of the career of social communication of the University of Guayaquil.

According to the results, the uploaded contents that predominate in digital media by the daily El Comercio and El Universe are informative, political and sporting. Furthermore, it was evidenced that social communication students have knowledge related to cyber journalism. However, the students acknowledged that they do not know what tools can facilitate their tasks in this area, since few are the times when they have the opportunity to use them in the classroom.

Finally, the need for universities to add the subject of cyberjournalism to the curriculum was evidenced, as well as to teach students not only in a theoretical but also practical way, in order to train better professionals.

Keywords: Influence, cyberjournalism, training, professional, students.

INTRODUCCIÓN

Hace una década atrás las personas estaban acostumbradas a informarse a través de medios tradicionales como televisión, radio y prensa escrita; dicha realidad cambio con el desarrollo de las nuevas tecnologías, pues en la actualidad las personas poseen varias maneras para poder informarse, entre los cuales se encuentra el ciberperiodismo.

Por tanto, es relevante definir al ciberperiodismo como una nueva forma de llevar a cabo el periodismo, el cual tiene como herramienta fundamental el internet, ya que, a través de diferentes formatos en plataformas web se difunden los distintos contenidos de carácter informativo. El desarrollo del ciberperiodismo es importante para la comunicación, debido a que esta nueva tendencia permitió a los géneros periodísticos adaptarse a las preferencias del público objetivo, por lo cual no es de extrañar que a día de hoy se pueda observar televisión digital, radio digital y prensa digital.

De la misma manera, se menciona que, la importancia del ciberperiodismo radica en el formato que es presentado, dado que, permite a los ciudadanos tener acceso inmediato y eficaz a los hechos acontecidos tanto a nivel nacional como internacional, pues los hechos noticiosos son publicados con rapidez por parte de los medios que emplean la web como una herramienta de comunicación.

En atención a estas ideas, el rol que posee el ciberperiodismo en la sociedad actual obliga a los futuros periodistas a poseer conocimientos y competencias en dicha área. En torno a ello, la presente investigación se enfoca en analizar el ciberperiodismo desarrollado por los medios locales (El Comercio y El Universo) y su influencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de periodismo de la Universidad de Guayaquil.

En este sentido, la investigación está estructurada en cuatro capítulos, de los cuales, el primero se describe la problemática abordada, delimita la misma, formulación y descripción del problema, y se plantean los objetivos y la debida justificación.

En el segundo capítulo se encuentra la fundamentación teórica y legal del estudio. Esta abarca los antecedentes o referentes empíricos de la investigación se desarrolla los temas y teorías que fundamentan la investigación.

En el tercer capítulo se expone el marco metodológico, el cual comprende los métodos, técnicas y procedimientos que se aplicaron en el desarrollo de la investigación con la intención de darle un orden lógico al estudio. Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones con base a la información recolectada en el proyecto.

CAPITULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA: “INFLUENCIA DEL CIBERPERIODISMO EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL”

1.1 Planteamiento del problema

El ejercicio periodístico desde los medios de comunicación digital o también llamado ciberperiodismo ha tenido un papel importante en la expansión de la comunicación en el mundo, pues la llegada de la Web 2.0 ha hecho que este se catapulte hacia los lugares, más apartados del planeta.

La web 2.0 tuvo un efecto importante en el ciberperiodismo, generando una nueva estructura comunicacional en la sociedad. Desde su llegada en la década de los años 90, ha empezado a extenderse hacia diversas plataformas comunicacionales, a las que, millones de personas acceden, a través de numerosos medios o dispositivos digitales.

En esta dirección se puede indicar que, en la actualidad esta modalidad de hacer periodismo ha alcanzado niveles importantes en la forma de transmitir información, pues se trata de un proceso de transformación radical en la difusión de contenidos informativos, cuya materialización se les atribuye a las redes sociales, páginas y plataformas web, etc. Las audiencias cada día, y con mayor fuerza, se ven inclinadas hacia el consumo de un ciberperiodismo, por las diversas facilidades que este les brinda.

Según investigaciones sobre ciberperiodismo en América Latina, este últimamente ha tenido una evolución importante en torno a su ejercicio, debido a la expansión de la comunicación web y especialmente, las redes sociales, aunque, a pesar de tener 19 años ya en desarrollo, los estudios producidos en los países han sido tímidos respecto a lo que debería generarse. Una de las razones que explica esta situación, es que las universidades no estarían desenfocadas en la producción científica sobre ciberperiodismo, y esto viene

dado, además, por la escasa formación que se les da a los estudiantes que se forman en comunicación social (Navarro, 2013).

Las redes sociales por su parte, a nivel funcional, no sólo sirven para hacer amistades nuevas, entretenerse o mantenernos comunicados con seres queridos que se encuentren lejos, pues, esta se ha convertido en una nueva plaza de trabajo para que los periodistas mantengan informados al público de una manera adecuada, con noticias en tiempo real. En este orden de ideas, para muchas personas, la consolidación del ciberperiodismo y sus nuevas tecnologías podría ser una señal de alerta para los medios tradicionales debido a que abarcan la radio, la televisión y la prensa escrita, sin embargo, esto no es del todo cierto. Pues, cada uno de los medios y sus modalidades poseen una función específica, además un fin en sí, de allí que tan importante y necesario son los medios tradicionales como los digitales que se han impuesto durante los últimos tiempos.

En esta línea, se puede añadir que periodismo digital y el ciberperiodismo han llegado para quedarse y sus pasos se perciben agigantados ante una sociedad que se encuentra repleta de información y ávida de mejorar sus procesos. En este sentido, una de las grandes ventajas de este medio, es que hace un tiempo atrás los sucesos noticiosos se tenían que esperar en un horario determinado, ahora gracias a la inmediatez del Internet y el uso de un teléfono móvil, la mayoría de personas se mantienen informados a cualquier hora del día.

Bajo esta idea, ya no es necesario ir a comprar un periódico o esperar un horario fijo de noticias para mantenerse enterado de lo que acontece a nivel nacional e internacional. Ello supone que, toda persona que estudia comunicación social debe prepararse y tomar en cuenta estos aprendizajes en ciber medios para poder generar información, investigación, interacción y competitividad en el ámbito del desarrollo de los medios comunicacionales.

Dentro de las bondades se puede agregar que, además de realizar diferentes tipos de contenidos para el consumo público, el periodismo digital o ciberperiodismo ayuda a los comunicadores a ser independientes, ya que, desde una plataforma digital pueden abrir sus propias plazas de trabajo, por ejemplo; redes sociales, blogs, entre otras aplicaciones que si bien, han aparecido para ayudar y facilitar los procesos comunicacionales, estas han servido como mecanismos para emplean en diferentes ámbitos, como el educativo y el económico.

Por consiguiente, la información que se maneja por la web y las redes sociales constituyen hoy en día, una nueva forma transformacional de hacer periodismo, de generar, transmitir y compartir noticias, además, es un lugar que le sirve al comunicador social para ampliar sus investigaciones sobre hechos noticiosos, pues le permite indagar sobre el tratamiento de los temas, desde diversas empresas y medios de comunicación a lo largo del planeta.

En este contexto, las nuevas formas de contar historias con todos los soportes y llevadas a todas las plataformas digitales, ha tenido una importante acogida por medios tradicionales como el comercio, el universo o el telégrafo, los cuales han ido progresivamente llevando sus contenidos a las plataformas web.

Desde esta perspectiva, el ciberperiodismo ha causado mayor impacto debido a que se puede llegar a una ficción o debate entre la audiencia e incluso volverse viral debido a las opiniones de los espectadores, haciendo de este, mucho más consumido en el contexto de las noticias web.

Por otra parte, en las universidades gracias al avance de la tecnología se ha venido dando unos amplios contenidos de periodismo digital como, por ejemplo:

- Redacción periodística digital

- Diseño de proyectos audiovisuales
- Coberturas en vivo
- Uso correcto de redes sociales
- Periodismo de datos.

En este sentido, se puede señalar que es escasa la cantidad de contenido generado por las universidades, especialmente por aquellas que poseen la carrera de comunicación, las cuales deberían aumentar materias relacionadas con el periodismo digital para que los estudiantes adquirir amplios conocimientos sobre las nuevas tendencias, desde el inicio de sus carreras, lo cual fortalecería su formación como profesional y las posibilidades de ser competitivo en una sociedad globalizada.

Sin duda, la limitación que se puede evidenciar en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación, ya que esta puede repercutir en su desempeño como profesional, pues estos necesitan estar actualizados en las técnicas y procedimientos que imponen las tecnologías y el mundo virtual, ya que hoy por hoy, han cambiado las formas de hacer periodismo, y las propias formas de hacer comunicación digital, de difundir contenido, de informar, es decir, el ciberperiodismo se ha impuesto como una forma de llevar comunicación a muchos espacios y sociedades que se encuentran separadas por la distancia.

Este problema se ha venido dando a nivel nacional, en varias universidades del país, y especialmente, en la Universidad Estatal de Guayaquil, donde se llevó a cabo el estudio, pues, la formación en la carrera de comunicación social carece de temas que profundicen en el desarrollo del ciberperiodismo como nueva forma de comunicación digital. Esto representa un problema, pues los nuevos profesionales de la comunicación deben ser formados en estas tecnologías, de manera que le permita ser competitivos a nivel

profesional, y puedan desarrollar un periodismo acorde con las demandas de los usuarios, y especialmente de una comunidad nativa digital.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo influye el ciberperiodismo en la formación profesional de los estudiantes de comunicación social?

1.3 Sistematización del problema

¿Qué tipo de información están generando los medios locales a través del ciberperiodismo?

¿Cuál es la influencia que tiene el ciberperiodismo en la formación de nuevos comunicadores sociales?

¿Estaría el ciberperiodismo, aportando a la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social en la actualidad?

El problema en concreto a abordar es cómo influye el ciberperiodismo en la formación de los estudiantes de comunicación social, ya que las universidades ofrecen contenidos de forma tradicional y estarían dejando de lado la incorporación de la web en la difusión de las noticias y la producción y manejo de noticias a través de diversas aplicaciones digitales que hoy en día le permiten al profesional investigar, buscar contenido e interactuar con una comunidad abierta. De allí que, los estudiantes consumen noticias e información que generan los medios digitales, esto de algún modo posee una influencia en su proceso de formación, esto resulta de capital importancia para el estudio que se expone en estas líneas, pues, los nuevos profesionales deben tener la formación adecuada para poder reforzar lo que en las universidades le enseñan.

1.4 Objetivo general

Analizar el ciberperiodismo desarrollado por los medios locales (El Comercio y El Universo) y su influencia en la formación profesional de los estudiantes de la carrera de periodismo de la Universidad de Guayaquil.

1.5 Objetivos específicos

- Caracterizar el tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo.
- Determinar la influencia del ciberperiodismo en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UG.
- Valorar los contenidos informativos generados a través del ciberperiodismo de los medios, en algunas universidades que forman estudiantes en comunicación social y periodismo.

1.6 Justificación

El estudio sobre el ciberperiodismo es un tema de actualidad e importancia, especialmente, desde la perspectiva de la formación en comunicación social, pues en este proceso, las tecnologías y la web como mecanismo de comunicación poseen un rol de relevancia en la estructura de aprendizaje de los estudiantes, pues la sociedad se mueve bajo el dispositivo informativo que se maneja por las redes de internet, y esto evidentemente, obliga a que los comunicadores sociales se preparen en estos procesos.

Por consiguiente, la investigación traerá un gran impacto para la población universitaria que se encuentra en la carrera de comunicación social, y a la vez, para la universidad de Guayaquil, pues sus aportes permitirán tomar en cuenta datos que quizás no se estaban contemplando en la formación profesional. La Facultad de Comunicación Social, FACSOC, es objeto de estudio de la investigación planteada, ya que, es una de las primeras escuelas de periodismo fundadas a nivel nacional. Sobre esta premisa recae la

importancia de ingresar a la malla curricular de esta Facultad la materia de ciberperiodismo.

Para los medios es interesante que sepan la opinión de los próximos profesionales de comunicación social, ya que estos pueden aportar información valiosa que les permita a estos mejorar sus formas de llegar a los usuarios a través de las redes sociales y diversas plataformas de comunicación social web.

Es importante destacar, que la industria del periodismo demandará de profesionales que estén a la vanguardia de los avances tecnológicos que surgen en este medio, así como con conocimientos sobre las formas e intercambio de información para diversos tipos de públicos, profesionales que más de formar parte de la futura plaza de empleos, tengan la suficiente formación para ser periodistas independientes y crear sus propias plazas de trabajo.

El periodista digital no sólo tiene como función informar, realiza un papel mucho más amplio al comunicar en distintas plataformas, contrastar la información mediante una amplia búsqueda, editar videos y audios y mantener una interactividad con su audiencia debido a que el público puede comentar, compartir y proponer contenidos. En este sentido, las audiencias pueden comentar el contenido del periodista y el deberá evaluar el impacto que causan sus publicaciones y estará obligado a recibir críticas y sugerencias del público que consume su contenido, y ante ello, también debe estar preparado. Un ciber periodista debe contar con una herramienta esencial que no le puede faltar y es el teléfono móvil, este pequeño instrumento se ha convertido en una forma de trabajo completa para todo periodista, ya que cuenta con los formatos para poder informar al público y su ventaja, es que se lo puede llevar en todo momento.

Esta investigación posee una gran ventaja, ya que la mayoría de alumnos cuentan con una Tablet o un teléfono inteligente y desde sus aulas o casas pueden ir practicando el uso

de estas plataformas para su futura vida profesional. Sin embargo, hay que aprender a informar ya que, la mayoría de personas tienen la posibilidad de acceder a este amplio medio del internet, la audiencia también quiere publicar lo que acontece, es por este motivo que se debe brindar una información de calidad, inmediata, y veraz.

Es de destacar que, la información siempre se actualiza durante las 24 horas adjuntando más fotografías, modificando texto y cifras a diferencia de los medios impresos que no se puede realizar este tipo de ediciones. Actualmente en las universidades se debería aumentar los contenidos de ciberperiodismo y no solo el periodismo tradicional, que permita despertar el interés de los estudiantes y no solo por la necesidad de completar la asignatura, sino para estar a la demanda de sus necesidades y requerimientos.

De esta manera, los estudiantes no solo se inclinarán para el periodismo tradicional y en su futura vida profesional encontrarán otras opciones y no les afectará las nuevas tendencias ya que en su campo estudiantil han podido aprender todo lo necesario. Finalmente, el estudio va dirigido a estudiantes de comunicación social y periodismo de las respectivas universidades, en donde se tratará de profundizar en la importancia sobre el periodismo digital como parte de su formación académica y su vida profesional.

1.7 Delimitación del problema

- **Área de conocimiento:** Universidad Estatal de Guayaquil
- **Campo:** Comunicación
- **Lugar de investigación:** Guayaquil
- **Temporalidad:** Primer semestre del 2020 (enero a junio)

1.8 Hipótesis Idea a Defender

El ciberperiodismo influye en la formación de los estudiantes de comunicación social de la Universidad de Guayaquil.

1.9 Línea de Investigación Institucional/Facultad

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

CAPITULO 2

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Marco Teórico

En este apartado se exponen los fundamentos teóricos referenciales sobre los cuales descansa la investigación, el mismo está compuesto por los antecedentes de la investigación o referencias empíricas que permiten posicionar al tema en el estado del arte, es decir, informa sobre lo que se ha investigado sobre el ciberperiodismo en otros contextos. Seguidamente se desarrolla la teoría o marco de referencia sobre las categorías o temas tratado en la tesis.

2.2 Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Vázquez-Herrero, Negreira-Rey, & López-García, (2018) presentaron un artículo bajo el título: “La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino” (p. 1), científico para una Revista de Comunicación, en el mismo, los autores desarrollan un estudio de caso en el que identifican elementos innovadores a través de entrevistas a profesionales de los medios digitales La Nación, La capital, La Voz del interior y Clarín. Los resultados develaron de forma general que los medios poseen y un carácter innovador, sin embargo, se percibió inestable. Pues la indagación de un modelo que sea sostenible en el tiempo es un desafío. Mientras que los medios mantienen dotados el aparataje económico, humano y digital, aportando lo requerido para que se desarrolle un periodismo de esta naturaleza en el país.

El estudio que hacen estos autores al ciberperiodismo desarrollado en Argentina, abre las puertas para realizar una investigación que contemple algunos indicadores que se usaron, los cuales se pudieron percibir como determinantes para el estudio aquí propuesto.

En esta línea, Peralta, (2019) realizó un estudio denominado “Competencias del docente universitario para la formación de ciber periodista” (p. 1), el cual presentó a la Universidad Nacional Federico Villarreal, como tesis para optar al título de Master en Docencia Universitaria, en el mismo se planteó como objetivo identificar las competencias requeridas por los docentes universitarios en la formación de ciber periodista, dichas competencias se enfocaron en torno a 3 dimensiones que son las tecnológicas, las metodológicas y sociales. El estudio fue abordado desde un enfoque mixto, y un diseño no experimental, en el cual se hicieron análisis exploratorios y descriptivos y se aplicó un cuestionario a una muestra de 74 profesionales del periodismo y con ejercicio digital de los medios La República, El Comercio, RPP noticias, y dos medios más.

De acuerdo con los resultados, destacan el nivel de competencias para la formación de un ciber periodista debe estar entre experto y avanzado, esto supone que, el profesional deba estar más familiarizado con las aplicaciones y herramientas digitales para utilizar en la práctica del ciberperiodismo. Se indica el desarrollo de metodologías que se fundamenten en estudios de casos, proyectos y casos de investigación, pláticas reflexivas, y que, sobre todo, que planifique sus clases.

Dentro de las conclusiones se añade que, las competencias tecnológicas como las sociales resultan esenciales en la formación y ejercicio del periodista digital, pues la comunicación, la investigación, las relaciones interpersonales y la interacción son inherentes a un ciber periodista.

Más recientemente, el estudio de Navarro, (2020) realizado en México y publicado en la Revista electrónica Razón y palabra, realiza una revisión sobre las principales características del ciberperiodismo en México, en el mismo, ella hace un recorrido histórico, hasta la actualidad, haciendo una descripción de los elementos que han sido más desarrollado a través del tiempo. El estudio demandó de un análisis morfológico, con base en las categorías evolución, confiabilidad, mundialización, inmediatez, profundidad, interactividad, social media, financiamiento, ciber periodista, actualización.

De los resultados se extrae que, una de las características que ha estado en involución o ha retrocedido esta es la interactividad, y sin pasos importantes, el periodismo a la carta. En esta línea se pudo conseguir que existen desigualdades entre los medios con respecto a las demás categorías. El estudio es considerado muy interesante, pues la metodología de análisis admite un camino que permite profundizar en la temática del ciberperiodismo.

A nivel nacional

Una investigación de importancia es la de Aguayo, (2019), denominada “Análisis de la enseñanza del ciberperiodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la ULEAM” (p. 1), presentada ante la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, como requisito para la obtención del título como Licenciada en periodismo En el estudio se analizó la enseñanza del ciberperiodismo en esta institución académica, y se profundizó en los recursos y estrategias aplicadas, así como los contenidos y asignaturas desarrolladas. Los resultados de la investigación arrojaron que las estrategias destacan las exposiciones y clases comentadas, además de algunas clases asistidas por computadores.

Dentro de los recursos están las plataformas de internet, y las dispositivas de power point. Del estudio, los resultados más destacados, es que los estudiantes se encuentran insatisfecho con la formación que le dan en la carrera, por la falta de empleo de recursos y aplicaciones digitales, así como, la implementación de mayor interacción a través del

uso de plataformas digitales. El estudio concluye que, a pesar de usar algunas herramientas digitales y estrategias, los docentes se encuentran bajo un panorama tímido frente a lo que representa actualmente, el manejo de las redes sociales y de los recursos tecnológicos, que le pueden enseñar al estudiante de la carrera de periodismo mejores formas y técnicas para investigar, compartir y difundir noticias. Los estudiantes indicaron que su necesidad mayor es la de docentes que sepan del tema con un nivel de profundidad aceptable, para que les orienten correctamente.

Esta investigación posee relación con el estudio que se presenta, puesto que sirve de soporte para verificar las herramientas y métodos aplicados en el proceso de investigación que permitan delinear una hoja de ruta para replicar aquí.

A nivel local

Para la autora Candelario (2016) en su trabajo de investigación titulado “El periodismo digital como herramienta de formación de los estudiantes de cuarto curso de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, año 2014. Elaboración de una guía de lenguaje digital y moderno” (p. 1), el cual presentó a la universidad de Guayaquil, como requisito para la obtención del título de licenciada en Comunicación Social, el mismo se planteó como objetivo principal desarrollar habilidades en el manejo de las herramientas tecnológicas, vinculadas al periodismo digital a los estudiantes próximos a egresar de la carrera de comunicación social, que le permitiera mejorar su formación académica y así ayudarle para su posterior desempeño profesional.

El estudio fue abordado a través de una metodología mixta, en la cual se combinaron métodos inductivos como deductivo, así como el uso de técnicas y procedimientos tanto cualitativos como cuantitativos. La investigación fue de campo, bajo niveles descriptivos y bibliográficos, se trabajó con una población de 148 personas, compuestas por dos

autoridades y 146 estudiantes. Los resultados develaron que el 84% de estos nunca recibieron formación profesional en cuanto a periodismo digital, considerándolo como una prioridad en su formación, así lo indico el 100% de los encuestados. Otro resultado destacado es que estos ven una necesidad que se incluya una asignatura en la que se les enseñe estos contenidos a los estudiantes de la carrera. En este sentido, del 100% un 73% indicó que, en algún momento se han visto afectados por la falta de preparación del docente en el manejo de las herramientas web en el desarrollo del periodismo digital.

Concluye el estudio que, pese a las grandes dificultades presentadas por los encuestados, se le se registraron las pautas a seguir en este tipo de periodismo, detallando las herramientas para desempeñarse eficientemente en el oficio. De igual forma, se vio la necesidad de enseñarles las técnicas para redactar en páginas de la web y también que aprendieran las diferencias que existen con los medios tradicionales. Esta investigación tuvo como hipótesis que el desconocimiento sobre el uso de las herramientas tecnológicas va en contra del buen desempeño profesional que tienen los egresados como comunicadores sociales, pues limita el campo de aplicación de sus conocimientos.

Vistas las investigaciones anteriores, se hace notable la necesidad de conocer sobre el tema y la aplicación efectiva dentro del campo profesional, analizar su influencia durante la formación de los profesionales, con el propósito de blindar al estudiante en cuanto a conocimientos de los distintos medios de comunicación, a fin de que cuente con las herramientas necesarias para la aplicación de los conocimientos.

2.3 Marco referencial

Este apartado es fundamental, dentro de la investigación, pues se analizan y profundiza el tema en cuestión, se puede conocer sus relaciones y elementos constituyentes, los cuales son considerados de importancia para el manejo de información.

2.3.1 Breves antecedentes del ciberperiodismo

El ciberperiodismo posee sus primeras apariciones en el contexto de los EEUU, en la década de los 90, se conocía con la denominación de ciber medios. Posteriormente, en el año 2010 aproximadamente, se desarrolló el ciberperiodismo en las redes y dispositivos (Sabés & Verón, 2017).

Bajo esta línea, según declara Ocampo-Villegas, (2017) indican que entre los años 94 y 96 se empezaron a ver los primeros medios digitales, estos eran vistos en la web, manteniendo los mismos contenidos que las versiones impresas. Estos autores destacan que, para este tiempo se reportaba la cantidad de aproximadamente 30 millones de personas con acceso a internet en todo el planeta.

En la actualidad cerca de 3.000 millones de usuarios poseen el acceso, de donde se destaca que esta forma de hacer periodismo se encuentra aún en construcción, pues se requiere de mayor atención en su desarrollo, para que pueda contar con una solidez, (Ocampo-Villegas, 2017). Hoy por hoy, han hecho apariciones importantes algunos medios digitales en las redes sociales, ocasionando una transformación en el ecosistema informativo actual, de allí que, se evidencia una migración importante hacia una forma digital, la cual, ha quedado patentada debido a la cantidad creciente de usuarios que la utilizan para informarse en tiempo real (Cea & Vicente, 2019).

2.3.2 Definición del ciberperiodismo

El conocimiento de este término es básico para la investigación, como dijo Abdul Waheed citado por Carrillo (2015) Es importante tener en consideración que, en cuanto al conocimiento, la información es la base primordial. El ciberperiodismo se puede conocer como una especialidad o modalidad del periodismo que emplea la plataforma virtual para operar, bien sea para la investigación, para la difusión de información, o el intercambio e interacción con personas u otros medios digitales (Olivas, Rivera, & Medrano, 2013). Así pues, definir el ciberperiodismo brindará a la investigación la información necesaria para el conocimiento holístico de la misma.

Por consiguiente, se extrae a los autores Iglesias y Fernández (2011) donde ellos definen el ciberperiodismo como un tipo de prensa que fue creado para el internet. Estos mismos autores, exponen el criterio de otros estudiosos en el tema, indicando que el ciberperiodismo, también es denominado periodismo electrónico y que esta definición es la más aceptada, misma que posteriormente fue estudiada por otros autores.

Con relación a esta denominación se presentaron posturas opuestas, el autor De Pablos citado por Iglesias y Fernández (2011) indicaba que se debía mencionar periodismo telemático.

Es entonces se tiene una visualización en cuanto a la denominación del concepto de periodismo electrónico, detallando que es muy estudiado y al mismo tiempo se le han dado varias acepciones, proveniente de distintos autores, es así que se finaliza con el término más aceptado, siendo este el ciberperiodismo, que involucra el prefijo ciber, para distinguir a la cibernética, entendiéndola como la ciencia que busca conocer y estudiar la comunicación junto con el ejercicio de las comunicaciones entre las personas y las maquinas (Iglesias & Fernández, 2011).

Maliza (2018) expresa que el ciberperiodismo es la combinación del periodismo tradicional con el avance tecnológico y de esta forma, se define el periodismo digital, indicando a su vez, que esto es la consecuencia de la implementación de estrategias que buscan evolucionar en el campo informativo, en un mismo orden de ideas, indica que el ciberperiodismo tiene como entorno natural a la internet, valiéndose de la características que permiten realizar la difusión de información de forma más rápida, y con contenido más atractivo para el lector.

En la investigación, la autora busca determinar la importancia que tiene el periodismo digital en la formación de los comunicadores sociales que se encuentran en el octavo semestre de la carrera, así como conocer el buen uso que se le da a las distintas herramientas digitales. Esta investigación tiene una relación con el presenta trabajo, siendo que, en un mismo sentido, busca conocer sobre el ciberperiodismo y su influencia en la formación de futuros profesionales en el área de la comunicación social.

El ciberperiodismo o exige del periodista en principio las competencias en el manejo de las herramientas digitales, pues deben tener total consecuencia que cada vez, las tecnologías avanzan y con ello, las transformaciones y nuevas formas de hacer periodismo. Por ello, es esencial que los periodistas conozcan cómo se maneja, así también que pueden publicar, así, se recomienda al periodista de hoy, al profesional que emerge de las universidades que se alfabetice en las herramientas digitales su quiere desarrollar un ejercicio en el marco de las demandas que exige este mundo actual.

Así pues, el ciberperiodismo se puede entender desde el pasado, el presente y el futuro, por cuanto se encuentra en constante dinamismo, y aunque no se visualice abiertamente este depende de las condiciones económicas, tecnológicas y del sistema de democracias que se mantenga en el país donde se ejerza este tipo de periodismo (Navarro., 2013). De

allí que, el ciberperiodismo se puede desarrollar atendiendo al binomio teoría y práctica, es en esta última que se perfecciona el proceso.

2.3.2.1 Características:

Como toda rama de las ciencias sociales y medio eficiente para la distribución adecuada de información veraz a los usuarios de los equipos electrónicos, el ciberperiodismo presenta sus propias características funcionales específicas que le distinguen de los medios de información tradicional y que, a su vez, le consolidan como una de las más importantes fuentes de noticias en la actualidad.

En este sentido, de acuerdo al informe La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España Tejedor, (2006, ps. 58-92) señala que las principales características son las siguientes:

- **Inmediatez:** esta característica brinda la posibilidad de presentar una información exclusiva en tiempo real de acuerdo a un evento determinado ocurrido en un lugar específico. Es importante resaltar que esta característica tiene la ventaja de actualizarse de manera rápida y efectiva de acuerdo al avance de los hechos.
- **Ubicuidad:** al tratarse de un medio de noticias digitales que utiliza como vehículo de transporte de información al internet, el ciberperiodismo se encuentra al alcance de todos los usuarios que presentan un dispositivo móvil u ordenador que esté conectado a la red, de manera tal que se superan los límites del tiempo pues, una vez publicada la información, ésta es accesible desde cualquier lugar del mundo a cualquier hora.
- **Multimedia:** aparte de brindar la narrativa detallada de los sucesos que han transcurrido en una determinada región, área, espacio o categoría de noticia del mismo medio informativo, también poseen la característica y ventaja de mostrar

imágenes, animaciones, videos y audios alusivos a dicho evento con la finalidad de transmitir la información de manera eficiente hacia cada uno de los receptores.

- **Personalización:** el ciberperiodismo también presenta la peculiaridad de aportar noticias e información verás dirigida a un público en específico de acuerdo al área de interés de éstos, es decir, no sólo se limita al reporte de un suceso o evento social exclusivo, sino también, a las diferentes áreas de entretenimiento que los usuarios demanden como lo es el deporte, el mundo del espectáculo y la farándula, salud y alimentación, política y otros, que podrían ser de desarrollo local, regional, nacional o internacional.
- **Interactividad:** esta característica brinda la posibilidad de que todas las partes involucradas en la noticia generada por el medio digital, es decir, tanto los periodistas como los usuarios, puedan intercambiar palabras de opiniones, críticas, dudas, respuestas, y otros, con la finalidad de fortalecer, mejorar y perpetuar la comunicación entre los interesados.
- **Narrativa hipertextual:** el ciberperiodismo, como herramienta comunicativa que utiliza al internet para la distribución de la información que tiene para aportar a sus usuarios, posee textos narrativos de estructura no secuencial o hipertextos a partir de un buscador web en el ordenador o dispositivo inteligente, mediante tres principales portales de internet:

-World Wide Web (WWW)

-Hypertext Tansport Protocol (HTTP)

-Hypertext Markup Language (HTML)

En este sentido, a través de estos tres portales de la web los periodistas y usuarios pueden interactuar entre sí con base en la información que se desea transmitir, la misma que puede ser adquirida mediante un aparato electrónico respectivo.

Es importante mencionar que esta característica también presenta la peculiaridad de disponer de un hipervínculo, que es una conexión directa a otros medios de información digital (o a la misma noticia del mismo medio en tiempo pasado) que relatan dicho acontecimiento, pero con otras variables como principal objeto; tiempo, protagonistas, fuentes de información o hechos que le anteceden o preceden a tal evento como resultado de una serie de líneas de sucesos ocurridos.

- **Capacidad enciclopédica:** posee la cualidad de acceder a diferentes fuentes de información bibliográfica, sonoras, autoras, fuentes confirmatorias reales y otras, mediante diferentes enlaces externos de la web. La finalidad de esta característica del ciberperiodismo radica en generar información veraz y eficiente que se vale de la mano de la opinión sus propios protagonistas, así como de la fuente de información de investigación científica y periodística real.

Es importante mencionar que, en ella no sólo se manejan textos narrativos confirmados sino también, diversos contenidos multimedia que pueda corroborar con la información que se brinda a los usuarios.

- **Virtualidad:** apeándose a las tecnologías actuales, la información suministrada por parte de los medios periodísticos digitales es totalmente virtual, que se puede disponer en cualquier dispositivo móvil inteligente u ordenador que presenta conexión a internet.

Cabe destacar que, esta última característica reúne las otras cualidades del ciberperiodismo ya mencionadas ya que, al ser una plataforma de información digital, se puede acceder a ella desde cualquier parte del mundo, en diferentes tiempos determinados, por medio de un buscador web adecuado que permita la interacción entre los periodistas con los usuarios para fomentar la comunicación efectiva entre ambas partes, y el suministro de la información veraz respectiva.

2.3.2.2 *Propósitos:*

La comunicación como única vía de entendimiento mutuo entre cada uno de los individuos que constituyen la sociedad e incluso, la naturaleza, tiene diversos propósitos determinados con base en la manera e intensidad con la cual ésta busca propagarse en sus oyentes y consecuentemente, se generará una respuesta o conducta por parte del receptor de dicha información.

En este orden de ideas, Hernández Ángela (2014) indica que "... la comunicación puede incluir más de un propósito" (p. 4). De esta manera, la autora señala que la finalidad de la comunicación puede ser una de las siguientes:

- **Función de información o representativa:** se basa en describir de manera precisa el desarrollo de un acontecimiento determinado ocurrido o que debe suceder. Los ejemplos que fácilmente hacen referencia a este propósito son las diversas instrucciones dadas sobre un tema o material en específico para cumplir con el algoritmo lógico de funcionalidad del mismo; los informes que describen los determinados procesos del desarrollo de una determinada asignatura, evento u otro, en donde se rinden cuentas o se establecen los pasos seguidos que determinan diversas directrices; otros.
- **Función de entrenamiento o expresiva:** tiene como finalidad despertar y alimentar el interés personal de los receptores de la información con base en sus gustos, preferencias y bienestar que estimulan su satisfacción personal mediante la identificación y entretenimiento propio en las áreas de las ciencias sociales y culturales respectivas. Como ejemplo de ello, se puede mencionar a los diversos medios de contenidos multimedia y redes sociales que yacen en la red y a partir de las cuales, el usuario recibe información de entretenimiento personal como lo es el caso de las páginas de internet que ofrecen la visualización de videos y

galerías de imágenes alusivos al interés del individuo, como lo es la plataforma YouTube o las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter.

- **Función de persuasión o apelativa:** se basa en la capacidad de influir e impactar de manera positiva o negativa en los receptores de la información, dada bajo determinados criterios, en donde se busca promover un cambio de actitud, generar una idea, opinión, pensamiento o incluso, reforzar valores y creencias. Un ejemplo clásico aplicable a este propósito de la comunicación, son las diversas campañas de publicidad a través de los diferentes medios de difusión digitales, televisivos y otros, que buscan despertar la concienciación de la población en general sobre el impacto negativo que produce el cambio climático en la vida del planeta tierra, y con ella se espera que la población de individuos que recibe dicho mensaje pueda reducir de manera significativa la producción de gases de dióxido de carbono que fomentan el efecto invernadero y con ello, el calentamiento global respectivo.
- **Función de actuación o apelativa/directiva:** tiene como finalidad transmitir un mensaje de motivación positiva que oriente al receptor a generar una acción determinada. Es notorio que este propósito de la comunicación se correlaciona directamente con la función de persuasión ya que puede influir en su cultura, pensamiento, opiniones y conducta. Sin embargo, esta función discrepa de manera precisa de la función anterior al promover un cambio positivo y no negativo en los individuos que reciben la información. El ejemplo más claro que podemos mencionar esta función, son los espacios de bienestar y salud que se muestran en todos los medios de comunicación audiovisuales, impresos y digitales, en donde se llama la atención es los individuos para que cuiden su salud de manera eficiente

por medio de una buena dieta, prácticas de ejercicio y asistencia médica hacia los profesionales de la salud.

2.3.3 Medio de comunicación:

Desde sus inicios, los medios de comunicación han venido representando para la sociedad en general una de las principales herramientas de información esencial que les permite adquirir el conocimiento acerca de los sucesos socio-políticos locales, regionales, nacionales o internacionales, invención y evolución tecnológica, materia y estatus sanitario global, avance de la ciencia y otros, que nos conectan con la realidad en la que vivimos los seres humanos. La finalidad de esta técnica de comunicación radica en mantenernos enterados acerca de los diversos acontecimientos ocurridos en el mundo independientemente de la ubicación geográfica en que encuentren los individuos.

Por su parte, de acuerdo con el informe de Diseño y Comunicación de Rangel y otros (2015) se define como el “proceso mediante el cual, un individuo (emisor) le transmite a otro (receptor) determinada información (mensaje), a través de la palabra u otro medio (canal) con un propósito determinado” (p. 2). Esto quiere decir que, los medios de comunicación existentes en la sociedad tienen la función de servir como un vehículo que transporta la información deseada desde un emisor a un receptor.

En este orden de ideas, los medios de comunicación cumplen un papel muy importante en la sociedad, ya que éstos son un vehículo de información esencial que favorece la transmisión de noticias, novedades, tendencias y entretenimiento a los individuos que dan uso de estas tecnologías.

Por otra parte, estos mismos autores señalan que los medios de comunicación presentan las siguientes características:

- **Generan tendencias:** de acuerdo a las diferentes áreas de información; desde la política hasta el entretenimiento, llevan a cabo a la palestra pública el desarrollo de diversos temas de interés demandado por los usuarios sobre su actualidad en un tiempo determinando.
- **Fuente de publicidad:** por su amplio alcance y gran receptividad del público, son una de las herramientas más eficientes que favorecen el incremento económico y comercial de las empresas públicas y privadas mediante la promoción por publicidad de un producto, elemento o tema que se enmarque a la realidad de dicha institución.
- **Propician el intercambio de ideas:** a través de las noticias relatadas en un determinado medio de comunicación, los receptores de esa información transmitida tienen la posibilidad de generar diferentes matrices de opiniones concernientes al tema, lo cual favorece la comunicación entre cada uno de los elementos y protagonistas de dicha información, con la finalidad de generar mejoras en el mismo asunto.

En otro orden de ideas, la Red Cultural del Banco de la República de Colombia (2017) indica que los medios de comunicación son “instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual” (p. s/p). En este sentido, relata que estos medios describen y analizan los diversos temas de los eventos socio-políticos, socio-económicos y socio-culturales de una región determinada o, incluso, global.

Por otra parte, también hace referencia a los medios digitales como tecnologías virtuales que permiten el acceso a las noticias establecidas en blogs, revistas electrónicas, páginas web de divulgación y otras, que están plasmadas en los distintos sitios de internet,

cuya información puede ser adquirida por los usuarios a partir de un dispositivo móvil inteligente u ordenador que tenga conexión a la red.

Contenido multimedia:

De acuerdo al portal web TechTerms (2021), el contenido multimedia puede ser definido como la “integración de múltiples formas de medios. Esto incluye texto, gráficos, audio, video, etc.” (p. s/p). En otras palabras, el contenido multimedia no es más que una forma de comunicación existente en la que diversos medios de información convergen en una sola herramienta comunicativa que tiene como finalidad transmitir un mensaje más preciso acerca de un tema determinado dirigido a un público en específico.

En este orden de ideas, el informe Aplicaciones Multimedia Interactivas: Clasificación, señala que “el uso de los diferentes medios en la que se presenta la información viene determinado por la utilidad y funcionalidad de los mismos dentro del programa” (Belloch Ortí, 2006, p. 2). Asimismo, señala que la integración coherente de estos medios de comunicación tiene como finalidad facilitar el aprendizaje por parte de los receptores al estimular la memoria visual y auditiva y la comprensión visual y oral de estos individuos.

Siguiendo con las palabras de la misma autora, se hace mención a la función que cumplen cada uno de los componentes del contenido multimedia y su importancia para el ciberperiodismo:

- **Texto:**

La finalidad del mismo radica en brindar la información adecuada acerca de un evento o tema en particular que busca generar conocimiento y matrices de opiniones en los lectores, además, fomenta la comprensión lectora, favorece el vocabulario y origina una reflexión de pensamiento propio que genere un criterio personal. Por otra parte, en este

elemento de la multimedia también se puede reflejar de manera precisa y exacta la citación de un pensamiento, palabras u opiniones de los diferentes protagonistas relacionados con la noticia. Respecto al área del ciberperiodismo, el texto representa la forma clásica de información y adquisición de conocimiento por parte de los usuarios al igual que la los medios de comunicación impresos tradicionales, con la diferencia en que estos están disponibles en las diferentes plataformas digitales que cuentan con una conexión a internet.

- **Sonidos:**

Tienen la propiedad de reforzar la veracidad y aclaramiento de la noticia o información que se busca transmitir a los receptores. Estos pueden ser el resultado de narraciones directas a partir de los protagonistas de un suceso o tema determinado, música o efecto sonoro que permita, junto con la combinación de imágenes alusivas al tema, la comprensión eficiente por parte de los individuos acerca del comunicado que se desea transmitir. En relación al ciberperiodismo, este elemento multimedia, anexo al texto escrito y a las imágenes expuestas permiten la comprensión más detallada de información transmitida aumentando la calidad del mismo.

- **Gráficos e íconos:**

Por lo general, este elemento multimedia tiene la peculiaridad de identificar un concepto, definición, palabras, imágenes o cantidades de cifras concernientes a un tema determinado que se relacionan de manera directa con la información que se desea transmitir hacia un público en específico, de manera tal que la noticia recibida presenta una alta probabilidad de ser bien aceptada. Por su parte, el ciberperiodismo se ve muy favorecido con este factor multimedia, pues, el individuo que recibe la información de

manera precisa y adquiere el conocimiento respectivo deseado, además, la misma plataforma de noticias presenta enlaces externos e internos de internet que pueden validar la información que se está transmitiendo al usuario.

- **Imágenes estáticas:**

La finalidad principal de esta variable radica en ilustrar la idea principal o finalidad respectiva de la información que se desea transmitir por parte del emisor, de manera tal que se logre una comprensión más eficiente en el receptor. Estas imágenes puede ser fotografías, ilustraciones, representaciones gráficas y otras. En relación al ciberperiodismo, las imágenes estáticas tienen la tarea de dar sentido a la información transmitida, de forma tal que, junto con el texto, generen el ambiente de comprensión lectora propicio a los usuarios del medio digital para que puedan captar la noticia de manera más precisa.

- **Imágenes dinámicas:**

Esta hace mención a los videos, animaciones, gifs, o cualquier otra imagen en movimiento que aporten un significado más amplio a la noticia a transmitirse ya que de manera directa, estimulan la comprensión efectiva de los usuarios que reciben dicha información, por consiguiente, se favorece el entendimiento eficaz de la noticia transmitida. La importancia que este factor multimedia ejerce sobre el ciberperiodismo radica en que es parte importante del desarrollo del mensaje que se desea enviar, ya que ponen en contexto la finalidad per sé, de la noticia realizada. Por lo general, las imágenes dinámicas tienden a repercutir de manera más positiva en el entendimiento de los individuos que los elementos multimedia anteriores mencionados, ya que, al ser un factor totalmente visual y auditivo, estimula a la comprensión verás y cognitiva de los

individuos, de manera tal que el mensaje transmitido logra su propósito al generar conocimiento sobre el tema abordado.

Clasificación de los medios de comunicación digitales

Es sabido que los diferentes medios de comunicación se clasifican tradicionalmente de acuerdo al formato en cómo estos transmiten la noticia; impresos y audiovisuales, siendo el ciberperiodismo parte de los medios de comunicación en pertenecen a la categoría de los audiovisuales.

Sin embargo, bajo la opinión de Montiel en su informe “Los Ciber medios” como nuevas estructuras de comunicación social (2016), indica que es necesario clasificar a su vez a los medios electrónicos o digitales según sea las características multimedia y de información que estos puedan presentar a los oyentes de las noticias emitidas con la finalidad de presentar un orden lógico que permita su entendimiento eficaz y separación de los medios de comunicación tradicionales, siendo éstos:

- **Viejos medios con nuevos soportes**

Esta categoría de los medios digitales está constituida por aquellos medios de comunicación impresos tradicionales que se han ido adaptando a las tecnologías web digitales. Sin embargo, estos presentan la característica de que no han sido manipulados con algún formato audiovisual que favorezca la recepción más efectiva de la noticia por parte de los usuarios. Tienen la ventaja de alcanzar a una mayor cantidad de público de cualquier edad e internacional en virtud de que están ahora disponibles en la red.

Por otra parte, presentan la desventaja de que no permiten la interacción efectiva entre el periodista y el usuario de la noticia, ya que el medio se limita de manera estricta a la publicación digital de la misma información que ha sido previamente impresa en formato textual.

- **Medios cibernéticos o ciber medios:**

Hace referencia a aquellos medios digitales que se forman a partir de la combinación entre el material impreso/textual y audiovisual, es por ello que, presentan la peculiar característica de generar una amplia calidad de información que permite captar el mensaje y sentido de la noticia que se desea transmitir. Por otra parte, posee la ventaja de presentar archivos de hipervínculo que logran repotenciar la información transmitida al trasladar al usuario del sitio web en el que se encuentra hasta otra dirección de la red que contiene la misma u otra noticia similar con fuente de información verás que valida el hecho transmitido, así como también, permite el acceso del usuario a los diferentes archivos multimedia que brindan un entendimiento más eficiente hacia los receptores de la información.

- **Medios personalizados:**

Básicamente brindan información de interés personal al usuario de acuerdo a sus gustos y preferencias de entretenimiento. Tienen la ventaja de contar con un amplio sistema de archivos multimedia que logran satisfacer las necesidades de información por parte del mismo. Por lo general, en este apartado de los medios de comunicación digitales se puede dar cavidad a las noticias que van desde lo socio-económico, socio-político, socio-cultural y demás espacios de entretenimiento, como el mundo de la moda, farándula y deportes.

2.3.4 Red social o social media:

El tema sobre la red social, es importante dentro del conocimiento sobre el ciberperiodismo, siendo que este se desenvuelve en ese contexto, es así que, se perfila el

autor Ávila (2012) donde en su estudio detalla las diferentes concepciones que ha tenido la red social con el paso del tiempo, señalando que la importancia de estas formas de comunicación ha generado un sin fin de investigaciones encaminadas a la conceptualización de estas.

En este sentido, indica que primeramente la red social se consideró como el uso de la capacidad de relacionarse, conjugando a diferentes actores para vincularse entre sí. Por otra parte, menciona que hay autores que figura la red social desde una perspectiva distinta al detallarla como una figura social, donde se van consolidando diferentes ámbitos relacionales, según la similitud de intereses, confianza, con quien se va compartiendo.

En un mismo orden de ideas, el citado autor va extrayendo concepciones sobre las redes sociales, al respecto, Dabas (según lo cita Ávila 2012) manifiesta en una primera formulación, que las redes sociales son un entorno que se va construyendo según la interacción dada por los participantes, desde un nivel individual, como también agrupado, siendo consecuencia del comportamiento dinámico que proporciona la misma red. Posteriormente, la autora de este criterio perfila otra concepción, según su percepción de red social, indicando que dentro de las redes existen distintos niveles, y que las mismas son de carácter abierto debido al intercambio que en ella realizan los participantes, como resultado de la interacción social.

En ese sentido, según el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la SI (2011) don de expresa que se entiende por red social, a aquel lugar ubicado en la red, en donde es posible desarrollar múltiples funciones, y se crea con el propósito de ubicar a los usuarios dentro de un contexto en el que le permitan relacionarse, compartir contenido de interés a fin de crear una colectividad virtual.

2.3.5 Periodismo:

Para los comunicadores sociales es imprescindible conceptualizar el periodismo, definirlo, conocerlo y llevarlo a cabo es la piedra angular de todo comunicador, es así que se quiere definir el periodismo en el desarrollo del presente estudio para dejar conocimiento sobre el mismo.

Es así que, según la Universidad Latina de Costa Rica (2020) en una publicación que realiza sobre el periodismo, define esta actividad como la búsqueda de información que será difundida por los distintos medios de comunicación, es decir, se enfoca en realizar una investigación sobre temas que pudieran ser de interés en determinado sector y con esto conservar la atención de las personas para así tenerlas siempre informadas.

Desde esta perspectiva, se plantea que este tipo de ciencia tiene su clasificación según el género en el que se aplique, pudiendo ser de carácter informativo, de emisión de opinión o de carácter interpretativo. Por otra parte, si lo que se toma en cuenta es el tema que se quiere esbozar, la clasificación se amplía y se tendría que puede ser política, religiosa, sexual, familiar, entre otras muchas codificaciones.

Es entonces que, se detallara cada género a modo de dejar constancia sobre el concepto de cada uno y la aplicación que puede dársele, así pues, se tiene, que según su género puede ser:

Informativo: busca manifestar la realidad mediante la redacción de la información recabada, siendo su característica que el escritor se mantiene fuera del contexto expuesto, tal como lo indica su denominación, el propósito es informar, no emitir opinión o criterios personales, así como también juicios valorativos.

De opinión: en este género si se aplica el punto de vista que tiene el autor, emitiendo criterios de evaluación sobre hechos acontecidos y pudiendo darse el caso de sugerir propuestas en determinadas situaciones para favorecer o mejorar el escenario.

Interpretativo: para este tipo de periodismo se aplica la tarea de investigar sobre la información, informar lo investigado y del mismo modo, emitir su apreciación en relación al tema. A su vez, puede anexar detalles y relacionar ciertas posturas para que el lector tenga mejor conocimiento de la información.

Ahora bien, bajo esta mirada, la Universidad de Costa Rica, (2020) plantea los tipos en relación a la información que ofrece el periodismo, dice que los mismos pueden ser:

Periodismo deportivo, siendo quien está encargado de recoger información orientada hacia los deportes que tengan más importancia para el momento de difundir la noticia.

Periodismo de investigación: este tipo de noticias ameritan una investigación más profunda y a su vez, la información debe estar sostenida por una diversidad de fuentes que den veracidad al contenido. La mayoría de estos casos suelen darse en contextos políticos o sociales.

Periodismo informativo: este tipo de periodismo tiene como propósito resumir la información, abarcando punto claves del mismo cómo el dónde y cuándo se suscitó el hecho, así como también, quien pudo haberlo realizado y como lo llevo a cabo.

En un mismo sentido, la Universidad Latina de Costa Rica (2020) brinda información sobre los tipos de periodismos según los medios de comunicación que se manejen, dado que hoy en día la tecnología brinda beneficios y múltiples posibilidades para difundir la información, así pues, se presentan las formas de hacer periodismo, son estas:

Fotoperiodismo: es una manera de comunicar una información mediante el uso de fotografías, la ventaja que presenta este tipo de periodismo es que no debería estar supeditado a críticas o refutaciones pues la mayoría de los casos son imágenes con contenido contundente.

Periodismo escrito: es el tradicional, el que se ve en las revistas o periódicos de circulación común, aunque sigue siendo utilizado y preferido por muchos, tiene la desventaja que no presenta la rapidez con la que cuentan otros tipos de medios.

Periodismo digital: aun cuando también amerita la redacción, en este tipo se utilizan todas las herramientas que proporcionan las páginas web. Este tipo de periodismo tiene una particularidad que lo hace especial y es el nivel de presencia efectiva e inmediata que ofrece para difundir la información y convertirse en tendencia en un tiempo reducido.

Periodismo televisivo: aquí se utilizarán los distintos medios audiovisuales para la difusión de la información, se aparta del periodismo escrito y se explotan los beneficios que aporta la tecnología y con esto se crean y se transmiten mensajes con contenido informativo.

Periodismo radiofónico: se materializa mediante ondas radiales, los hechos son analizados, sintetizados y difundidos por los medios que utilicen este tipo de señal.

Estas formas de hacer periodismo poseen características particulares y diferenciales entre sí, pero se enfocan en la herramienta de la cual disponen para montar la información o contenidos informativos o de otra índole. Es importante destacar, que todas las anteriores pueden transmitirse a través del ciberperiodismo, en cualquier plataforma que se disponga para ello.

2.3.6 Comunicación digital

La información que se investigue debe ser difundida por distintos medios, en este sentido se hará una pausa para conceptualizar lo que es un medio de comunicación digital, a este respecto se tiene que ILIFEBELT (2020) lo define como aquella comunicación que

se presta en los diferentes medios digitales disponibles, interactuando sobre ellos para compartir información o conocimientos según sea el interés que presenten los usuarios.

Otro autor, Gómez (2020) considera que, en el contexto de los medios de los medios de comunicación digital, es prioridad tener en cuenta las maniobras, los fines y los canales que servirán para poner en práctica las estrategias definidas que buscan difundir la información en un ámbito idóneo, que proporcione las herramientas para posicionar la información, tal como se espera.

El año 2020 ha sido un año donde se marcó un acento en las comunicaciones, esto dado por el confinamiento que se presentó a nivel mundial, en ese sentido, las personas han adquirido un poco más de conocimiento sobre los medios digitales, o al menos sobre su uso. Así como también, se presentó un reto para los diferentes medios de comunicación al tener que modernizar, el contenido de las páginas y redes. En este sentido, también se vieron afectados los estudiantes, pues la situación ameritó la necesidad del uso de las diferentes plataformas dispuestas para impartir las clases correspondientes, siendo esto un punto a favor para los futuros profesionales de la comunicación social, pues se vieron obligados a practicar sobre el uso de los medios y acceder a las herramientas disponibles para la incorporación de las informaciones, estudios e investigaciones solicitadas, poniendo en práctica la redacción y el diseño sobre como presentar la información.

2.3.7 Competencias profesionales de un ciber periodista:

Social media editor

Esta figura es la de aquella persona que funge como administrador de los contenidos que se fijarán en las redes sociales, y su trabajo es mantener una interacción permanente entre los usuarios, llevar una dinámica de tal forma que se pueda mantener activo al público que consume noticias en determinada página web.

Community Manager

Es el encargado de editar todo tipo de material o contenido que se extrae de la audiencia, con el fin de publicarlos.

Reportero WIFI

Este es la persona que se encarga de crear contenidos originales o propios.

Reportero multimedia

Este profesional se encarga de complementar el contenido editado, con imágenes, contenido, fotografías, videos, entre otros.

Data Base Finder

Este tiene como principal función procesar información en gráficos, en conjunto con los videos, imágenes y sonido.

Gestor AdSense

Se encarga de ubicar todas las publicidades a través del buscador Google. Estas competencias y otras más, las aportan Olivas, Rivera, & Medrano, (2013), las cuales indican que se trata de las principales, aunque existen un conjunto de aplicaciones que se pueden utilizar en el ciberperiodismo.

Código de deontología en el ciberperiodismo:

Como es bien sabido, toda profesión científica debe presentar un código de ética que juzgue y regule los deberes, normativas, conducta y valores que los profesionales deben manejen en el campo laboral. En este orden de ideas, en el informe Principios Deontológicos del Periodismo Digital: Una Aproximación Axiológica a la Realidad, señalan que “la ética en la era digital tiene un compromiso con la narrativa de la noticia, la misma conlleva a la credibilidad y a la honradez al momento de informar” (Ulpo, Cabrera, Guerrero, Córdova, Pezo y Medina, 2020, p. 1).

Siguiendo con las palabras de los mismos autores, se hace mención a que la labor del periodista debe ser apropiadamente explicativa, de fácil consumo y verás, en donde la información que se transmita debe ser ética, con valores personales y profesionales que enaltezcan a dicha profesión, de manera tal que, el mensaje enviado hacia las personas que hacen uso de dicha fuente de comunicación, no prevalezca en la deshora y falsedad. En este sentido, en el mismo informe se hace referencia a dos parámetros importantes que se relacionan entre sí:

- **Ética del ciber periodista:**

Hace referencia a la calidad de valores y principios personales y profesionales que pueda manejar el comunicador social con la finalidad de poder brindar información correcta y veraz en las distintas plataformas de los medios digitales. A su vez, estos autores también señalan que es muy importante que los periodistas de los medios de comunicación cibernéticos tengan total criterio profesional para alejarse del contexto desfavorable de aquellas noticias que reportan falsedad o que distorsionan la realidad, en la que un evento determinado ha sucedido generando pánico, desesperanza y estrés en el público, ya que el propósito de transmitir una noticia radica en educar a la población general en calidad informativa que fomente las soluciones para realización de las mejoras de la materia política, social y cultural, y no en generar en la colectividad los escenarios negativos ya expuestos.

Asimismo, estos autores indican que “en lo deontológico del periodismo se destaca los principios: verdad, precisión, independencia, equidad, imparcialidad, humanidad y responsabilidad” (Ulpo, y otros, 2020, pág. 14). De este mismo modo, hacen mención a que, mientras más apegada a la realidad y precisa sea la noticia, más ética reflejará la labor del profesional de la comunicación social, lo cual contribuirá a la aceptación favorable por parte del público en la que se genera dicha noticia, permitiendo así la

posibilidad de mayor expansión y alcance de usuarios que reciben la noticia a través de la web.

- **Principios deontológicos del periodismo digital:**

Se basan en hacer mención y honor a la calidad, veracidad, imparcialidad, y ética de las noticias que se van reflejando en la palestra pública por medio del internet. En otras palabras, la labor de los ciber periodistas se caracteriza por hacer cumplir y reflejar sus valores y principios éticos en la información transmitida a los ciudadanos, la cual se correlaciona directamente con la sensatez, credibilidad y veracidad del mensaje enviado a los cibernautas.

En este orden de ideas, los mismos autores indican que este tipo de periodismo es una de las herramientas comunicativas que intenta apegarse a las tecnologías actuales y que por su amplio alcance en la red por parte de los usuarios, se amerita que cada portal de noticias pueda transmitir la realidad exacta de los hechos que ocurren en determinado tiempo y espacio, sin dar cabida a la distorsión y falsedad de la misma, ya que ello contribuye a la desinformación, falta de seriedad, poco profesionalismo, así como a la falta de principios éticos y personales del autor de las noticias.

Siguiendo con este orden de ideas, estos autores aseveran que “las redes sociales han traído consigo una devastación al mundo de la noticia, se ve una inestabilidad en la veracidad de la misma muy tangiblemente” (Ulpo, y otros, 2020, p. 15). Se fundamentan en los registros, estadísticas, resultados de encuestas y otros, en que las redes sociales pueden ser tomadas en cuenta como un arma de doble filo, en donde la parte positiva radica que existen diversas páginas digitales de periodismo que realmente ofrecen una buena información, oportuna y veraz que cumplen con sus principios deontológicos impartidos en su casa de formación.

Sin embargo, la parte negativa de las redes sociales es que existe una gran cantidad de medios de comunicación y cuentas personales anónimas que se dedican a transmitir noticias falsas, conspiradoras, sin fuente de información veraz que contrarrestan la seriedad del trabajo los profesionales de comunicación social que se dedican al periodismo cibernético. Es por ello que, estos autores hacen mención a la gran importancia que radica en hacer cumplir con la deontología impartida en las diversas universidades del país y del mundo, con la finalidad de evitar caer en el fraude informativo que desmejore y desmerite la calidad profesional del personal de comunicación social.

2.3.8 Diseño curricular de FACSO

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, nace del curso de periodismo libre organizado por la Universidad Central del Ecuador en el año 1944, y se constituyó físicamente en la ciudad de Guayaquil en 1987, bajo la dirección de Carlos “Coquín” Alvarado Llor. Las carreras que la facultad brinda a los estudiantes tienen una duración de cuatro años:

- Licenciatura en Comunicación Social
- Licenciatura en Publicidad y Mercadotecnia
- Licenciatura en Turismo y Hotelería
- Ingeniería en Diseño Gráfico

La carrera de Comunicación Social tiene por meta formar a comunicadores sociales con la capacidad de organizar, planificar, dirigir, pensar, proponer y ejecutar acciones de carácter comunicativo, consiente de la realidad social tanto a nivel nacional, como el regional e internacional.

Los profesionales graduados en comunicación tienen la facultad de poder desempeñarse en varias áreas debido a su amplia formación en el ámbito técnico-profesional y humanista, lo cual le permite llevar a cabo actividades, crear campañas comunicacionales y estudios de opinión. De la misma manera los comunicadores sociales pueden ejercer como relacionistas públicos y dirigir el área comunicacional interna de cualquier empresa, así como ejercer en el ámbito periodístico.

Entre las funciones que debe cumplir el comunicador social en la actualidad destaca el dominio de las herramientas relacionadas con el Ciberperiodismo, sin embargo, esta carrera aun cuando se considera una de las primeras escuelas de periodismo a nivel nacional, no imparte esta competencia. Si bien la malla curricular de la carrera no posee una materia de ciberperiodismo, dicta asignaturas relacionadas a ella:

- Computación (segundo semestre)
- Taller de periodismo digital (cuarto semestre)

En atención a ello, se destaca la necesidad que tiene la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil de incluir en su malla curricular, la asignatura de ciberperiodismo, debido que es una de las competencias que debe dominar el profesional del periodismo para poder realizar su labor con éxito en la sociedad de estos días.

2.4 Marco Conceptual

Comunicación: la comunicación según Delgado (2020) es la relación que se da entre dos o más partes, donde intervienen para el intercambio de información, siendo el que presenta la información el emisor, y el que la recibe es el denominado receptor de esa relación comunicacional. Permitiendo con esto, la expresión y el establecimiento de relaciones.

Formación profesional: para la Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deporte (Gobierno de Canarias, 2020), la formación profesional, serían todos aquellos estudios realizados, con el fin último de capacitarse sobre el conocimiento de alguna actividad profesional, brindando a las personas el adquirir competencias que luego permitan a las personas poder desempeñarse en diferentes áreas.

Ciber periodismo: para este concepto se toma en cuenta a Rodríguez (2020) quien señala que el ciberperiodismo es una modalidad del periodismo tradicional, que va a ejercerlo se toma en cuenta el ciberespacio, siendo este la base de las investigaciones y difusiones de la información investigada.

Ciber espacio: para EcuRed (2020) este sería un ambiente que no tiene estructura física, pero es creado por computadoras para poder desplazarse por la red. En el ciber espacio los usuarios pueden interactuar de forma muy similar en relación a cómo se hace de manera real, solo que no requiere movimiento físico, basta con teclear para escribir.

Ciber consumidores: siendo esta una nueva versión de consumidores, originados por las redes 2.0, se tiene que para Islas-Carmona y Arribas-Urrutia, (2008) los ciber consumidores, son personas que a su vez, participan en el dinamismo de las redes, tienen mejor conocimiento de los productos que los otros consumidores, participan activamente dentro y fuera de la red, son quienes manifiestan a los creadores de las plataformas digitales su conformidad o inconformidad sobre los servicios o bienes adquiridos, a través de las redes. Los ciber consumidores son aquellas personas que usualmente hacen compras por medio de la red.

Nuevas tecnologías: para Meneses-Benitez, (2007) serían el conjunto de los diferentes equipos o instrumentos aplicados en el mundo de las telecomunicaciones, siendo estos, las computadoras, las redes, la web, entre otros instrumentos, destinados a generar los diferentes recursos audiovisuales.

Redacción on line: Según la empresa de Marketing digital Ushuaia 9410 (2021) la redacción online o redacción web se define como el tipo de redacción escrita que juntos con las herramientas de imágenes, sonidos buscan transmitir de forma concisa lo que se quiere informar. De manera que este tipo de redacción independientemente de cuál sea la finalidad académica, publicitaria, legal, administrativa etc., debe perseguir siempre la claridad y precisión en el mensaje que desea emitir

Periodista digital: para Fude (2021) el periodista digital si bien realiza las mismas funciones que un periodista tradicional, este viene a realizar la representación de la información de forma más interactiva, con contenido de multimedia, fotos, videos, imágenes y hasta sonidos. En este sentido, el periodista digital presenta más retos en cuanto a la producción de la información que desea difundir, no cuenta con el tiempo que tiene un periodista común, donde este investiga, redacta la información a publicar y el editor se encarga de colocar lo que se iba a presentar. Para el periodista digital, no existe este tiempo pues debe subir la información en el momento cuando se dan los acontecimientos, utilizando las distintas herramientas disponibles, como son Smartphone, aplicaciones, redes sociales etc.

2.5 Marco Legal

En este apartado, se expone el ordenamiento jurídico, sobre el cual se fundamenta la investigación, el cual constituye gran importancia para el desarrollo del mismo, puesto que pone de manifiesto las responsabilidades del Estado frente al ejercicio del periodismo en todo el territorio nacional, así como sus disposiciones regulatorias. En este sentido, se exponen, atendiendo al orden jerárquico.

2.5.1 La Constitución de la República de Ecuador (2008)

En principio, se refiere La Constitución de la República de Ecuador (2008) esta máxima norma en el país garantiza a todas las personas, el derecho de crear, individual o colectivamente medios de comunicación social, haciendo uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, así como también, el otorgamiento del permiso para hacer uso de todas las formas de comunicación y sus respectivas regulaciones.

En este sentido, La Constitución, indica que, todas las personas tienen el derecho de buscar información, así como de intercambiarla, o difundirla de forma, verificada, oportuna y pertinente. Es así que, se observa como la Constitución de la República de Ecuador, permite la creación de distintos medios de comunicación que sean utilizados con el fin de generar investigar o difundir información que no vayan en contra de las normativas legales.

2.5.2 La Ley Orgánica de Comunicación (2013)

En un mismo orden de ideas, se menciona la Ley Orgánica de Comunicación (2013) dentro de esta ley, el ciberperiodismo no está contemplado, pues este es un tipo de diario o prensa que fue creado para ser publicado en internet. En este sentido, se entiende que la difusión de información de carácter personal no está regulada dentro de esta norma, pero la norma si señala la regulación de la información subida a la web por aquellos medios de comunicación que utilizan las redes para difundir sus contenidos.

No obstante, determinados artículos establecidos en dicho reglamento hacen referencia a que la comunicación digital o aquella información de prensa que se haya en cualquier medio de comunicación, así como en internet, que ha sido diseñada por un ente público o privado, también debe ser accesible a los usuarios de la red en general y, además, las

empresas encargadas de distribuir dicha información en la web están supervisadas de manera obligatoria por los órganos nacionales de comunicación. Sin embargo, esta Ley Orgánica de Comunicación no regula la información personal que los individuos puedan generar en internet.

En este sentido, los principales artículos que hacen mención al derecho a la información impresa, audiovisual y digital en el territorio ecuatoriano, son los siguientes:

Art. 1. Objeto y ámbito. Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Art.- 3.- Contenido comunicacional. Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art.- 4.- Contenidos personales en internet. Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art.- 5.- Medios de comunicación social. Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en

forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art.- 29.- Libertad de información. Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Art.- 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Art.- 42.- Libre ejercicio de la comunicación. Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

2.5.3 El Reglamento que regula el ejercicio de la comunicación (2014)

Ahora se menciona el Reglamento a la Ley de Comunicación (2014) como documento que regula la comunicación en el territorio ecuatoriano, hace la salvedad dentro de su articulado, que también son medios de comunicación, todos los que utilicen las plataformas digitales, es decir, el uso del internet como plataforma para la difusión de

información y opinión, siempre y cuando la personalidad jurídica del medio haya sido adquirida en Ecuador. En este sentido dichos canales tendrán los mismos derechos que se contemplan para los medios que se definen en la Ley Orgánica de Comunicación, esto según lo dispuesto en el artículo 3 de la mencionada ley.

Art. 3.- Medios en Internet. Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre esta plataforma de Internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenido informativo y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley.

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología

La metodología asumida en la presente investigación es de naturaleza mixta, puesto que combina métodos cualitativos como cuantitativos. Esta se basa en entrevistas, encuestas, además planteó un análisis de contenido del tráfico web y estadísticas del comportamiento e interacción social que poseen las redes sociales de dos medios de comunicación con circulación web nacional.

Las investigaciones mixtas, según lo plantea Hernández, Fernández, & Baptista (2014) se define como el proceso de investigación en el cual se plantea un problema que puede ser investigado de dos vertientes, es decir, se concibe y se racionaliza el diseño. Se unen ambos métodos tanto el cualitativo como el cuantitativo. Este enfoque mixto se considera novedoso, y ha sido aplicado últimamente por más investigadores en el mundo porque permite combinar los dos métodos y técnicas para lograr con el cumplimiento de los objetivos y dar respuesta con ello al problema.

En la presente investigación se consideró usar una investigación mixta porque es necesario ampliar la información que permitiera determinar la opinión de los estudiantes sobre el desarrollo del ciberperiodismo, también se buscó profundizar en el tema, a partir del significado y la interpretación que dan otros al mismo hecho, pero con una mayor libertad de opinar y exponer ampliamente sus ideas, esto se hizo a través de la entrevista.

3.2 Tipo de Investigación

La investigación de campo, constituye un tipo que se usa cuando se desean obtener datos de primera mano, es decir, la exploración de campo se lleva a cabo con información proporcionada de las fuentes primaria o directamente de la fuente (Ramírez, 2021), además se puede percibir el contexto en el cual actúan los sujetos investigados. La investigación de campo es aquella que consiste en la observación directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancias en que ocurren ciertos hechos; etc.

En cuanto a este tipo de investigación, se caracteriza por levantar información directamente de la fuente primaria, en este caso de los estudiantes de comunicación social de la FACSO de la Universidad de Guayaquil. Estos fueron abordados en la universidad algunos, y otros se les enviaron la información por correo electrónico, aunque se sigue considerando como una información recolectada de primera mano, o de la fuente directa, como son los estudiantes.

3.3 Enfoque

El enfoque de estudio como ya se ha referido, responde a uno mixto, el cual se caracteriza por la combinación de métodos y técnicas cualitativas como cuantitativas. Esto con el fin de complementar y detallar con mayor profundidad las variables relacionadas con el objeto de estudio.

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) sostienen que las investigaciones con este enfoque son mucho más completas, por cuanto pueden dar visiones mucho más amplias, y que permitirán hacer otros análisis, así como complementar y ser más creíbles en la información que se genere en el proceso. En ese sentido, se considera un estudio con enfoque mixto, por cuanto se aplicaron encuestas para medir variables de manera

estadística, y se hicieron entrevistas para conocer la percepción de los estudiantes sobre el hecho de estudio.

3.4 Técnica e Instrumentos

3.4.1 Entrevista

La entrevista consiste en interrogar, con la ayuda de un guion, a una persona para obtener información, la cual registra el investigador. Puede ser grupal, abierta o cerrada. (Martínez-Ruiz, 2012, p. 157). Las entrevistas son instrumentos propios de una investigación cualitativa, en la que se busca saber los puntos de vista y de opinión de una manera amplia y abierta de los sujetos de información.

La entrevista consistió en realizar una serie de preguntas abiertas dirigidas a estudiantes de la carrera y profesionales en periodismo egresados. Concretamente se tomó a 2 estudiantes graduadas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, con la intención de saber que conocen estas sobre el ciberperiodismo, o si lo han tenido como parte de la experiencia de formación profesional.

3.4.2 Encuestas

Las encuestas de opinión son consideradas por diversos autores como un diseño o método. (...). Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (Hernández-Sampieri & Mendoza-Torres, 2018, p. 180)

La encuesta se conoce como una técnica de investigación que permite recolectar información de interés investigativo para conocer las valoraciones y opiniones de las personas seleccionadas en torno a un tema. Estas generalmente se aplican a grandes cantidades de personas, y su análisis responde a criterios preestablecidos o leyes

predeterminadas, sobre las cuales se valida la información para explicar posibles relaciones causales del comportamiento del hecho o fenómeno.

Las encuestas fueron aplicadas a una muestra de 342 estudiantes universitarios.

3.4.3 Análisis de contenidos

Es una técnica que permite ir desglosando y examinando las palabras que conforman un contenido de un texto de interés.

El análisis de contenido es una técnica que permite el análisis y cuantificación de los datos cualitativos obtenidos a través de los distintos métodos, ya sean las preguntas abiertas de una encuesta (aspecto ha explicado en ese capítulo) entrevistas, registros de observaciones, documentos oficiales y personales. Se debe aclarar que, para algunas especialidades, vinculadas a las ciencias de la información, esta técnica que aquí se considera para el procesamiento de la información, puede ser asumida como un método. El análisis de contenido se efectúa a partir de la codificación. (Hernández, y otros, 2018, p. 134)

Esta técnica se empleó en el presente estudio, porque para analizar y caracterizar la información que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo, era necesario emplear una plantilla o formato que permitiera ir sacando información, categorizarla, codificarla para poder entenderla. En ese sentido, se elaboró una matriz para medir las métricas y el comportamiento de las publicaciones hechas por estos dos medios durante los últimos 3 meses, (octubre a diciembre 2020).

Las redes sociales a las que se le hizo el seguimiento fueron Twitter, Facebook e Instagram (ver tabla anexo 1). Esta información fue recopilada y analizada.

3.5 Población

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2014) la población hace referencia al universo en el cual se encuentran los sujetos que se van a estudiar, los cuales comparten

características afines para ser estudiados. La población demarca a todas las personas, sujetos e informantes que proporcionarían los datos para su debido análisis. En este sentido, la población para los efectos de este estudio, la comprenden todos los estudiantes de la carrera de comunicación social de la FACSO de la UG.

Esta según, el informe generado por la institución, y publicado en su página web, para el año 2018, era de un total de 3.072 estudiantes de la carrera de comunicación social (Universidad de Guayaquil, 2018). De esta población de estudiantes, se extrajo una muestra representativa que permitiera hacer el estudio con ciertas condiciones reales.

Tabla 1
Población total del estudio

Población total	
Estudiantes de la carrera de comunicación social	3.072
Total	3072

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

3.6 Muestra

Fuentes-Doria, Toscano-Hernández, Malvaceda-Espinoza, Ballesteros, & Pertuz (2020) “la muestra es una porción o un subconjunto de la población que selecciona el investigador como unidades o elementos para el estudio para obtener información confiable y representativa” (p. 63)

La muestra está conformada por una representación de la población, la cual mantiene las mismas características de la población total.

Fórmula del cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

En donde

Z = nivel de confianza (corresponde con tabla de valores de Z)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

N= Tamaño de la población

e = error de estimación

n = Tamaño de la muestra

Al reemplazar las variables en la formula queda de la siguiente manera:

Tabla 2
Cálculo del tamaño de la muestra

Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
e	0.05
N	342

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

El tamaño de la muestra es de:

N= 342 estudiantes universitarios.

3.7 Variables

Tabla 3
Variables del estudio

Variables	Condición
Influencia del ciberperiodismo	Dependiente
Formación de los estudiantes	Independiente

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

		Competencias	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de redes y herramientas tecnológicas • Edad • Sexo • Semestre • plataformas web • Dominio de competencias del ciberperiodismo 	<ul style="list-style-type: none"> - Conoce los recursos y herramientas tecnologías para el desarrollo del ciberperiodismo - Sí ____ No ____ - ¿Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social? - _____ - _____ - ¿Considera que el ciberperiodismo debe incluirse en la malla curricular para la formación del periodista en la universidad? - Sí ____ No ____ - - Aplica las herramientas de ciberperiodismo en el desarrollo de las clases - Sí ____ No ____ - - Con qué frecuencia - Siempre ____ A veces ____ Rara veces ____ - - - - Cuáles son los usos que le da al ciberperiodismo - a.- Redacción de artículo _____ - b.- Diseño web _____ - c.- Producción periodística _____ - d.- Estructurar una comunicación _____ - e.- Investigación o búsqueda de información _____ - f.- Otro _____ - - Red social que considera debe manejarse para la actividad del ciberperiodismo
--	--	--------------	---	---

				<ul style="list-style-type: none"> - Twitter _____ Facebook _____ Instagram _____ - - III. Competencias profesionales que debe tener un ciberperiodista - Cuál de las siguientes competencias posee: - Social media editor _____ - Community manager _____ - Reportero Wifi _____ - Reportero multimedia _____ - Data Base Finder _____ - Gestor AdSense _____
4. Valorar los contenidos informativos generados a través del ciberperiodismo de los medios, El Comercio y El Universo	Valoración de contenidos por ciberperiodismo	Contenido publicado por los medios	<ul style="list-style-type: none"> • El Comercio, • El Universo y 	<ul style="list-style-type: none"> - Indique cual es el valor que posee el ciberperiodismo en la actualidad: - Educan _____ - Informan _____ - Entretienen _____ - Interactúan _____ - Respeta las regulaciones _____ - Contribuye con la ciudadanía _____

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.8 Análisis de las encuestas

3.8.1 Datos sociodemográficos

a) Edad

Tabla 5
Datos sociodemográficos de edad

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
18 a 20 años	47	14%
21 a 23 años	197	58%
24 a 26 años	98	29%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

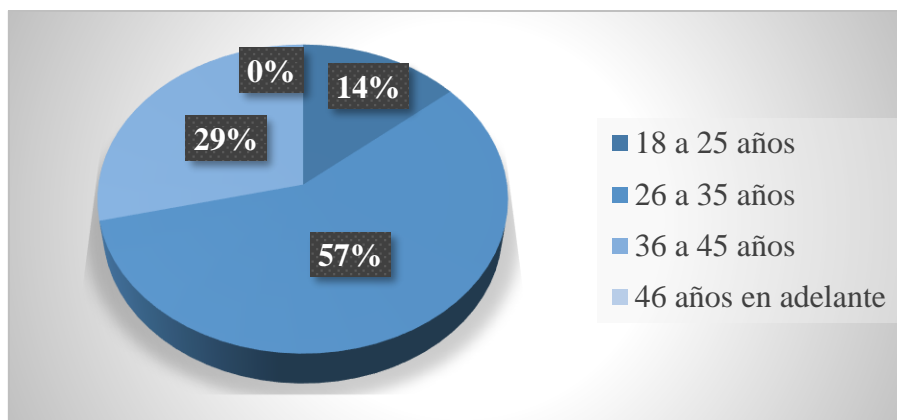


Figura 1 Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: Edad
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: de la totalidad de encuestados, el 58% poseen una edad entre 21 y 23 años, 29% se encuentran en una categoría de 24 y 26 años, mientras que el 14% restante tienen un rango de edad entre 18 y 20 años. Estos resultados permiten indicar que los estudiantes regulares que se encuentran activos en la Facultad de Comunicación social son relativamente jóvenes, aunque, esta es una edad en la que ya debería haberse titulado.

b) Sexo

Tabla 6
Datos sociodemográficos de sexo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	267	78%
Masculino	75	22%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

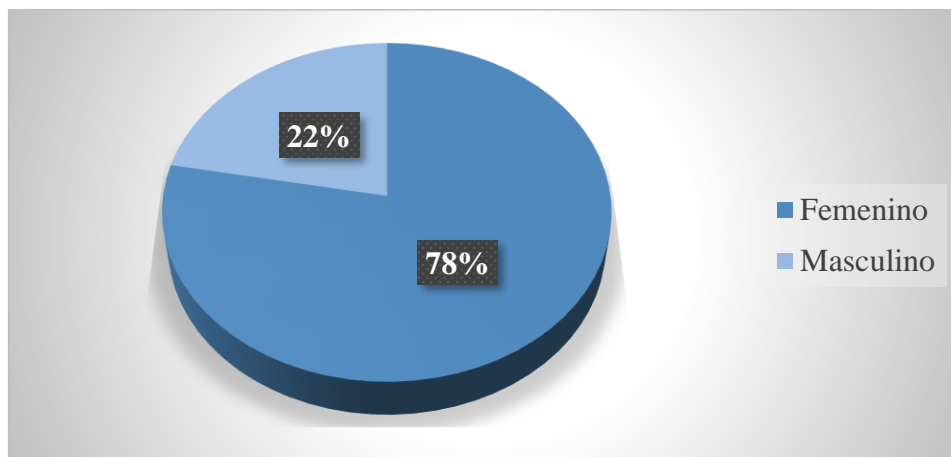


Figura 2 Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: sexo
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: del 100% de personas encuestadas, el 78% son mujeres, mientras que el 22% son varones. Estos resultados son significativos, por cuanto se pueden ver que predominan las mujeres inscritas en la carrera.

c) **Semestre cursado**

Tabla 7
Datos sociodemográficos de semestre cursado

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Primer a cuarto semestre	0	0%
Quinto al octavo semestre	284	83%
Egresado de la carrera	33	10%
Graduado (en otra carrera)	25	7%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

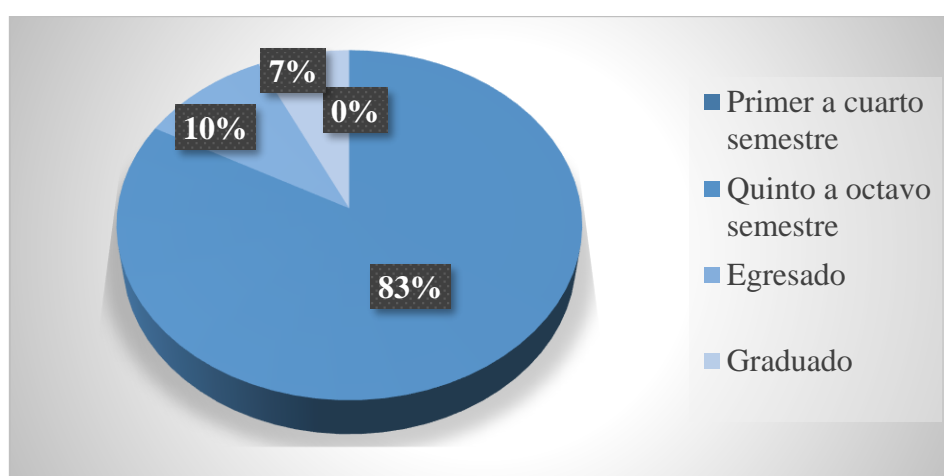


Figura 3 Porcentaje sobre datos sociodemográficos para el rango: semestre cursado
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: las respuestas de los encuestados a esta interrogante permitieron evidenciar que, el 83% está cursando del quinto al octavo semestre, por su parte el 10% egresaron de la institución, mientras que el 7% están graduados en otras carreras. Es interesante indicar que los aportes que hacen los estudiantes sobre el tema del ciberperiodismo provienen de estudiantes que se encuentran en los últimos semestres de la carrera. Lo cual indica que es sumamente valiosa la información, por cuanto estos se encuentran desarrollando actividades propias de carrera y es fundamental saber que conocen estos sobre esta práctica periodística en el medio.

1. ¿Conoce que es el ciberperiodismo?

Tabla 8
Conocimiento sobre el ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	95%
No	17	5%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

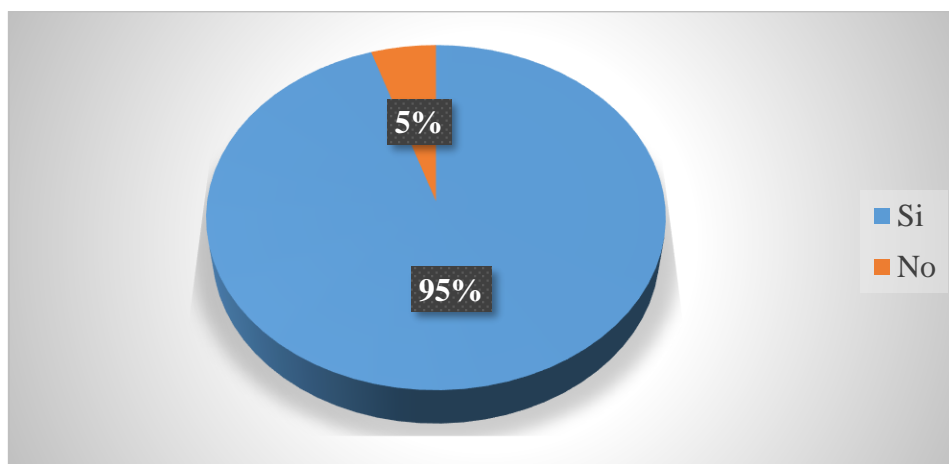


Figura 4 Porcentaje del conocimiento sobre el ciberperiodismo

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 95% conoce el ciberperiodismo, mientras que, el 5% no posee conocimientos sobre esta manera de ejercer la labor periodística. Estos resultados ponen en evidencia un porcentaje significativo de estos estudiantes que indican conocer sobre el ciberperiodismo, lo cual resulta sumamente positivo para la práctica profesional de estos, una vez que egresen como profesionales de la carrera, especialmente en estos tiempos donde se ha tecnologizada y virtualizado los diferentes procesos que orientan la vida en la sociedad. Especialmente los canales y difusión de la información.

2. ¿Conoce los recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo?

Tabla 9

Recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	13%
No	298	87%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

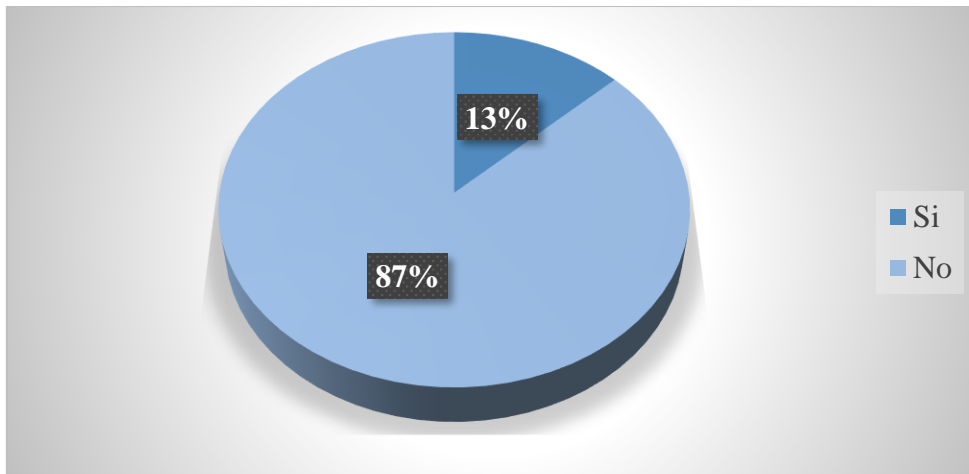


Figura 5 Porcentaje de Recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: las respuestas a la presente interrogante demostraron que, el 87% ignoran las herramientas y recursos que se pueden emplear en el ciberperiodismo, por su parte, el 13% de los encuestados posee un conocimiento pleno sobre los recursos y herramientas para el correcto desarrollo del ciberperiodismo. Estos resultados resultan un poco contradictorios con respecto a la pregunta anterior, puesto que un porcentaje importante indica que conoce el ciberperiodismo, pero al ser consultado sobre los recursos y herramientas que se usan en esta práctica periodística el 87% lo ignora.

3. ¿Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social?

Tabla 10

Innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Mayor difusión de información	146	43%
Inmediatez informativa	93	27%
Variedad de fuentes informativas	0	0%
Interacción y eficiencia interactiva	103	30%
Mejora redacción y opinión periodística	0	0%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

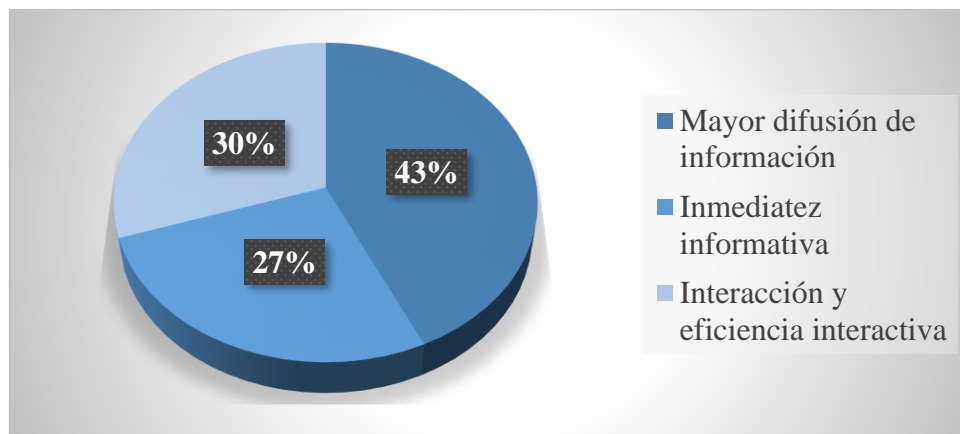


Figura 6 Porcentaje sobre Innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: del 100% de encuestados, el 43% consideran a la mayor difusión de información como la innovación que permite al ciberperiodismo formar a los futuros comunicadores sociales, por su parte el 30% de los encuestados creen que la interacción y eficiencia interactiva es el factor del ciberperiodismo que educa a los comunicadores, mientras que el 27% considera a la inmediatez informativa como el mejor factor de formación para los comunicadores. Estas respuestas se evidenciaron segregadas con respecto a esta pregunta. Aunque la mayoría indicó que esta modalidad ayuda en la difusión de la información.

4. ¿Considera que el ciberperiodismo debe incluirse en la malla curricular para la formación del periodista en la universidad?

Tabla 11

Inclusión del ciberperiodismo en la malla curricular

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	274	80%
No	68	20%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

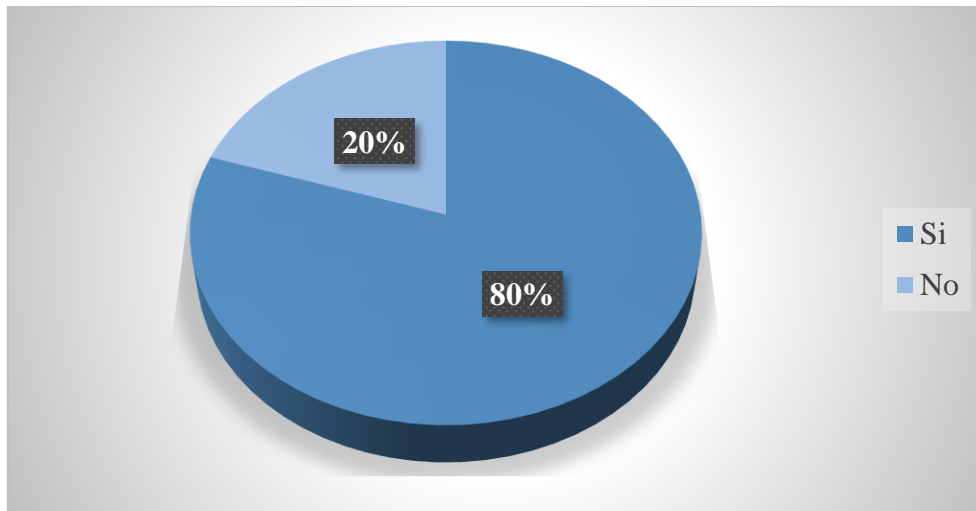


Figura 7 Porcentaje de Inclusión del ciberperiodismo en la malla curricular
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: de la totalidad de encuestados, el 80% afirma que el ciberperiodismo debe incluirse a la malla curricular para la correcta formación de periodistas, por su parte el 20% restante no considera necesario agregar el ciberperiodismo en la malla curricular de los futuros periodistas.

Este porcentaje es realmente importante, al conocer que la mayoría, que se ubica en un 80% ha indicado estar de acuerdo con que se incluya el ciberperiodismo dentro del plan de formación. De manera que, se pudo ver la importancia que estos están atribuyendo a esta metodología o modalidad de trabajo en la formación del estudiante de la carrera de periodismo y comunicación social propiamente.

5. ¿Aplica las herramientas de ciberperiodismo en el desarrollo de las clases?

Tabla 12

Herramientas de ciberperiodismo en las clases

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	18%
No	281	82%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

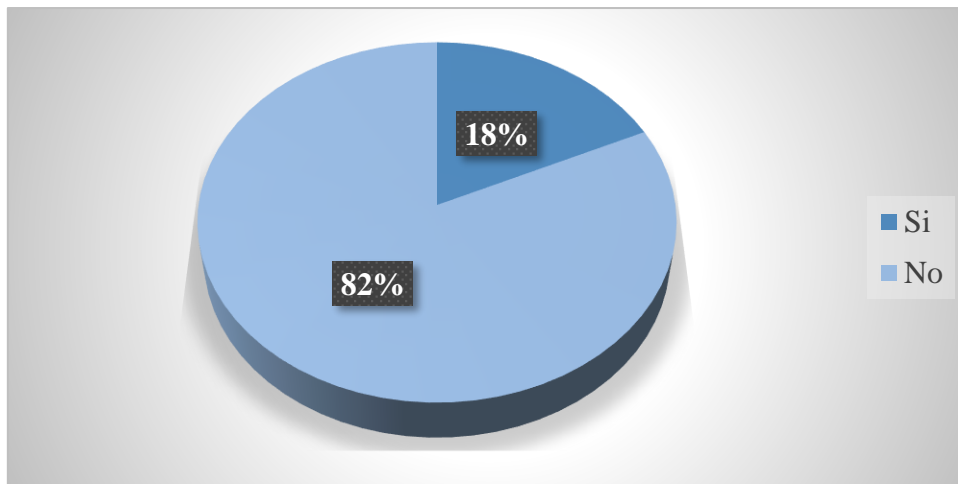


Figura 8 Porcentaje de Herramientas de ciberperiodismo en las clases
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: la respuesta de los encuestados a la presente interrogante demostró que, el 82% no emplea las herramientas de ciberperiodismo en clases, por su parte el 18% aplica las herramientas de ciberperiodismo en el desarrollo de las clases.

Esta respuesta también llama la atención, puesto que un porcentaje del 82% es bastante significativo, los cuales se encuentran actualmente desarrollando esta práctica dentro de su formación profesional a pesar de que no se ha asumido de manera formal la enseñanza del ciberperiodismo dentro de la formación profesional. Lo cual es positivo para la carrera y para la formación de los estudiantes.

6. ¿Con que frecuencia?

Tabla 13
Frecuencia

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	62	18%
A veces	126	37%
Rara vez	154	45%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

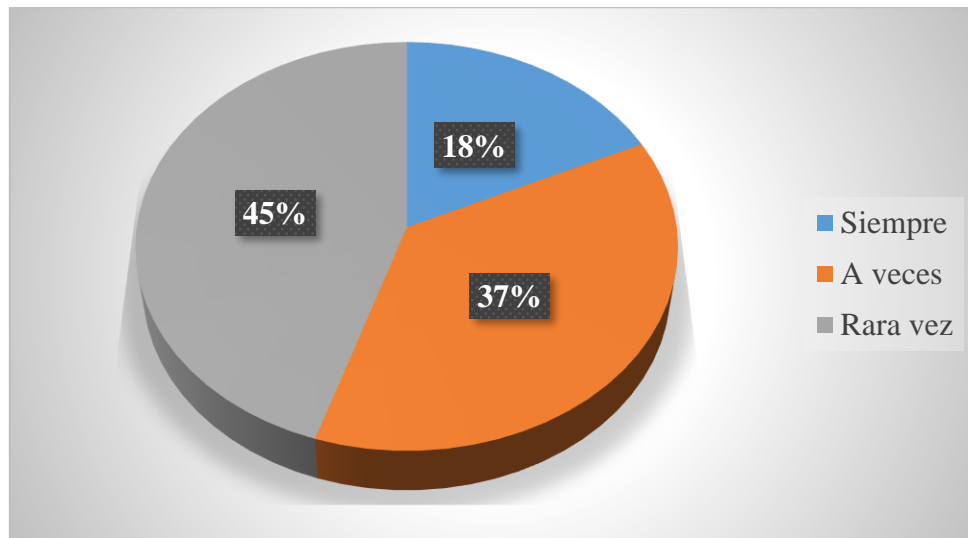


Figura 9 Porcentaje sobre la Frecuencia con que usa el ciberperiodismo en clases
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: del 100% de los encuestados, el 45% rara vez las utiliza, el 37% a veces emplea las herramientas de ciberperiodismo en clases, y el 18% restante usa las herramientas de ciberperiodismo siempre.

En atención a esta respuesta se evidencia un porcentaje importante que estaría de manera frecuente trabajando en el ciberperiodismo, lo cual pudiera estar asociado al interés personal y conciencia crítica del estudiante, en la utilización de esta práctica como parte de su formación profesional, que le permita prepararse para el futuro una vez que egrese.

7. ¿Cuáles son los usos que le da al ciberperiodismo?

Tabla 14
Usos del ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redacción de artículo	69	20%
Diseño web	47	14%
Producción periodística	139	41%
Estructurar una comunicación	87	25%
Investigación o búsqueda de información	0	0%
Otro	0	0%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

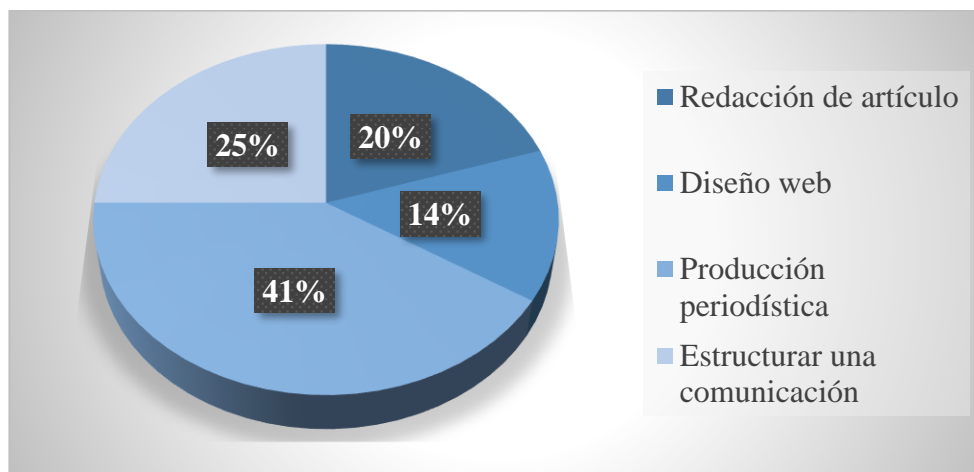


Figura 10 Porcentaje sobre los Usos del ciberperiodismo

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: las respuestas a la presente interrogante por parte de los encuestados demostraron que, el 41% usa el ciberperiodismo para mejorar su producción periodística, el 25% utiliza al ciberperiodismo para estructurar una correcta comunicación con los receptores, mientras que el 20% lo emplea para aumentar su habilidad en la redacción de artículo, y el 14% los usa para el diseño web. Estos datos son interesantes, puesto que el uso de mayor predominio es la producción periodística, siendo significativo para la carrera y para la práctica profesional propiamente.

8. ¿Red social que considera debe manejarse para la actividad del ciberperiodismo?

Tabla 15
Red social para manejar el ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Twitter	254	74%
Facebook	57	17%
Instagram	31	9%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

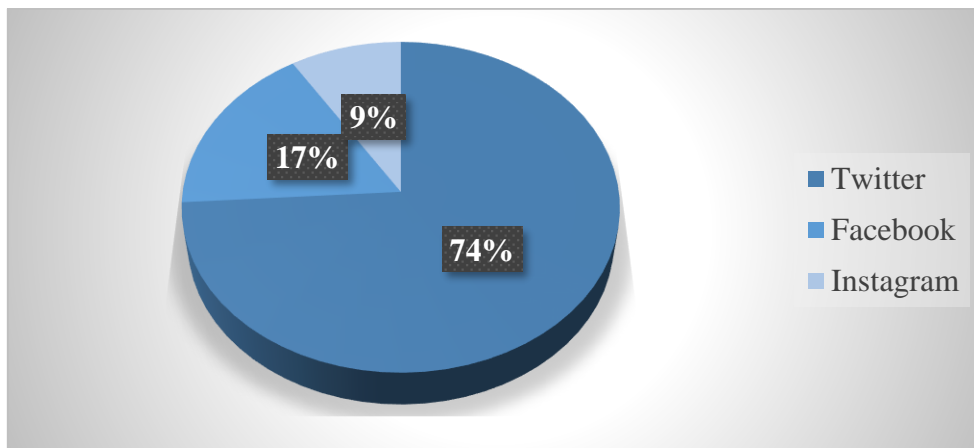


Figura 11 Porcentaje sobre la Red social para manejar el ciberperiodismo
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: de la totalidad de los encuestados, el 74% de encuestados consideran a Twitter como la plataforma que brinda mejores resultados para ejercer el ciberperiodismo, el 17% cree que Facebook es la red social en la que se debe ejercer el ciberperiodismo, y el 9% estima a Instagram como la mejor red en la que se puede desarrollar el ciberperiodismo.

9. ¿Cuál de las siguientes competencias posee?

Tabla 16

Competencias

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Social editor	51	15%
Community manager	236	69%
Reportero multimedia	55	16%
Data Base Finder	0	0%
Gestor AdSense	0	0%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

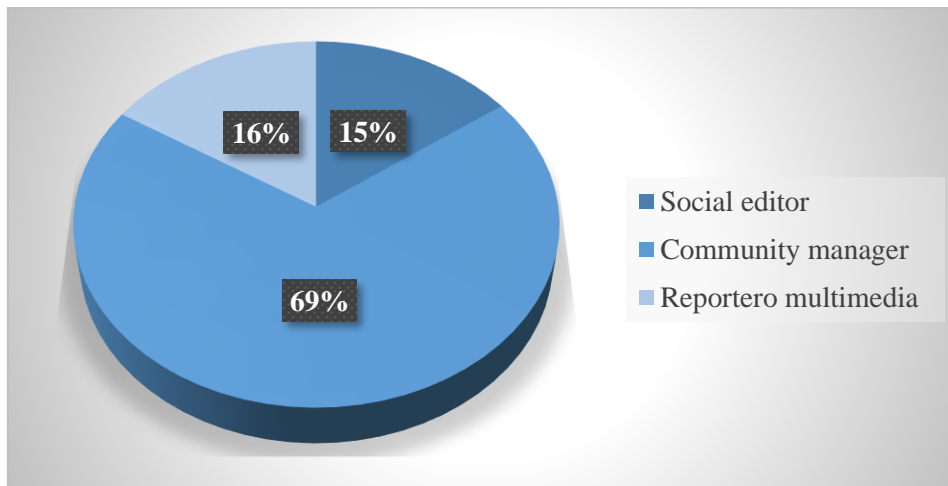


Figura 12 Porcentaje sobre el nivel de Competencias

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: del 100% de encuestados, el 69% afirman que tienen competencias de Community manager, el 16% consideran que poseen habilidad de reportero multimedia, y el 15% restante tienen competencias de social editor. Estos resultados también llaman la atención al indicar los estudiantes que poseen un nivel de formación en Community manager, pese a que de manera formal no estarían formándose en la carrera. Pudiera deberse a una formación empírica que estarían desarrollando de manera paralela a su carrera.

10. Indique cual es el valor que posee el ciberperiodismo en la actualidad

Tabla 17

Valor que posee el ciberperiodismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Educación	104	30%
Informan	165	48%
Entretienen	0	0%
Interactúan	73	21%
Respetan las regulaciones	0	0%
Contribuye con la ciudadanía	0	0%
Total	342	100%

Elaborado por: Bohórquez Nidia

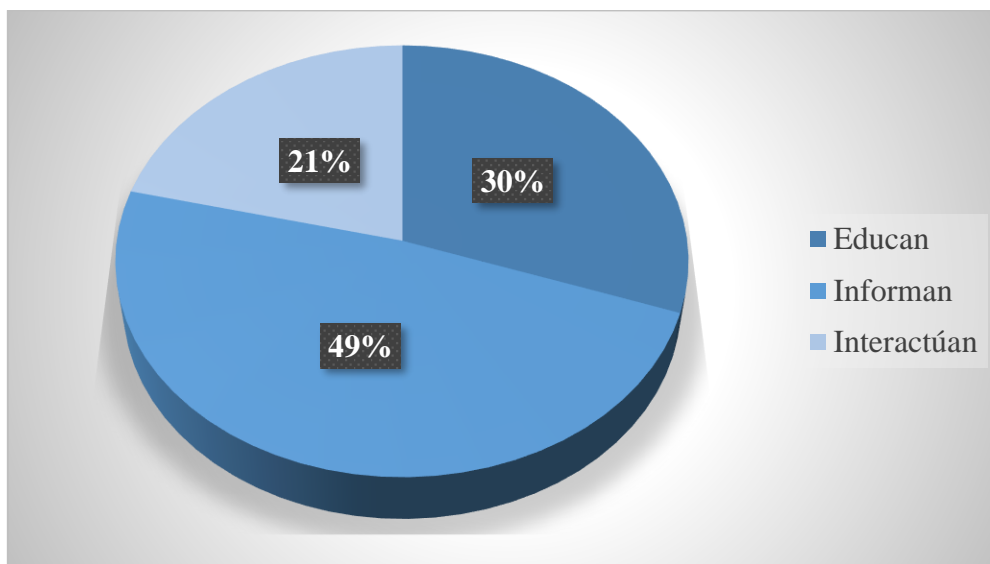


Figura 13 Porcentaje sobre el Valor que posee el ciberperiodismo

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Análisis: las respuestas por parte de los encuestados a la interrogante demostraron que, el 48% considera que el ciberperiodismo informa, el 30% estima a la educación como el valor del ciberperiodismo, por su lado el 21% estiman que la interacción la ventaja que posee el ciberperiodismo. El valor y la importancia del ciberperiodismo en la formación y desempeño del profesional del periodismo han sido considerado de importancia para los sujetos estudiados.

3.9. Resumen de los resultados

A través de las encuestas aplicadas a los 342 estudiantes universitarios de la carrera de comunicación social de la FACSOS de la Universidad de Guayaquil se evidenció que los estudiantes saben lo que es el ciberperiodismo, sin embargo, esto no significa que conocen en profundidad las herramientas y recursos que le permitan desarrollar de forma competente el oficio periodístico.

Por tanto, destacan dentro de los múltiples usos, la difusión de información, inmediatez informativa, interacción y eficiencia interactiva como el área innovadora que trae consigo el ciberperiodismo para mejorar la formación de los comunicadores sociales. Lo cual destaca, la importancia de incluir al ciberperiodismo en la malla curricular de los futuros periodistas, dado que, en el transcurso de las clases impartidas es poco el uso que se les da las herramientas relacionadas al ciberperiodismo.

3.10. Análisis de Resultados de las entrevistas

Entrevista a Karla Alava Mendiola, graduada.

Tabla 18

Entrevista 1

1. ¿Cómo define usted el ciberperiodismo?	Como la nueva era del periodismo
2. ¿Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social?	El periodista puede obtener información de la ciudadanía x las distintas plataformas digitales, como por ejemplo videos virales, sin embargo, hay que investigar por qué no todo lo que vemos en estos medios es real. Por otra parte, estás las aplicaciones o programas.

3. **¿Usted considera que en el proceso de formación profesional en la carrera de comunicación social es necesario el empleo del ciberperiodismo? ¿Por qué?** Claro, para la práctica de los futuros profesionales
4. **¿Piensa que es útil usar las aplicaciones en la carrera?** Si.
5. **¿Qué cree que le hace falta a la carrera para mejorar de acuerdo a los requerimientos actuales?** Más prácticas, no todo debe ser teoría; los jóvenes necesitan practicar para poner uso sus habilidades, es mejor cometer errores en las aulas cuando se está aprendiendo que cuando se está en un trabajo ejerciendo la profesión.
6. **¿Considera que se debe implementar el uso de herramientas tecnológicas para favorecer el aprendizaje del ciber periodismo en los estudiantes?** Si, para que tengan ya el conocimiento al momento de graduarse.
7. **¿Qué debe tener esta malla curricular en el marco del ciberperiodismo?** Asignaturas dónde se enseñe a utilizar los programas que se usan para esté, y talleres prácticos.

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Entrevista a Adriana Ortiz, graduada.

Tabla 19

Entrevista 2

1. ¿Cómo define usted el ciberperiodismo?	El ciber periodismo se puede definir como la nueva forma en la que se ejerce la labor periodística a través de plataformas digitales.
2. ¿Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social?	Una de las ventajas que ofrece el ciberperiodismo y considero una de las más importantes, es la facilidad de búsqueda de fuentes informativas sobre un acontecimiento. Asimismo, la facilidad de difusión del contenido subido, pues a través de las redes sociales y plataformas digitales las noticias se viralizan.
3. ¿Usted considera que en el proceso de formación profesional en la carrera de comunicación social es necesario el empleo del ciberperiodismo? ¿Por qué?	Por supuesto, la práctica del ciberperiodismo forma profesionales con una mejor preparación y competencia en áreas digitales, para la práctica de los futuros profesionales.
4. ¿Piensa que es útil usar las aplicaciones en la carrera?	Claro.
5. ¿Qué cree que le hace falta a la carrera para mejorar de acuerdo a los requerimientos actuales?	Es necesario permitirles a los alumnos de periodismo practicar en las plataformas en las que se encuentra inmersa su profesión, con la intención de formar profesionales competentes.
6. ¿Considera que se debe implementar el uso de herramientas tecnológicas para favorecer el aprendizaje del ciber periodismo en los estudiantes?	Si, ya que la formación no solo se basaría en teoría, sino también, en práctica.

7. ¿Qué debe tener esta malla curricular en el marco del ciberperiodismo? Los temas a enseñar deben cubrir temas relacionados a las redes sociales y plataformas en las que se difunde el ciberperiodismo, además de enseñarles a los estudiantes sobre redacción concisa.

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

3.11. Balance interpretativo de las entrevistas realizadas

De acuerdo con las entrevistas realizadas, se puede indicar que la primera egresada afirmó que se vive en la nueva era del periodismo, es decir, se trata de un periodismo que evoluciona y que ha recurrido a nuevas herramientas y dispositivos que le han permitido proyectarse y difundirse con mayor rapidez. De igual forma, afirma que estos nuevos canales de tráfico de información se encuentran en plataformas virtuales, las cuales sirven de soporte de la información, a través de las cuales se proyecta la información en tiempo real. Aunque sostiene que el nuevo periodista debe asegurarse de la información que maneja en la web, pues posee sus reservas en cuanto al manejo de la información, la cual no es del todo confiable.

Bajo esta idea, el ciberperiodismo puede generar abultada información, la cual el periodista de hoy debe prepararse, capacitarse para su manejo, es decir, debe tener la habilidad de seleccionar la información correcta, discernir entre lo que debe y no debe publicar o replicar en los usuarios o seguidores.

Por otra parte, la entrevista destacó que es necesario incluir dentro del proceso de formación de la carrera de periodismo, el ciberperiodismo, es decir, la enseñanza de técnicas y métodos de investigación a través de estos dispositivos y canales que ofrece la red. Pues el nuevo profesional del periodista debe traer ya estas competencias para tener un mejor desempeño como profesional. Además de considerarlo sumamente útil el uso de las aplicaciones en la carrera.

La entrevista continuó destacando la importancia del ciberperiodismo como parte de la práctica y ejercicio del periodismo en el campo. Pues la práctica es esencial para que estos puedan generar nueva información con las características que demanda una sociedad que consume información a diario a través de las redes sociales y páginas web de medios de comunicación. Señala que cuando se prepara el estudiante de comunicación social o de periodismo, este debe conocer de qué se tratan estas herramientas y cómo se deben usar en el ejercicio del periodismo informativo.

Finalmente, la entrevistada indicó que los planes de formación y asignaturas deben enfocarse en enseñar el uso de los programas para el tratamiento de la información, los cuales se deben enseñar a través de planificaciones didácticas fundamentalmente prácticas.

En relación con la segunda entrevistada, esta coincide con la anterior en relación con la definición del periodismo, aportan una definición muy sencilla de su significado y lo asocian con el empleo de una plataforma digital. En ese sentido, sobre las innovaciones que este puede generar en la formación del estudiante de comunicación social es la investigación, y la posibilidad de difundir contenido de manera rápida, pues esto demanda de la enseñanza de competencias esenciales para el manejo de herramientas virtuales propiamente. Es decir, que un profesional que egrese como periodista no puede egresar sin estas competencias en el manejo de herramientas digitales.

Por ello consideran, que las clases que se imparten en las universidades que forman periodistas, los docentes deben abocarse a la enseñanza de un periodismo digital o ciberperiodismo, que le permita a este ser competitivo en el campo profesional, además de ser eficaz y eficiente en el manejo de información. Especialmente debe prepararse en el manejo de las redes sociales y con ello, el tipo de escritura en estos medios, por el poder de proyección que tiene, el cual se conoce como viralizar, es decir, que se ha proyectado

de una forma tan grande en las redes que ha podido llegar a muchas personas en todo el planeta.

Finalmente, se destaca en este balance que ambas egresadas de la carrera de comunicación social poseen consenso en su percepción acerca del ciberperiodismo en la formación y ejercicio del profesional de la comunicación social en la actualidad.

3.12. Resultados de las tablas métricas del comportamiento de las redes sociales de las páginas web de los medios (El Comercio y El Universo).

Medio: El comercio (últimos 3 meses, octubre a diciembre 2020)

Tabla 20

Comportamiento de las redes sociales de El Comercio

RED SOCIAL	Nº DE SEGUIDORES	TWEETS	SIGUIENDO	ME GUSTA	Nº DE POST	TOTAL, INTERACCIÓN RED SOCIAL
Facebook	2,009	550	3.002,000	2.009,000	100	3,006,668
Instagram	942,000	8,840	942,000	3,001,000	125	4,893,965
Twitter	1,000,000	279	4,307	305	210	1,005,101
Total Gral.						

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Medio: El Universo (últimos 3 meses, octubre a diciembre 2020)

Tabla 21

Comportamiento de las redes sociales de El Universo

RED SOCIAL	Nº DE SEGUIDORES	TWEETS	SIGUIENDO	ME GUSTA	Nº DE POST	TOTAL, INTERACCIÓN RED SOCIAL
Facebook	2,220,809	315	500	2,002,000	95	4,203,719
Instagram	824,000	210	1,047	335,000	220	1,160,477
Twitter	2,828	3	20	5	3	2,859
Total Gral.						

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

3.13. Análisis de los contenidos que estas redes sociales publican

El análisis de contenido aplicado a las redes sociales del diario El Universo y El Comercio permitió evidenciar que, El Comercio mantiene constantemente actualizada sus

plataformas digitales, lo cual se refleja en el número de interacciones y me gusta por parte de los usuarios. Asimismo, se destaca a Instagram como la red que mayor interacción mantiene con los seguidores.

Por su parte, diario El Universo en sus plataformas digitales sube contenidos de información en menor medida que El Comercio; no obstante, este medio mantiene a Facebook como la red social que mayor número de seguidores posee, lo cual se evidencia en el número de interacciones que mantiene con los seguidores.

3.14. Tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo.

Medio: Diario El Comercio

Tabla 22

Contenido que publica el Diario El Comercio

Tipo de contenidos encontrado en las páginas de Twitter, Facebook e Instagram	
Entretenimiento	96
Opinión	23
Ciencia y Tecnología	68
Cultura y Sociedad	46
Promoción de la Salud	26
Información variada	178
Política	243
Deporte	112
Total	792

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

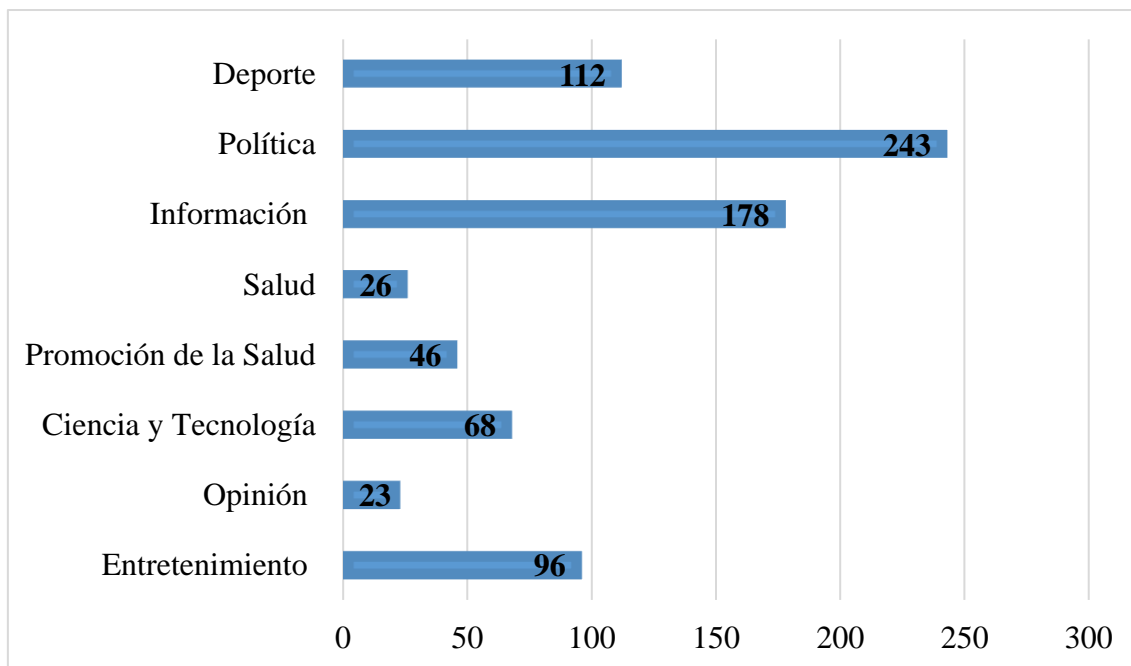


Figura 14 Distribución del Contenido que publica El Comercio
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

Medio: Diario El universo

Tabla 23

Tipo de contenidos encontrado en las páginas de Twitter, Facebook e Instagram

Tipo de contenidos encontrado en las páginas de Twitter, Facebook e Instagram	
Entretenimiento	58
Opinión	35
Ciencia y Tecnología	95
Cultura y Sociedad	43
Promoción de la Salud	57
Información variada	298
Política	185
Deporte	52
Total	823

Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

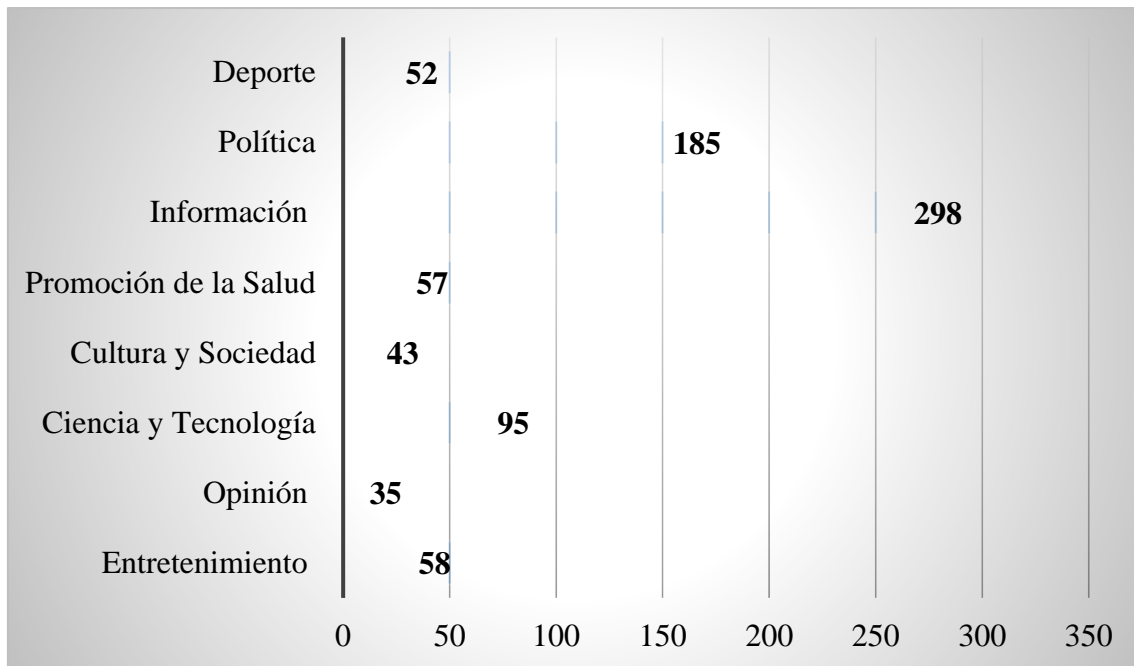


Figura 15 Distribución del contenido que publica el Diario El Universo
Elaborado por: Bohórquez Nidia, 2021

3.15. Análisis del contenido publicado en medios digitales

Para empezar, es importante señalar que tanto diario El Comercio, como El Universo el dan prioridad a los contenidos informativos, políticos y deportivos; sin embargo, El Universo destaca por mantener una mayor cantidad de publicaciones en sus medios digitales.

El análisis de contenido realizado a estos medios permitió reconocer la preferencia que posee diario El Comercio con los contenidos políticos, mientras que, por su parte El Universo prioriza los hechos informativos.

CONCLUSIONES

Los objetivos de la investigación estuvieron orientados a:

Caracterizar el tipo de contenido que publican los medios (El Comercio y El Universo) a través del ciberperiodismo.

Con respecto a este objetivo se pudo conocer que los medios analizados demostraron un comportamiento activo en medios digitales, no obstante, diario El Comercio destaca o resalta entre los demás medios, por sus publicaciones continuas, sobresaliendo Instagram como la red social que mayor interacción posee. Asimismo, se determinó que los contenidos que suben los medios seleccionados en gran medida, son de carácter informativo, político y deportivo.

Determinar la influencia del ciberperiodismo en la formación de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UG.

Con relación a la influencia que posee el ciberperiodismo en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, se pudo determinar que este es ampliamente influyente, pues, aunque no se han formado en este durante la carrera, al consultarlos poseen conocimientos sobre el ciberperiodismo. Además, los estudiantes consideran que el ciberperiodismo permite tener mayor difusión de contenidos, inmediatez informativa e interacción con el público directo de un medio. Sin embargo, no conocen las herramientas que le pueden ayudar y facilitar la práctica del mismo, ya que, rara vez las emplean en el aula de clases.

En definitiva, los alumnos, al igual que las personas entrevistadas de la carrera, consideran que el ciberperiodismo debe incluirse como materia en la malla curricular, dada la importancia que posee en la formación del periodista de hoy. Además, consideran que les permitiría como profesionales tener habilidades en producción periodística, estructuración comunicacional y redacción de artículos.

Valorar los contenidos informativos generados a través del ciberperiodismo de los medios, en algunas universidades que forman estudiantes en comunicación social y periodismo.

A través de la entrevista se definió que, el contenido sobre ciberperiodismo en las universidades que forman a los futuros comunicadores sociales y periodistas no debe basarse solo en teoría, pues estas no les permiten conocer a profundidad las herramientas que pueden emplearse en la práctica del ciberperiodismo. De la misma manera, el hecho de no enseñarles a profundidad sobre esta forma de hacer periodismo, los limita como profesionales, ya que, el ciberperiodismo es una de las formas en las que se ejerce la carrera periodística y comunicacional en la actualidad.

Finalmente, no se puede concebir un periodista que no posea las competencias para el manejo de la formación a través de los nuevos mecanismos comunicacionales, el ciberperiodismo es uno de ellos, y la formación implica también actualización permanente de los procesos tecnológicos, por ello, es vital que su aprendizaje se incluya dentro de las estructuras curriculares de las carreras que forman estos profesionales, definiendo claramente los perfiles hacia los cuales se aspira formar periodistas competitivos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las instituciones de tercer nivel que poseen asignaturas, planes, programas, proyectos relacionados con ciberperiodismo, es decir, se sugiere añadir a la malla curricular, la materia de ciberperiodismo, debido a que esta es una de las nuevas competencias que deben tener los periodistas y comunicadores sociales.
- Se recomienda a los investigadores profundizar en las áreas que complementan al ciberperiodismo, con la finalidad de especificar cuáles son los talleres que fomentarán el conocimiento del ciberperiodismo en los estudiantes.
- Se recomienda a las universidades incluir talleres prácticos sobre las áreas que complementan al ciberperiodismo, pues dicha práctica les permitirá desarrollar mejor sus habilidades digitales, lo que permitirá formar mejores profesionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 9410, u. (27 de Abril de 2021). *Tu empresa de Marketing digital - Redacción*. Obtenido de <https://ushuaia9410.com/>
- Aguayo, R. L. (2019). *Análisis de la enseñanza del ciberperiodismo en la Facultad de Ciencias de la comunicación de la ULEAM*. Manta-Manabi, Ecuador: ULEAM. Obtenido de <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2128/1/ULEAM-PER-0042.pdf>
- Asamblea Nacional. (21 de Junio de 2013). Ley Orgánica de Comunicación. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Ávila, J. (2012). *Redes sociales y análisis de redes. Aplicaciones en el contexto comunitario y virtual*. Barranquilla: Edición y producción: Azul y Violeta Editores Ltda. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYAnalisisDeRedes-511130%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYAnalisisDeRedes-511130%20(2).pdf)
- Ayerdi, K. M. (2003). LA FORMACIÓN DEL PERIODISTA DIGITAL. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 5.
- Banrepcultural. (2017). *Red Cultural del Banco de la República de Colombia*. Obtenido de https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Los_medios_de_comunicaci%C3%B3n
- Belloch Ortí, C. (2006). *Aplicaciones Multimedia Interactivas: Clasificación*. Valencia - España.
- Candelario, E. (2016). *El periodismo digital como herramienta de formación de los estudiantes del cuarto curso de la carrera de comunicación social*. Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7478/1/Tesis%20junta%20completa.pdf>
- Carrillo, I. (2015). El papel del periodismo en la era de internet. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051500008.pdf>

- Cea, N., & Vicente, A. M. (2019). Cibermedios y redes sociales: análisis de audiencias y métricas para los contenidos periodísticos. En *XI Congreso Internacional de Ciberperiodismo Ziberkazaritzari buruzko XI Nazioarteko Kongresua XI International Conference on Online Journalism* (pág. 332). Bilbao: CIP. Biblioteca Universitaria.
- Constitución de la República de Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Registro Oficial 449 . Obtenido de Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:
- Delgado, I. (19 de Octubre de 2020). Obtenido de <https://www.significados.com/comunicacion/>
- EcuRed. (20 de Octubre de 2020). *Ciberespacio*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Ciberespacio#Origen>
- FUDE. (27 de Abril de 2021). *¿Qué es el periodismo digital?* Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/que-es-el-periodismo-digital-784.html>
- Gobierno de Canarias. (20 de Octubre de 2020). *Consejería de Educación, Universidades, Cultura y Deporte*. Obtenido de https://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/formacion_profesional/informacion/que-es-la-formacion-profesional/
- Gómez, F. (19 de Octubre de 2020). *Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Hernandez Ríos, A. (Enero de 2014). *Comunicación Verbal y No Verbal*. Obtenido de <https://licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-i-com-verbal-y-no-verbal-oeii.pdf>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc Graw Hill Education.
- Iglesias, M., & Fernández, M. (2011). *Ciberperiodismo: definiciones, desarrollo y tipología*. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/275640949_Ciberperiodismo_definiciones_desarrollo_y_tipologia
- ILIFEBELT. (19 de Octubre de 2020). *Qué es comunicación digital y por qué es importante en las empresas*.
- Islas-Carmona, O., & Arribas-Urrutia, A. (2008). Los ciberconsumidores 2.0 y la indispensable remediación de la publicidad. *Repositorio Dspace*. Recuperado el

- 23 de Febrero de 2021, de <http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/621>
- Maliza, J. (2018). *“Análisis del Periodismo Digital, nuevas tendencias de Comunicación en la formación profesional del Comunicador Social, 2018.* Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/32731/1/Jully%20Maricela%20Maliza%20Olaya.pdf>
- Meneses-Benitez, G. (2007). *Las nuevas Tecnologías de la Información.* Recuperado el 27 de Abril de 2021, de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/8929/2Lasnuevatecnologiasdelainformacion.pdf?sequence=8>
- Montiel, M. (2016). *Los Cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social.* Maracaibo, Venezuela.
- Navarro, Z. L. (2013). La investigación del ciberperiodismo en América Latina. *Questión revista Especializada en Periodismo y Comunicación. Vol. 1, n° 40 (octubre a diciembre)*, 364-375. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/19512563.pdf>
- Navarro, Z. L. (2020). Revisión de cibermedios. Características en el 2020. *Razón y Palabra. Vol 24. N°108, mayo - agosto*, 130-168. Obtenido de <file:///C:/Users/henri/Downloads/1663-Texto%20del%20art%C3%ADculo-5779-2-10-20201026.pdf>
- Observatorio Nacional de la Telecomunicaciones y de la SI. (2011). *Las Redes Sociales en Internet.* Obtenido de https://www.ontsi.red.es/sites/ontsi/files/redes_sociales_documento_0.pdf
- Ocampo-Villegas, M. (01 de Enero/junio de 2017). Ciberperiodismo en evolución. *DISERTACIÓN. Anuario electrónico de estudios en comunicación social, volumen 10. version pdf*, págs. 180-181.
- Olivas, D. P., Rivera, C. C., & Medrano, L. E. (2013). *Alfabetización Ciberperiodística integral. Una oportunidad de desarrollo profesional para estudiantes de comunicación social en la Universidad Centroamericana, UCA.* Universidad Centroamericana, UCA.
- Peralta, O. V. (2019). *competencias del docente universitario para la formación de ciberperiodistas.* Lima-Perú: Universidad Nacional Federico Villarreal.

- Ragel, L., Dalla, A., Navarro, D., Bernal, M., Muñoz, J., Calderoni, S., & y Soto, V. (18 de Mayo de 2015). *Universidad de Palermo*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25178_87156.pdf
- Ramírez, G. A. (2021). *Metodología de la investigación científica*. Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de estudios ambientales y rurales. Bogotá - Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado el 27 de Abril de 2021, de <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/1.pdf>
- Rodríguez, E. (20 de Octubre de 2020). *Ciberperiodismo*.
- Sabés, T. F., & Verón, L. J. (2017). *Algo más que un click. Reflexiones y debates sobre el mundo digital desde la perspectiva de la investigación en la universidad*. Zaragoza: Asociación de periodistas de Aragón. Obtenido de <http://decimooctavo.congresoperiodismo.com/pdf/libro2017.pdf#page=6>
- SALAVERRÍA, R. (nov.-dic. 1999). De la pirámide invertida al hertexto:hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital. *Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*. Novática.
- Secretaría Nacional Jurídica. (2014). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Registro Oficial Suplemento 170. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/REGLAMENTO-LEY-DE-COMUNICACION.pdf>
- TechTerms. (2021). *TechTerms*. Obtenido de <https://techterms.com/definition/multimedia>
- Tejedor, S. (2006). *La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España*. Barcelona.
- Ulpo, K., Cabrera, S., Guerrero, S., Córdova, E., Pezo, C., & y Medina, L. (2020). *Principios Deontológicos del Periodismo Digital: Una Aproximación Axiológica a la Realidad*. Guayaquil, Ecuador.
- Universidad de Guayaquil. (30 de Octubre de 2018). *Actualización. Informe de matriculación al 30 de octubre de 2018*. Recuperado el 14 de Enero de 2021, de <http://www.ug.edu.ec/actualizacion-informe-de-matriculacion/>
- Universidad Latina de Costa Rica. (19 de Octubre de 2020). *¿Qué Es El Periodismo Y Cómo Se Clasifica?* Obtenido de <https://i.ulatina.ac.cr/blog/qu%C3%A9-es-el-periodismo-y-como-se-clasifica>

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M. C., & López-García, X. (2018). La innovación multimedia e interactiva en el ciberperiodismo argentino. *Revista de Comunicación* , 191-214. doi: <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A10>

ANEXOS

Anexo 1 Métricas o estadísticas de interacción de las redes sociales de los medios

Se deben considerar al menos los últimos 3 meses, (octubre a diciembre 2020)

Medio El comercio

RED SOCIAL	Nº DE SEGUIDORES	TWEETS	SIGUIENDO	ME GUSTA	Nº DE POST	TOTAL, INTERACCIÓN RED SOCIAL
Facebook						
Instagram						
Twitter						
Total gral						

Medio El Universo

RED SOCIAL	Nº DE SEGUIDORES	TWEETS	SIGUIENDO	ME GUSTA	Nº DE POST	TOTAL INTERACCIÓN RED SOCIAL
Facebook						
Instagram						
Twitter						
Total gral						

Guion de entrevista

Dirigido a los docentes y estudiantes de la carrera de comunicación social de la UG

Fecha:

Hora:

Nombre y apellido: _____

Fecha: _____

1. ¿Cómo define usted el ciberperiodismo?
2. Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social
3. ¿Usted considera que, en el proceso de formación profesional en la carrera de comunicación social es necesario el empleo del ciberperiodismo?
4. ¿Por qué?
5. ¿Piensa que es útil usar las aplicaciones en la carrera?
6. Que cree que le hace falta a la carrera para mejorar de acuerdo a los requerimientos actuales
7. Considera que se debe implementar el uso de herramientas tecnológicas para favorecer el aprendizaje del ciber periodismo en los estudiantes
8. ¿Qué debe tener esta malla curricular en el marco del ciberperiodismo?

**INSTRUMENTO PARA ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL**

I. Datos de los estudiantes

1. Edad: 28
2. Sexo: F (x) M _____
3. Semestre que cursa: Graduada en Comunicación Social
4. Nombre: Adriana Ortiz

II. Conocimiento sobre ciberperiodismo

5. Conoce que es el ciberperiodismo
Sí x No _____
6. Conoce los recursos y herramientas tecnológicas para el desarrollo del ciberperiodismo
Sí x No _____
7. Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social?

Considera que el ciberperiodismo debe incluirse en la malla curricular para la formación del periodista en la universidad?

8. Sí _ No _____
9. Aplica las herramientas de ciberperiodismo en el desarrollo de las clases
Sí x No _____
10. Con qué frecuencia
Siempre _____ A veces x Rara veces _____
11. Cuáles son los usos que le da al ciberperiodismo

- a.- Redacción de artículo x
- b.- Diseño web x
- c.- Producción periodística x
- d.- Estructurar una comunicación _____
- e.- Investigación o búsqueda de información x
- f.- Otro _____

12. Red social que considera debe manejarse para la actividad del ciberperiodismo

Twitter x Facebook _____ Instagram _____

III. Competencias profesionales que debe tener un ciberperiodista

13. Cuál de las siguientes competencias posee:

- Social media editor x
- Community manager _____
- Reportero Wifi _____
- Reportero multimedia x
- Data Base Finder _____
- Gestor AdSense x

14. Indique cual es el valor que posee el ciberperiodismo en la actualidad:

- Educan x
- Informan x
- Entretienen _____
- Interactúan x
- Respeta las regulaciones _____
- Contribuye con la ciudadanía x

ENTREVISTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL 8VO SEMESTRE EN LA UG

Nombre y apellido: Adriana Carolina Ortiz Castro

Fecha: 16 de enero de 2021

Preguntas:

1. Como define usted el ciberperiodismo

El ciberperiodismo es aquel que se basa en lo que brinda la era tecnológica: las redes e internet, considero que es el desarrollo de todo un trabajo investigativo e interpretativo que realiza un comunicador para crear noticias y artículos de interés.

2. Cuáles son las innovaciones que trae consigo el ciberperiodismo para la formación del comunicador social

Principalmente la implementación de las redes sociales como medio informativo, existe la interacción y la eficiencia al informar, lo que si puede perjudicar es la veracidad en la información. El comunicador social se convierte en alguien más eficaz al redactar, informar y opinar sobre cualquier tema que este en tendencia, se observa la rapidez en como mínimas noticias se vuelven viral, esto logra que el periodista ahonde en distintas fuentes para sesgar información, se puede conseguir distintos puntos de vista, videos y opiniones a tan solo un click en cualquier medio.

3. ¿Usted considera que, en el proceso de formación profesional en la carrera de comunicación social es necesario el empleo del ciberperiodismo?

¿Por qué?

Si, porque ayudaría a formar a un comunicador empático, ágil al redactar y objetivo al informar, la práctica de reconocer fake news y se adapta a las nuevas tendencias que brinda la ciencia. La tecnología avanza a pasos agigantados y el uso de los medios que brinda el ciberperiodismo facilita la comunicación con la sociedad.

4. ¿Piensa que es útil usar las aplicaciones en la carrera?

Si, porque estamos hablando del manejo de información para la sociedad es demasiado importante el uso de aplicaciones que faciliten y logren un trabajo óptimo para la audiencia.

5. Que cree que le hace falta a la carrera para mejorar de acuerdo a los requerimientos actuales

La implementación de materias que colaboren con la formación del periodismo digital, multimedia y convenios que beneficien al estudiante para conocer todo aspecto de los medios de comunicación.

6. Considera que se debe implementar el uso de herramientas tecnológicas para favorecer el aprendizaje del ciber periodismo en los estudiantes

Si, que se les de la facilidad de adquirir herramientas, aplicaciones y orientarlos a través de proyectos que beneficien al desenvolvimiento del comunicador y la era digital.

7. Qué debe tener esta malla curricular en el marco del ciberperiodismo

Conocer sobre los medios digitales y audiovisuales, Proyectos multimedia, la practica en la producción, edición y redacción en medios digitales y conocer los aspectos de la sociedad al informar.