

# PERIODISMORFOSIS

**Paula Méndez Casais**

Tlfn: (+34) 665 16 95 64

Email: p.mendezcasais@gmail.com

## Resumen

La propuesta se basa en una investigación para un Trabajo de Fin de Grado defendido en la Universidad Rey Juan Carlos en el año 2012 y posteriormente actualizada. En pleno s. XXI cualquier persona con un dispositivo con acceso a Internet está a sólo un tuit de estar informado de toda la actualidad a nivel mundial, a un “Me gusta” y a compartir dichas noticias en Facebook, a un Tumblr de seguir al medio que ha publicado la noticia, a un post de publicar su opinión acerca del tema en cuestión en su propio blog y a un comentario de interactuar con otros lectores en foros. Por eso este estudio pretende analizar los principales cambios que envuelve el panorama de la digitalización en el Periodismo y servir de pretest para una posterior investigación más ambiciosa. ¿Cuáles son las consecuencias que han surgido a raíz de la incorporación de las Nuevas Tecnologías al mundo de la comunicación? Nuevos actores entran a escena: periodistas en período de metamorfosis que empiezan a adquirir roles diferentes, periodismo a la carta, empoderamiento ciudadano, posible convergencia entre medios digitales e impresos, redes sociales...

La metodología de esta investigación se basa en encuestas a estudiantes de 4º Grado de Periodismo (realizadas en 2012 y actualizadas dos años después con los cambios oportunos), en entrevistas a periodistas que han trabajado para algún medio digital y en una revisión bibliográfica.

## Palabras clave

Comunicación, periodismo, digitalización, TIC, periodismo ciudadano, redes sociales.

## Abstract

The proposal is based on research for a Final Project Degree defended at the Rey Juan Carlos University in 2012 and updated subsequently.

Right in the twenty-first century anyone with a device with Internet access is just a tweet away to being informed of all news worldwide, to a “Like” away to share these news on Facebook and to a “Tumblr” away to follow the medium which has published these news. One can post their opinion about the topic in question on their own blog as well as interact with other readers in a forum. Therefore this study aims to analyse main changes involving the overview of digitizing in journalism and used in this way as a start point for a more

ambitious research. What are the consequences that have arisen from the introduction of new technologies to the world of communication? New players have appeared on the scene: journalists in metamorphic period have begun to take on different roles, readers can choose what they do want to read, empowerment of the citizens, possible convergence between digital and print media, social media...

The methodology of this research is based on surveys of students in the last year of their degree (completed in 2012 and updated two years later with the appropriate changes), on interviews with journalists who have worked for a digital medium and on a bibliography review.

## Key words

Communication, journalism, digitization, TIC, citizen journalism, social media.

## 1. Introducción

No se puede concebir una sociedad sin comunicación, y por lo tanto sin información.

Nuestra historia se encuentra en un cambio continuo que se ve involucrado en la incorporación de Nuevas Tecnologías. Centrándonos en la comunicación, no debemos olvidar que la aplicación de éstas no hace que se pierda el fin del periodismo, que siempre debería ser el mismo, informar y comunicar. Estos cambios hacen que se incorporen nuevos "agentes de la información", "los ciudadanos", que cada vez, gracias a las TIC, tienen más peso en los medios de comunicación. Avanzamos hacia la total "digitalización", por lo que consideramos necesario realizar un estudio sobre cómo influye este hecho en nuestra "comunicación" y en nuestro ámbito laboral.

## 2. Objetivos

-Principal: Analizar el impacto de las TIC en el periodismo a partir de una revisión bibliográfica y de la consulta a personas implicadas en este sector.

-Secundarios:

- Recabar la valoración de expert@s en el área de la comunicación, profesionales del sector y alumnado de periodismo acerca de cómo ha ido cambiando el periodismo a partir de la introducción de las TIC.

- Entender cuál es su postura sobre la posible convergencia del periodismo digital y del periodismo impreso.
- Observar las posibles ventajas e inconvenientes de la incorporación de Internet al periodismo.
- Analizar y esbozar el perfil profesional de un/a periodista en la actualidad y en el futuro.
- Estudiar, a partir de los testimonios recabados, las posibles consecuencias de la incorporación del "periodismo ciudadano"

### 3. Metodología

La metodología empleada para este pretest se basa en:

Entrevistas a periodistas: Nos planteamos la elaboración de entrevistas a seis profesionales del periodismo que han trabajado para medios digitales o que han realizado estudios sobre estos. Con las entrevistas se pretende conocer los diferentes puntos de vista de las profesionales sobre tópicos similares. Las entrevistas se realizaron por correo electrónico y daban respuesta a un guión basado en los siguientes indicadores:

- Adaptación del periodismo a las nuevas tecnologías.
- Riesgos y oportunidades para la profesión periodística a partir del uso de Internet.
- Periodismo participativo/ciudadano en la Red, ¿ayuda o amenaza?
- La labor profesional del periodista en el s. XXI. El/la periodista en red.

Encuestas a estudiantes de periodismo: A su vez, realizamos encuestas a 15 estudiantes de 4º Grado Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos con edades comprendidas entre los 21 y 26 años que finalizaban la carrera en el 2011/12. Escogimos este perfil porque consideramos que después de cuatro años de carrera disponían de criterio para juzgar sobre temas relacionados con el periodismo y la revolución de las TIC. Dichas encuestas se han repetido a la misma muestra dos años después para estudiar cómo ha cambiado su perspectiva acerca de los mismos tópicos.

Con estas encuestas se pretende conocer por qué medios se informan los encuestad@s, comprobar si tienen contacto con las TIC, si son usuarios de las mismas y aproximarnos a su valoración acerca de las ventajas y desventajas que las nuevas tecnologías han aportado al periodismo.

## 4. Evolución del periodismo

En 1987 la Sociedad Española de Radiodifusión implanta un sistema de redacción informatizada en la producción de informativos; y es en 1992 cuando se empieza a barajar la posibilidad de distribuir el producto a través de Internet: se pasa del soporte físico al electrónico; y algo que, desde el punto de vista de las empresas periodísticas empezó como la adaptación de un producto ya conocido a un nuevo soporte, se convirtió en un Nuevo Medio (Canga, 2000).

Las TIC han hecho que pasemos de acceder al producto en papel a consumirlo por medio de bytes en una pantalla. Ahora “viaja” por redes telemáticas y adquiere nuevas características: la hipertextualidad (definida como un proceso parecido al razonamiento humano, “asociación de ideas” a través de links); la inmediatez (presentada como el reto del s. XXI, conjugar la rapidez con la profundidad); la capacidad de almacenamiento (que en ciertas ocasiones hace imposible borrar noticias falsas o rumores, que sumado a la inmediata propagación y difusión a través de diferentes formatos como tablets, smartphones o ordenadores puede suponer un peligro); la multimedialidad, la interactividad, la actualización, la reducción de costes, el acceso a contenidos personalizados, una nueva retórica<sup>1</sup> (Fernández, 2014) y la aparición del término transmedia<sup>2</sup>, una forma transversal de contar historias desde diferentes formatos (Nuñez, 2013).

### 4.1. *Cómo se complementan el periodismo “tradicional” y el digital*

Internet es la punta del iceberg de la revolución digital (Calmon, 2009), por lo que resulta importante adaptarse a ésta y a los cambios que van sufriendo los medios, ya que si no tendrá lugar un “mediacidio”. Para que esto no ocurra las TIC han de esforzarse por estar a la altura de los nuevos modelos de negocio, lo que incluye nuevas reglas, “la colaboración, la apertura, la transparencia, la interdependencia, compartir la propiedad intelectual y la integridad” (Espiritusanto & González, 2011, p. 5).

Para otros autores la aparición de nuevos medios no significa necesariamente la muerte de los ya existentes (Cabrera, 2001); simplemente conlleva a un nuevo panorama que implica modificaciones para los usuarios, ahora tienen más opciones para elegir cómo y dónde informarse, lo que da lugar a nuevos paradigmas:

| Quién                            |                     | Dice qué |                                  | Por qué canal      |                            | A quién  |                         |
|----------------------------------|---------------------|----------|----------------------------------|--------------------|----------------------------|----------|-------------------------|
| Comunicador                      |                     | Mensaje  |                                  | Canal              |                            | Receptor |                         |
| Antes                            | Ahora               | Antes    | Ahora                            | Antes              | Ahora                      | Antes    | Ahora                   |
| Simple transmisor de información | "Orienta al lector" | Lineal   | Nuevas posibilidades. Multimedia | Soporte "estático" | Nuevos soportes. Atemporal | Pasivo   | Activo "Do it yourself" |

"Nuevo paradigma de Laswell" Tabla 1. Fuente: Elaboración propia

- Gatekeeping mixto, doble feed-back: El usuario pasa a elegir y seleccionar los contenidos que más le interesan, lo que se denomina "periodismo a la carta". A la vez se produce un "gatekeeping mixto", el receptor selecciona, pero el periodista sigue siendo el que proporciona la información (la agenda-setting también sufre un pequeño cambio con estos "periódicos personalizados"<sup>3</sup>)

## 5. El/La periodista

Con los nuevos medios aparece el "periodista-orquesta", el periodista como "arquitecto de información", y también nuevos "cargos profesionales": asistente de información en la redacción, buscador de información en la red, auditor de información, freelance digital... Y cargos de "toda la vida" empiezan a cambiar, como el del periodista corresponsal de guerra, que está siendo suplida por el mundo de la red.

Otra preocupación para los periodistas es la lucha de la cantidad contra la calidad; la cantidad de información que hay en Internet sepulta las posibilidades de investigación de los profesionales de este sector (Hesles, 2010), por lo que más que nunca la labor de un periodista se centra en procesar y jerarquizar: "Sabíamos más cosas cuando teníamos menos información. La información es como la comida: te aprovecha lo que puedes asimilar. Lo que no puedes procesar no te aprovecha, te paraliza" (Díaz Noci & Salaverría, 2003, p. 33). Internet nos "confundió": "La falta de tiempo obligaba a hacer periodismo de mesa y no de calle y tantos mensajes pueden generar ruido y no melodía" (Hesles, 2010).

En 1996 se crea la primera asociación de periodistas digitales, El Grup de Periodistes Digitals, con la intención de reunir a periodistas con ganas de renovarse, grupo en el que

se considera a la red como un elemento fundamental de la comunicación para el futuro y que hace un llamamiento al periodista polivalente. “Ya no se trata de considerarse o no digital, la tecnofobia se ha convertido en un lujo” (Luzón, 2000).

## 6. Periodismo participativo

La era del periodismo 3.0 (periodismo participativo) formula el siguiente esquema (Espiritusanto; González, 2011, p. 120):

Periodismo 1.0, es el que traspasa contenido tradicional de medios analógicos al ciberespacio.

Periodismo 2.0, es la creación de contenido de y para la red.

Periodismo 3.0, socializa ese contenido y a los propios medios.

Dan Gillmor<sup>4</sup> es conocido como el padre del periodismo ciudadano y fue el pionero en poner en práctica lo que se considera el primer blog<sup>5</sup> de un periodista, abriendo una nueva forma de hacer periodismo “periodismo ciudadano o participativo”, un periodismo más personal basado en la interacción, en el que la clave es la participación y el objetivo es la acción; dando lugar a la sociedad prosumer, en la que el consumidor ya no es un ser pasivo que recibe la información empaquetada por otros, ahora ésta circula en unidades abiertas (Espiritusanto; González, 2011, p. 4).

La pertinencia y el valor de las intervenciones ciudadanas en los medios de comunicación fueron debatidas en 2006 en la VII edición del Congreso de Periodismo Digital de Huesca, en la que dos bloggers sacaron las siguientes conclusiones:

| <i>Mojas (editor de nuevodigital.com)</i>   | <i>Cervera (blogger de 20minutos.es)</i>   |
|---|--|
| <i>"El periodismo ciudadano no existe".</i>   | <i>Está ahí, los medios le temen y "es más democrático y eficiente".</i>   |
| <i>Negó que los medios tradicionales estén amenazados por una nueva forma de comunicación que puede acabar con su monopolio informativo.</i>  | <i>Defiende la participación de todos en el proceso informativo, por considerarlo más democrático y efectivo. "Si hemos entendido que el mejor modo de gobernarnos es hacerlo entre todos, porque muchas mentes piensan mejor que una, un modelo similar puede aplicarse al periodismo", "Si no podemos llegar a todos los sitios, escuchemos a quienes sí están donde ocurre la noticia".</i>                                       |
| <i>No hay que confundir la herramienta, el 'blog', con el respeto de unos principios y una forma de informar con rigor. "Los periodistas no tenemos versión, la tienen los coches, los sistemas operativos... el periodismo 3.0 no existe (...). La información no es una democracia, la información es poder, y todo el mundo lo quiere"</i> | <i>Sostenía ante estos argumentos que lo que le sucede a los medios tradicionales es lo mismo que le pasó a la Iglesia cuando se inventó la imprenta, "que decía que cualquiera iba a publicar un libro sin que nadie lo controlase, y podría escribir en él cualquier cosa". Pero lo que realmente les preocupaba entonces y les preocupa ahora es, según Cervera, perder el monopolio de la información, el poder que confiere</i> |

"Debate sobre el periodismo 2.0" Tabla 3. Fuente: Elaboración propia.

El primer periódico ciudadano "OhmyNews" es creado en el año 2000 por Oh Yeon-ho, bajo el lema "cada ciudadano es un reportero" y pocos años después van apareciendo más, como por ejemplo Periodismociudadano.com, que afirma que este tipo de periodismo está cambiando la naturaleza de la democracia. La pérdida de credibilidad en los medios de comunicación, la falta de confianza, la crisis que estos sufren y la tecnología en manos de los ciudadanos ha hecho que estos decidan informarse entre ellos; en los últimos 20 años ha disminuido la confianza que se tenía en los periodistas. "La gente no confía en los periodistas. Los blogueros son capaces de conectar con los lectores y recrear un vínculo de confianza" (Espiritusanto & González, 2011, p. 6). Internet ha generado un cambio en el panorama de la información ciudadana, el periodista ya no tiene el monopolio en la intermediación entre un acontecimiento y su relato, y poco a poco aparecen figuras como los Mídia Ninja<sup>6</sup>.

Uno de los problemas que puede surgir con esta dinámica es la indiferencia hacia la verdad, "Dar oportunidad a cualquiera en cualquier parte del mundo a lanzar noticias



sin confirmarlas, plantea el gran problema que padecen todas las sociedades. Dar credibilidad a los rumores y abrir el paso a la mentira sin más” (Foix, 2008). Algunos medios como por ejemplo ELPAIS.com, para asegurarse de que esto no sucede tiene su propio espacio de periodismo ciudadano “Yo, Periodista”, en el que deja claro que no es para enviar opiniones, sólo informaciones, por lo que un equipo de periodistas comprueba la información recibida.

## 7. El futuro del periodismo en la red

Al periodismo se le demanda la prestación de nuevos servicios y posibilidades que van desde la calidad de la emisión por los diferentes medios de comunicación, a la especialización profesional del periodista, a redactar, publicar noticias, trabajar para la web, twitter, facebook... Por lo que la consolidación de las TIC afectan directamente al periodismo (Canga, 2000):

1- El uso de Internet ha de ser considerado como la aparición de un nuevo medio, y la prensa y este nuevo medio, son complementarios, ya que el negocio no es el soporte sino la información.

2- La tecnología es básica, pero no la esencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir soporte con medio.

3- Los contenidos informativos de carácter periodístico deben ser introducidos en la red por periodistas, única forma de garantizar su calidad, objetividad y veracidad. El hecho de publicar primero en la web, no significa que el mensaje pierda valor cuando llega a la televisión.

Sobre el futuro del periodismo, algunos autores afirman que habrá una suma de todas las herramientas que están funcionando actualmente. No es una cosa u otra, es una cosa y la otra. El periódico del futuro va a convivir con los 140 caracteres de Twitter y con otro tipo de mensajes que no podemos ni imaginar; en tiempos de cambio, el periodismo y la prensa tradicional deben hacer un esfuerzo de integración con las nuevas plataformas disponibles.

La demanda de periodistas polivalentes versus los del campo especialista se ha visto influenciada por la inclusión de las redes sociales, que en casos como Facebook y Twitter cuentan con miles de usuarios. Fátima Martínez Gutiérrez (2014) publica un estudio “Uso de las redes sociales en los medios digitales españoles”, en el que se refleja que todos los

medios digitales encuestados utilizan las redes sociales para la difusión de noticias y un 98% considera importante que la redacción utilice las redes sociales para promocionar sus noticias online. Otra de sus conclusiones es que el 91% de los internautas en España utilizan una red social y un 80% utilizan al menos tres, lo que pone en evidencia que el periodista debe estar presente en las redes sociales, ya que además llegan más lectores por redes sociales que por Google.

El fenómeno móvil es otro aspecto que va a afectar al periodismo en esta década: *“Un 30% de los nativos digitales prefiere conectarse a la red vía móvil”* (Espiritusanto & González, 2011, p. 122), por lo que aparecen los *“Mobile Journalists”*, *“Mojos”*, un nuevo tipo de informadores que no necesitan trabajar desde una redacción para informar desde sus comunidades gracias a sus dispositivos móviles. También aparece en escena otra forma de financiación en red, el crowdfunding, una nueva forma de poner en marcha proyectos como pueden ser los periodísticos sin necesidad de un gran presupuesto a través la financiación colectiva (Spot.us, Emphas.is, Indie Voice...)

## 8. Análisis entrevistas y encuestas

Entrevistas: A continuación, vamos a analizar las entrevistas, teniendo en cuenta los indicadores señalados, destacando aquellos aspectos que consideramos más significativos para este estudio.

### -Adaptación del periodismo a las TIC:

El “descubrimiento” de Internet no ha conseguido que dejemos atrás otros inventos como la fotografía, el teléfono, la televisión... Simplemente estos medios han tenido que adaptarse a los tiempos que corren, integrándose en uno, “convergiendo”, por lo que la opinión general sobre la adaptación del periodismo a las TIC es que tenemos que adaptarnos y no tener miedo a que unos medios sustituyan a otros y se acaben olvidando. Ahora con la llegada de Internet, todo concluye en un mismo soporte: la red, que ofrece una gran diversidad de formatos que convergen en un mismo soporte.

## -Riesgos y oportunidades para la profesión periodística a partir del uso de Internet:

| <b>Ventajas</b>   | <b>Inconvenientes</b>   |
|---|---|
| <i>Datos almacenados digitalmente que permiten verificar y hacer un periodismo de investigación distinto, con narrativas diferentes.</i>  | <i>Internet se ha convertido en una especie de gigante de la información, que sabe de todo y a su vez escasea de mucho.</i>   |
| <i>Aportan una inmediatez a la actualidad que los medios tradicionales no son capaces de alcanzar. La multiplataforma y la hipertextualidad son claves en este contexto informativo.</i>  | <i>Ser periodista exige rigor, ir a las fuentes y contrastar bien antes de publicar algo. Estamos en la sociedad de la 'información exprés' que muchas veces no da pie a esto.</i>  |
| <i>Se desarrollan nuevas maneras de acceder a la información, facilitando que pueda llegar a más personas consultándola no sólo en soporte físico sino también en soporte digital desde cualquier lugar y cualquier dispositivo.</i><br><br><i>Las nuevas tecnologías han logrado que el flujo informativo carezca de fronteras, que circule más rápido y haya un mayor feedback entre emisor y receptor. Las redes sociales han contribuido a esto de forma positiva, ya que permiten a los periodistas y a los medios dar a conocer aún más su trabajo.</i> | <i>La influencia de las nuevas tecnologías en el periodismo, te diría, que ha repercutido mucho a las empresas de este país relacionadas con los medios de comunicación. Tal vez no hay muchos negocios en España que se hayan visto sometidos a un proceso tan extremo de decrecimiento, si hablamos en términos de facturación y de puestos de trabajo desde hace cuatro años.</i><br><br><i>Pero esta repercusión ha sido debido principalmente a dos causas muy importantes, la crisis económica que estamos sufriendo, y la derivada como consecuencia de la irrupción de Internet como medio masivo de información.</i> |

"Retos y oportunidades de Internet" Tabla 3. Fuente: Elaboración propia

## -Periodismo participativo/ciudadano en la Red, ¿ayuda o amenaza?

La colaboración del periodismo ciudadano, para algunas entrevistadas, supone un riesgo, opinan que hay muchas personas que se creen en la libertad y capacidad de informar de lo que sea, sin que la mayoría de las veces haya un estudio, fuentes fiables o datos contrastados. Con la evolución de las TIC este fenómeno parece imparable, puesto que nadie ha conseguido ponerle límites a una red como es Internet, y todos los riesgos que lleva consigo, entre los cuales se encuentra dañar a la profesión del informador y que en muchas ocasiones el receptor no sepa diferenciar las fuentes y tome por verdad algo que es un rumor.

Pero para otras profesionales el periodismo ciudadano sólo se remite a dar una información, en ningún caso tiene punto de comparación con el periodismo, ya que éste exige más, profundiza. Argumentan que el periodista conoce los formatos de cada género, domina alguno y saca provecho a la red para ir más allá, mientras que el periodismo ciudadano va agarrado a los blogs y las redes sociales.

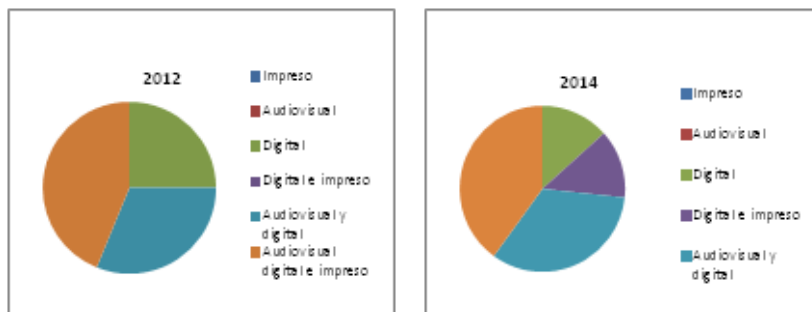
## -La labor profesional del periodista en el s. XXI. El periodista en red:

El periodismo en red ofrece oportunidades pero a la vez exige al periodista, ya que éste tiene que adaptarse a todos los medios. Como consecuencia, esto hace que se pierda la especialización, algo que muchos consideran la salvación del periodismo. Por otra parte, una de las entrevistadas hace referencia a las ventajas que las nuevas tecnologías ofrecen al profesional en red, ya que esa adaptación nos hace crecer como comunicadores, la digitalización ha convertido al periodista en un nuevo intérprete de la realidad, capaz de gestionar el conocimiento.

Encuestas: El análisis de las encuestas se realizará siguiendo el orden de las preguntas y agrupándolas a su vez según la temática. Queremos remarcar que el análisis no es generalizable.

## -Medios a los que recurren para informarse

En ambos años la mayoría opta por combinar los tres medios, lo que indica que si le dieran a elegir entre el periodismo digital o el impreso, optarían por el digital, ya que este incluye imagen, sonido y texto. En 2012 hay un empate entre dos opciones, "audiovisual y digital" y los "digitales", pero se supone que el digital incluye al audiovisual, así que tendría más peso la respuesta "digitales". En 2014 el desempate se deshace y aparece



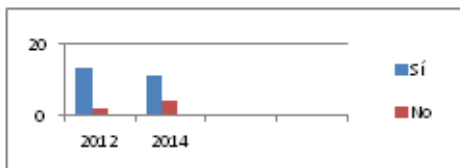
"Medio para informarse" Tabla 4. Fuente: Elaboración propia

una nueva combinación, la mezcla entre digital e impreso.

|   | Redes sociales 2012  | Redes sociales 2014   |
|---|--|---|
| Más utilizadas  | Facebook, Twitter y Tuenti   | Facebook, Twitter e Instagram. También se hace mención de LinkedIn y de algunas app (Whatsapp) como red social  |
| Uso   | De los 15 sólo uno hace uso de las redes sociales para informarse, el resto las utiliza para seguir en contacto con sus amigos<br><br>Especial mención a Twitter, los encuestados indican que sí utilizan este medio para estar informados, de hecho ellos también ejercen de informadores twitteando. | La mayoría de los encuestados las utiliza por cuestiones profesionales, para informarse, seguir la actualidad, seguir páginas de internet en las que están interesados y también seguir en contacto con amigos.<br><br>Twitter es más utilizada para informarse, expresar y compartir ideas, e incluso enlaces; mientras que Instagram es utilizado como un medio de inspiración, creatividad y recreativo. |
| Tiempo  | La media de tiempo dedicado a éstas son cuatro horas al día  | El tiempo del uso de redes ha aumentado considerablemente, ahora el uso se cuenta por "varias veces al día". Un uso diario y constante en el que los encuestados dejan las redes sociales "abiertas" mientras hacen otras cosas.  |
| Nota: en 2014 3 de los encuestados han eliminado sus perfiles en las redes sociales |  |   |

"Redes sociales" Tabla 5. Fuente: Elaboración propia

## -Uso de las redes sociales



"Convivencia entre las Nuevas Tecnologías y el periodismo tradicional". Tabla 6. Fuente: Elaboración propia

## -Compatibilidad entre las TIC y el “periodismo tradicional”

La mayoría de los encuestados ve factible que los dos puedan convivir, sumándose a la reflexión que muchos hacen sobre la convergencia de ambos tipos de periodismo, ya que cada uno aporta algo, se complementan. Sin embargo en 2014 el porcentaje de la posible incompatibilidad aumenta, puede que debido a la crisis actual que sufre España.

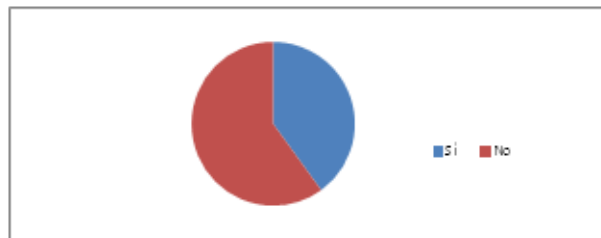
### -TIC: ayudan o perjudican al periodismo

| Ayudan  | Perjudican  |
|---|---|
| En este caso, señalan que las nuevas tecnologías amplían miras, ofrecen nuevas posibilidades, y facilitan que el lector esté mejor informado. Se han creado canales para que todo el mundo participe, ofrecen una nueva forma de informar, más cómoda, económica y desde casa. Mayor alcance, más interacción y sin perder la premisa del periodismo, informar. | Algunos de los encuestados consideran que cualquier persona que tenga Internet puede jugar a ser periodista, por lo que “el periodismo tradicional no puede seguir el ritmo”. |
| “No creo ni que ayuden ni que perjudiquen, es más un complemento al periodismo tradicional. La gente sigue yendo a cafeterías a tomar café y a leer el periódico”   |   |

“Ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías” Tabla 7. Fuente: Elaboración propia

### -Periodismo participativo

Ambos años más de la mitad de los encuestados no lo ve como una amenaza, las respuestas más relevantes son las siguientes:



“Periodismo participativo”. Tabla 8. Fuente: Elaboración propia

| Sí  | No   |
|---|--|
| <p><i>Todo el mundo se cree en capacidad de informar de lo que sea, y eso hace que se menosprecie la labor del periodismo.</i></p> <p><i>Cada vez hay más personas que ejercen de periodista sin la carrera.</i></p> <p><i>Los que dirigen los medios pueden preferir este tipo de periodismo para conseguir información más barata.</i></p> <p><i>Ya no hay periodistas de viajes y cada vez menos deportivos, la gente que no ha estudiado para ello y que le gustan esos temas u otros se ofrecen para colaborar gratis solo por ver su información publicada.</i></p> <p><i>No se ve atado a una línea editorial y tiene más facilidades.</i></p> | <p><i>No se ve como competencia porque hay poco consumo, y los que lo consumen también consumen medios tradicionales.</i></p> <p><i>El ciudadano-periodista nunca va a contar con las mismas herramientas que un profesional.</i></p> <p><i>El periodismo en el sentido más mercantilista lo ve más como una fuente que como un medio. Los que quieren calidad van a buscar un periódico más tradicional.</i></p> <p><i>Es otra forma de hacer periodismo pero no perjudicial. Un ejemplo claro es el de las revueltas en Venezuela, gracias a sus ciudadanos conocimos en primera persona lo que ocurría.</i></p> <p><i>El periodismo participativo va encaminado a una información más específica y dirigida a un público que busca esta información en concreto (glocalización).</i></p> <p><i>Si un "periodista ciudadano" consigue informar mejor y a más gente que un profesional significa que algo está fallando, no son una amenaza, son una alerta</i></p> |
| <p><i>Opiniones periodismo participativo" Tabla 9. Fuente: Elaboración propia</i></p>   |  |

### -Ventajas e inconvenientes tiene el periodismo digital

Hay un "choque" de opiniones. Existen diferentes visiones, algunas características de los medios digitales para unos son ventajas y para otros todo lo opuesto, como puede ser "la actualización". Para unos supone estar informado a cada instante, seguir la información en tiempo real; pero para otros todo lo contrario, esto implica no profundizar en el tema y acabar sabiendo "poco" de "muchos" temas.

| Ventajas   | Inconvenientes  |
|--|---|
| Más rápido que el impreso  | Poca fiabilidad, la rapidez deja menos tiempo para contrastar   |
| Se actualiza constantemente  | Poca profundización.<br>Querer ser el primero obliga a publicar rumores   |
| Muchas fuentes.  | Periodismo ciudadano. Menos profesionalidad<br>Posibilidad de mentir sin consecuencias  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de mejorar artículos comparándolos con otros medios. (Noticias más ampliadas, no hay problema de espacio)</li> <li>• Integra todos los medios de comunicación</li> <li>• Hipertextualidad</li> <li>• Consiguen retroalimentación con el usuario</li> <li>• Multiacceso</li> <li>• Ausencia de filtros</li> <li>• Diversidad. Más secciones</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mucha competencia que obliga a los periodistas a reinventarse</li> </ul>   |
| Facilidad de buscar información  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El exceso de información puede causar desinformación e incluso que cueste más llegar a la información.</li> <li>• Contenido duplicado</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Baratos accesibles. Universalidad. Más alcance.</li> <li>• No hay horarios y puedes leerlo donde quieras. Simultaneidad.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brecha digital</li> <li>• Dificil acceso para la gente mayor</li> </ul>  |

“Ventajas e inconvenientes periodismo digital” Tabla 10.Fuente: Elaboración propia



## 9. Conclusiones

Los objetivos que se pretendían con este paper eran reflejar cómo influye el impacto de las TIC en el periodismo, y analizar los cambios más significativos que envuelven este panorama de “digitalización”. Tras recorrer el marco teórico y analizar las entrevistas y las encuestas sobre la aportación positiva de las TIC y la posible convergencia entre el periodismo digital y el impreso (teniendo en cuenta los límites de este estudio) podemos confirmar que sí es posible una convivencia entre el “periodismo tradicional” y el “ciberperiodismo”. Incluso una convivencia “sana” que potencie las ganas de mejorar del periodismo impreso.

En las respuestas recogidas que hacen referencia a los medios a los que recurren los usuarios para informarse, ninguno marca exclusivamente los impresos (ni en el 2012 ni dos años después) pero sí la compaginación de impresos con digitales e incluso audiovisuales, por lo que no existe una exclusión. El consumo de uno no supone la desaparición del otro.

Un efecto rebote de las TIC puede ser la aparición del “periodismo ciudadano”; ya que actualmente se ha perdido la confianza en los periodistas, y esto puede ser debido a una de sus características, la “instantaneidad” que exige la red y que muchas veces no da pie a contrastar la información. Quizá el enfoque que hace la mayoría de los ciudadanos acerca de este tipo de periodismo es erróneo, ya que entendemos que podría verse más como una fuente que como un medio, y los que se informan por este medio también consumen medios tradicionales. En el momento en el que el usuario quiera información “trabajada” recurrirá a un periodista; aunque es cierto que las TIC hacen que sea más fácil que algunas personas se crean e intenten convertirse en profesionales de este sector. También existe la posibilidad de ver al periodismo ciudadano como una ayuda, ya que, como periodistas no podemos estar en varios sitios a la vez.

El “rol” de un profesional de este medio va a sufrir una “metamorfosis”. Entre otras cosas, ahora tiene que estar más alerta para poder “cubrir” todos los aspectos que supone trabajar para la red.

Ahora el periodista tiene más trabajo, si ya era difícil procesar y jerarquizar la información ahora se multiplica, ya que las fuentes a las que acceder y la cantidad de publicaciones en red son infinitas, y analizarlas muchas veces conlleva un tiempo del que no se dispone.

El periodismo en red ofrece oportunidades, como dejar jugar a la creatividad del profesional nutriéndose de las posibilidades de la red, pero a la vez exige al periodista, ya que éste tiene que adaptarse a todos los medios, lo que como consecuencia hace que se pierda la especialización.

## 10. Referencias

Arruti, A. M. & Flores Vivar, J. (2010). *Ciberperiodismo nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. México: Limusa; Madrid: Ediciones.

Cabrera González, M<sup>o</sup>. A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa on line en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 71-78. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=776450>

Calmon Alves, R. (2009). La inserción del periodismo en el ecosistema de medios que emerge de la revolución digital. *Periodismociudadano*. Recuperado de: <http://www.periodismociudadano.com/2009/07/10/rosental-alves-y-el-suicidio-de-los-medios-o-media-cidio/>

Canga Larequi, J. (2000). Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión. *Comunicación presentada en el I Congreso del Departamento de Periodismo*. En Actas del Congreso Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia. Recuperado de: [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-3-Pone/7-3-02.htm#Inicio](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-02.htm#Inicio)

Díaz Noci, J. & Salaverría, J. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

Espiritusanto, O. & Gonzalez, P. (s.f.). *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Fundación telefónica. Ariel.

Fernández Barrero, A. (2014). La expansión del rumor en los medios digitales. *XV Congreso de Periodismo Digital: Universidad, Investigación y Periodismo Digital*. Zaragoza:Asociación de la prensa de Aragón.

Fernández, P. & Moyano I. (2 marzo 2006). El periodismo ciudadano no existe. El País. Recuperado de: <http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2006/03/02/actuali->

dad/1141291684\_850215.html

Foix, L. (2008). Aznar, la ministra y el nuevo periodismo. *La libreta: La vanguardia*. Recuperado de: <http://blogs.lavanguardia.com/lalibreta/aznar-la-ministra-y-el-nuevo-periodismo/>

Hesles Sánchez, G. J. (2010). Nacimiento, vida y agonía de un diario digital. Peligros en red. *Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación. II Congreso Internacional Comunicación 3.0*. Recuperado de: <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/058.pdf>

Luzón Fernández, V. (2000). Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte. *Revista Latina de Comunicación Social*, 34. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/49s6luzon.htm>

Martínez Gutiérrez, F. (2014). El uso de las redes sociales en los medios digitales españoles. *XV Congreso de Periodismo Digital: Universidad, Investigación y Periodismo Digital*. Asociación de la prensa de Aragón.

Masip, P., Díaz Noci J., Domingo, D., Micó-Sanz, J.L. & Salaverría R. (2010). Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. *El profesional de la información*, 9(6).

Núñez, L. (2013). Los cuatro puntos que definen el periodismo transmedia. *Aldea Social*. Recuperado de: <http://aldeasocial.com/2013/07/los-siete-puntos-que-definen-el-periodismo-transmedia/>

---

1. Ahora se emplean páginas en vez de secciones, no existe la noticia de cinco columnas y la relevancia de una noticia se aprecia según su colocación, el grafismo gana frente a las palabras, el color frente al blanco y negro y el formato digital gana en dinamismo visual.

2. Término acuñado en 2006 por Henry Jenkins.

3. Los nuevos medios de comunicación ya no son de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia de masa homogénea. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la misma audiencia se ha vuelto más selectiva. La audiencia tiende a elegir sus mensajes, con lo cual profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor (Arruti & Flores, 2010, p. 125).

4. Para Gillmor, el periodismo ciudadano comienza con el 11 M, personas de todo el mundo querían hablar de lo que estaba pasando. Así, los ciudadanos se agrupan y pasan a ser "multitudes inteligentes."
5. "Los blogs han multiplicado las voces que conforman la actividad periodística cubriendo espacios descuidados por los grandes medios" (Masip et. al, 2010)
6. (Narrativas Independientes, Periodismo y Acción), un grupo de medios de información basado en la difusión de contenido a través de redes sociales y en la retransmisión en tiempo real.