

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Ensayo académico: “Comunicación 3.0: aplicaciones en la vida de un periodista.”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de

Licenciado en Comunicación Social

Autor:

Erika Karina Anguisaca Armijos

Coautor:

Mag. Pablo Antonio Vázquez

Cuenca – Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN

Licenciado Pablo Antonio Vázquez, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, certifica haber revisado y dirigido el trabajo de titulación sobre el tema: "Comunicación 3.0: aplicaciones en la vida de un periodista.", que fue elaborado por el estudiante Erika Karina Anguisaca Armijos bajo mi tutoría, habiendo cumplido con los requisitos metodológicos, teóricos, prácticos e investigativos correspondientes.

Después de la revisión, análisis y corrección respectivos, autorizo su presentación para la sustentación del trabajo de titulación.

Cuenca, agosto de 2015



Mag. Pablo Antonio Vázquez

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

RESPONSABILIDAD

La estudiante Erika Karina Anguisaca Armijos se responsabiliza de los contenidos teóricos y prácticos del presente trabajo de titulación, previo a la obtención del grado de Licenciado en Comunicación Social.



Erika Karina Anguisaca Armijos

C.I. 0104589817

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Erika Karina Anguisaca Armijos, declaro ser autor del presente trabajo de titulación y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Salesiana y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

De igual manera, cedo los derechos de propiedad intelectual de este producto de grado a la Universidad Politécnica Salesiana, por constituir un proyecto académico desarrollado en calidad de estudiante de este centro de estudios superiores.

Autorizo, además, a la Universidad Politécnica Salesiana para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de grado en el repositorio digital, de acuerdo con lo que dispone el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



Erika Karina Anguisaca Armijos

C.I. 0104589817

Comunicación 3.0: aplicaciones en la vida de un periodista.”

“Communication 3.0: applications to be used in journalism.”

Erika Karina Anguisaca Armijos
Universidad Politécnica Salesiana
karianguisaca@gmail.com

RESUMEN

El presente ensayo académico pretende elaborar un análisis general de la comunicación 3.0, una herramienta práctica y que se vuelve obligatoria con el pasar de los años porque las nuevas tecnologías están inmersas en nuestras actividades diarias como comunicadores. El objetivo principal es conocer las herramientas del periodista en el siglo XXI, y cuáles son sus aplicaciones en la vida diaria.

En el primer capítulo se especifica el establecimiento de las nuevas tecnologías [TIC's], en la comunicación, haciendo énfasis en el desarrollo que han tenido a lo largo del tiempo, además de conceptualizar la comunicación analógica y digital, todo esto pretende dar a conocer cómo ha avanzado la comunicación y tener en claro los conceptos básicos de la misma.

El segundo capítulo describe a la comunicación y a la web 1.0 como elementos ya obsoletos de la comunicación que hoy practicamos y que fue el principio de los avances tecnológicos que ha tenido la comunicación hasta el día de hoy, de la misma forma detalla todas las características de la comunicación y la web 2.0 que es una forma de comunicación que está vigente en nuestras vidas pero poco a poco queda atrás por las nuevas herramientas que ofrece la comunicación y la web 3.0.

El tercer capítulo expone las herramientas que utilizan los periodistas en el presente siglo, comenzamos con las redes sociales que, como se va a explicar en dicho capítulo pertenecen a la comunicación y a la web 2.0, pero se menciona y se profundiza porque son herramientas básicas del comunicador. También hacemos referencia a las nuevas tendencias de la comunicación, las cuales van a servir para mejorar su desempeño en cualquier ámbito.

PALABRAS CLAVE

Periodista, Comunicación, TIC's, Tendencias, Aplicaciones.

ABSTRACT

This academic essay is meant to show a general analysis on communication 3.0 as a practical tool that has become a must-use over the years. New technologies are part of our daily activities as communicators. The main goal of this essay is to get to know the tools and applications a modern journalist has to know and use day by day.

Chapter one is referred to how ICT's have been settled by emphasizing the development it has reached over the years. Apart from conceptualizing analogue and digital tools and options in this field, the aim is to highlight how communication has progressed while having basic concepts clearly explained.

The second chapter describes communication 1.0 as an obsolete tool barely used nowadays, which has also been linked to web 1.0 as the first step in the chain of technological advances. Likewise, it describes in detail the features of communication and web 2.0 as a means that overtime has started to be replaced due to communication 3.0 which is the trend these days.

Chapter three is related to tools used by journalists in the present century starting with social networks which will be further referred and explained in-depth for they are used by communicators. Also, new trends regarding communication will be mentioned since they benefit its performance in every possible field.

In sum, this research will benefit awareness and application of tools for communicators and professionals.

KEYWORDS

Journalist, Communication, ICT's, Trends, Applications

Introducción

La comunicación ha estado en constante evolución, la llegada de la comunicación 2.0 en esta última década, definiéndola como la web 2.0, se convierte en un espacio de retroalimentación social; de la misma forma, la comunicación 3.0 se vuelve más participativa y personalizada, todo esto basada en un lenguaje comprensible para todos.

En efecto, la comunicación está llena de usuarios sumergidos en el mundo de la tecnología, con emisores y receptores además de creadores de contenidos dentro de la red. Las herramientas del periodista en el siglo XXI son un tema importante ya que es una persona que comunica y transmite información.

Identificar, describir y definir todos los aspectos sobre la comunicación 3.0 y sus aplicaciones, son los principales objetivos de este ensayo, ya que necesitamos conocer las nuevas tecnologías que se han desarrollado a lo largo del tiempo.

Como bien se conoce, Internet es una nueva forma de comunicación que los medios de comunicación, han incorporado y han decidido crear un perfil público en las diversas redes sociales para que la relación con sus clientes y usuarios, sea directa y más cercana. Con la comunicación 3.0 se genera contenidos multimedia en las redes sociales, con audio, texto y vídeo que se transmite a los lectores, usuarios y clientes.

Metodología

A partir del planteamiento del tema del ensayo académico y de empezar a recolectar datos e información para redactar el documento, se concluyó que se utilizaría la metodología cualitativa, ya que la información recolectada manifestará las características que forman parte del ensayo.

Con la metodología cualitativa dentro de esta investigación nos planteamos una pregunta que engloba la mayor parte del tema central: ¿Cuál ha sido la evolución del periodismo a través de la línea del tiempo sobre la base de la tecnología?

Así mismo se proyectó una hipótesis que se ha ido comprobando a lo largo del desarrollo de este ensayo: “Las nuevas tecnologías y la implantación de la comunicación 3.0 han transformado el diario vivir del periodista en el siglo XXI”

En conclusión, la investigación se desarrolló utilizando herramientas bibliográficas y la aproximación a conceptos relacionados con la comunicación 3.0 y las herramientas del periodista en el siglo XXI.

Capítulo 1

Implantación de las nuevas tecnologías

En nuestra sociedad, los medios de comunicación han adoptado un papel importante y determinante para la formación de los niños y jóvenes, ya que las nuevas tecnologías están enfocadas en las comunidades y en los procesos de comunicación. Al mismo tiempo están más conectadas y abiertas con los usuarios, quienes generarán contenidos e interacción en la red. (Argoty y Villalba, 2008).

Entonces Rosales asegura que:

La sociedad les ha dado a las TIC's una función específica que es la de ayudar a disminuir la brecha digital existente entre los países. Y más que eso, mantener conectadas a miles de personas alrededor del mundo ya sea por necesidad de información y difusión o simplemente por tener una comunicación con alguien lejano. (Rosales, 2012, p. 28)

En la actualidad, la comunicación ha evolucionado de tal manera que se ha vuelto más participativa y personalizada, con la utilización de un lenguaje comprensible para todos. (Guido, 2009) Entonces ha tenido un largo proceso para su implantación. Desde la Real Academia Española, RAE¹, la implantación se manifiesta de la siguiente manera: “Establecer y poner en ejecución nuevas doctrinas, instituciones, prácticas o costumbres”. En efecto en los últimos años se han desarrollado las nuevas tecnologías, las cuales se han convertido en una necesidad y en una herramienta para el periodista y la comunicación hoy.

¿Qué son y cuáles son las nuevas tecnologías de la comunicación?

Como punto de partida tenemos que las nuevas tecnologías han ido cambiando nuestra forma de vida. Su influencia ha sido tan grande que las y los jóvenes de hoy no han tenido la necesidad de un aprendizaje profundo sobre las mismas y son los que más saben utilizar Internet, se los llama, nativos digitales.

La tecnología desde tiempos antiguos ha evolucionado, desde que el hombre empezó a hacer uso de su memoria, empezó a descubrir cosas que le servirían para sobrevivir, sin embargo, eso no fue sino que comenzó a desarrollar nuevos inventos para que le fuera útiles para ahorrar tiempo y realizar menos esfuerzo. (Terán, 2009, p. 6)

¹ Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=implantaci%C3%B3n>

Hay que destacar que hoy estamos bombardeados de tecnología, ya no solo con la televisión como medio de comunicación sino que la Internet, los teléfonos celulares, las tabletas y de manera semejante las aplicaciones dentro de las mismas, son transmisores de información y, al mismo tiempo, llegan a ser elementos que los niños, jóvenes y hasta adultos convierten en ocio.

Por nuevas tecnologías o TIC's, entendemos el conjunto de tecnologías y recursos asociados a los sistemas de información y comunicación. Esto es, el conjunto de tecnologías que nos aseguran la gestión eficiente de la información que se genera en una empresa. (Seoane, 2005, p. 2)

Se observa claramente que las nuevas tecnologías han hecho que las personas pueden recopilar una enorme cantidad de información, procesarla y difundirla en los medios de comunicación.

Las tecnologías de la información y la comunicación TIC's se están desarrollando a pasos agigantados siendo una necesidad, ya que los rápidos cambios, el aumento de los conocimientos y las demandas de una educación en pasos de la actualización se convierten día a día en una exigencia permanente. (Esparza, Mejía y Yebra, 2009)

Dicho de otra manera, las TIC's han logrado su objetivo inicial: mejorar la forma de vida de las personas en la sociedad contemporánea porque han llegado a ser parte principal en algunas ramas de la ciencia, por ejemplo la educación.

La función de las TIC's en educación son muchas y variadas, pueden ir desde la elaboración de un texto hasta el uso y elaboración de páginas Web como medio informativo (...), incorporar nuevas metodologías de trabajo y actualizar sus conocimientos. (Esparza et al, 2009)

Otro concepto similar expone Dután es que:

Las TIC's son un conjunto de redes, aplicaciones, programas, servicios y dispositivos que tienen como propósito optimizar la comunicación y mejorar la calidad de vida laboral a través de un sistema de información interconectado, por medio del cual se emiten los mensajes. (Dután, 2013, p. 17)

Desarrollo de las nuevas tecnologías

Según Bettetini y Colombo: Encontramos dos tipos de nuevas tecnologías de información y comunicación TIC's. (1993)

1) Mass Media

Constituyen una parte esencial en nuestra sociedad, debido a que gracias a estos nos informamos, nos entretenemos, y a su vez, tratan de educarnos, pero no significa que esos elementos que muestran los *mass media* son dependientes de una buena educación, sino

que al decir que “tratan”, es porque nos bombardean de información y la gente comienza a tener influencia porque al ser usuarios tendríamos la potestad de diferenciar entre una información veraz y educativa, y entre una que quiere manipular y persuadir.

Todo lo antes mencionado tiene relación con la teoría de la Aguja Hipodérmica de Harold Laswell, que desarrolló entre los años de 1915 y 1927, aseguraba que los medios de comunicación “inyectan” información, tal como lo hace una aguja a un ser humano, y todo el contenido era verídico sin ningún tipo de contrastación, en otras palabras, lo que los medios de comunicación decían en ese momento, la sociedad debía creer, aceptar y de ninguna manera ser comprobado. (Laswell, 1927)

En la visión retrospectiva de este enfoque, los mensajes de los medios de comunicación se insinuarían bajo la piel e irían a atacar a los miembros del público exactamente como sucede con una inyección con una aguja hipodérmica, sin ninguna posibilidad de mediación o reelaboración por parte de los receptores. (Boni, 2008, p. 212)

Freidenberg plantea que los medios de comunicación de masas: “También son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social, mediadores políticos que canalizan la opinión pública, instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales.” (Freidenberg, 2004, s/p)

Es evidente, entonces, que la gente está dispuesta a recibir información de los medios de comunicación, los cuales crean contenidos para transmitirlos a la sociedad. Los *Mass media* se clasifican en escritos y electrónicos; que a su vez se subdividen en:

a. Escritos

Periódico: con el nacimiento de la prensa escrita se ampliaron las posibilidades de comunicación después de los manuscritos. “La prensa escrita ha jugado un papel importante en los procesos revolucionarios que a lo largo de la historia se dieron en la humanidad.” (Endara, 2006, p. 91)

La influencia ejercida por el periódico o la prensa escrita en cada país marca la historia, ya que tiene poder dentro de un contexto político, económico y social, dicho en otros términos, los poderes políticos o sociales han utilizado y utilizan los medios para ganar imagen, poder y posicionamiento dentro de la sociedad. (Endara, 2006, p. 91)

Revista: es el medio de comunicación masivo más importante, después del periódico. Ha conservado este lugar debido a que llega a todo tipo de personas, con su

variación de género, edad o estrato social. También existen para diferentes ramas de la ciencia, del entretenimiento y del ocio.

Este medio se ha hecho popular porque cumple con la demanda. Y además con sus publicaciones ya sean semanales o mensuales, hace que el usuario se sienta interesado en una nueva edición porque esta bombardeado de publicidad estratégica, con colores, dibujos o textos llamativos además de la buena calidad de impresión.

Al respecto Domínguez sustenta que:

La revista es una publicación periódica que inserta información, reportajes y artículos sobre hechos o temas de actualidad. La revista es también conocida como “*magazine*” (revista en inglés) y debe su nombre a que en tiempos de la Colonia, un “*magazine*” era un depósito o almacén, un lugar donde se almacenaban varios artículos, tipos de provisiones o elementos importantes de diversos orígenes, es decir, varios cosas diferentes bajo un mismo techo. Por esto se considera a la revista como una especie de almacén temático, un medio que contempla artículos, escritos y temas diferentes, destinados a gente de gustos diversos en un sólo compendio informativo y de opinión. (2012, p. 38)

Folleto: según la RAE², el folleto es una obra impresa, no periódica, de reducido número de hojas. El fin principal de este medio escrito es la publicidad y la divulgación de información; su objetivo es informar y comunicar temas de interés a la comunidad. El marketing y la publicidad lo han tomado como herramienta para hacer conocer al público las campañas, promociones, productos o servicios de alguna compañía interesada en este medio.³

Libros: de acuerdo a la UNESCO⁴, un libro debe tener 50 o más hojas. En el caso contrario, es considerado un folleto. El libro en sus comienzos llegó a poca gente por su gran costo de producción. Todas sus ediciones se escribían a mano y las personas que tenían uno, eran de una élite social, así que la educación y la divulgación de información era escasa e imposible para el resto de la población.

Con la creación de la imprenta y sus primeras muestras hacen de los libros un producto accesible para algunos, pero al pasar los tiempos este medio impreso ha llegado a ser parte importante en la literatura y en la comunicación social dentro de la sociedad, porque hoy todos y todas tienen acceso a los libros; aunque su fin no es mostrar información para que el colectivo pueda comunicarse, forma parte de esta clasificación

² Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=folleto>

³ Disponible en: <http://www.significados.com/folleto/>

⁴ Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001378/137836so.pdf>

porque ha logrado transmitir cientos de pensamientos o escritos de diversos autores que al escribir un libro, han llegado a educar y hacer conocer lo que es el mundo.

b. Electrónicos

Televisión: es el medio de comunicación masivo más importante y que ha permanecido en ese lugar desde su creación hasta el día de hoy. Tal es su grado de significación que la sociedad lo ve como medio de entretenimiento, información y educación.

Treinta años después de la segunda guerra mundial, la difusión de la televisión creó una nueva galaxia de comunicación donde los medios de comunicación existentes hasta ese entonces (radio, prensa y cine) se reestructuraron y reorganizaron, pasando de un sistema de comunicación esencialmente dominado por la mente tipográfica y el orden del alfabeto fonético, al predominio de la imagen en televisión. (Ortiz, 2013, p. 10)

Resulta oportuno mencionar que la televisión fue creada para difundir imágenes en movimiento, algo que no hacía el periódico o la radio. Además analizando la cita anterior, con la llegada de este medio masivo, los medios de comunicación tradicionales que lo antecedían, tuvieron que reestructurar su funcionamiento y la forma de emisión, ya que mostraba en su momento una multimedia escasa, pero al pasar los años los medios han ido avanzando con la tecnología, y hoy la televisión como un ejemplo principal es el medio de comunicación que proporciona información alrededor del mundo a través de los noticieros, entretenimiento mediante programas de ocio y dedicados a llenar y satisfacer las necesidades de la sociedad y por último, este medio ha podido educar con programación de cultura y de aprendizaje colectivo.

Hay que destacar que: “Los televisores, han pasado de la imagen en blanco y negro a color. Del mismo modo, han cambiado sus imágenes de regular calidad a alta definición.” (Osorio, 2011, p. 45). Entonces todo lo que vemos y oímos cuando encendemos nuestro aparato electrónico, es una puerta hacia el mundo, quizás algo que nunca se podrá ver en vivo y en directo, pero la televisión ya transmite y ésta ha sido una clave principal para su éxito, hacer que el usuario se sienta complacido con lo que ve y siente.

Radio: este medio de comunicación es único ya que transmite información únicamente auditiva. El punto a favor que tiene es que la difusión es inmediata y el costo

para llegar a él es bastante económico, estos factores hacen de la radio un medio masivo valioso e invaluable al momento de informar y educar.

La invención de la radio significó la disolución de las barreras de la distancia de un país a otro, su desarrollo se produjo debido a un rápido crecimiento de la sociedad y a la necesidad de los seres humanos por comunicarse con otros en distintas partes del mundo, su bajo costo de producción y su largo alcance la popularizó rápidamente, convirtiéndose en uno de los primeros medios masivos de comunicación. (Ortiz, 2013, p. 9)

Vale la pena mencionar que la radio forma parte importante en la vida dentro de la sociedad porque algunas personas dependen de este medio de comunicación en su diario vivir. Por ejemplo, cuando un taxista necesita escuchar cómo va el tráfico para atender bien a su cliente o un padre de familia con una situación similar.

La radio es un medio de comunicación masiva que nació primordialmente para conectar mediante una transmisión a dos o más personas sin el uso de cables, hoy en día es uno de los principales medios de información y entretenimiento que existen, compite principalmente con la televisión, pero por su portabilidad, la radio ha mantenido a su audiencia fiel. (Domínguez, 2012, p. 56)

Computador/Internet: con el avance de la tecnología y el surgimiento de la Internet, el computador se ha vuelto esencial en el momento de transmitir información, es una herramienta para que los medios de comunicación puedan funcionar de manera eficaz; en la imprenta, en la radio y en la televisión, los medios ya tienen acceso o tienen incorporados un computador para que la información que desean transmitir lleguen a la sociedad.

Antes del computador, los medios masivos transmitían información de una manera diferente y también llegaba a la mayor parte del mundo. Si antes al hacer una edición de una noticia requería horas de trabajo dentro de un set, ahora con un programa de edición incorporado al computador, la tarea estará lista en una hora como máximo.

La Internet es de suma importancia para los miembros de la sociedad, a través de éste se pueden recibir noticias y así estar al tanto de los sucesos en el mundo que nos rodea; además, se ha convertido en una herramienta muy importante de la educación, pues con este medio los estudiantes acortan el tiempo de búsqueda de información, los profesores pueden enviar información a sus estudiantes sin importar la hora o la fecha. Internet también posee un papel relevante en el mundo empresarial y publicitario, pues a través de esta las empresas pueden proyectar su imagen al público, o anunciarse en diferentes portales para obtener más clientes y más ventas. (Domínguez, 2012, p.81)

2) **Multimedia:**

Es una herramienta importante que forma parte de las TIC's. Algunos medios de comunicación masiva la utilizan de forma combinada y coherente. La incorporación de contenidos multimedia en una noticia es percibida por los lectores como una innovación y su consumo resulta mas satisfactorio que el de las estrictamente textuales. (Masip, Diaz-Noa, Domingo, Micó-Sanz y Salaverría, 2012, p. 571)

Con referencia a lo anterior, las noticias multimedia en los medios de comunicación son mas interesantes, enriquecedoras y simples para los usuarios, a pesar de que se las asocia con la informática y el entretenimiento, es útil en la publicidad ya que incorpora vídeos o imágenes en movimiento y el sonido, y esto hace que un producto sea llamativo con dicha combinación.

La multimedia hace referencia a la combinación o a la unión de los elementos visuales auditivos de los medios de comunicación, con esta herramienta de las nuevas tecnologías permite que las personas manejen más sus sentidos. La multimedia también tiene su clasificación:

a) **Informática**

Bases de datos

Según Microsoft Office⁵:

Una base de datos es una herramienta para recopilar y organizar información. En las bases de datos, se puede almacenar información sobre personas, productos, pedidos, o cualquier otra cosa. Muchas bases de datos empiezan siendo una lista en un programa de procesamiento de texto o en una hoja de cálculo. A medida que crece la lista, empiezan a aparecer repeticiones e inconsistencias en los datos. Cada vez resulta más complicado comprender los datos presentados en la lista y existen pocos métodos para buscar o recuperar subconjuntos de datos para revisarlos. Cuando empiezan a observarse estos problemas, es aconsejable transferir la información a una base de datos creada mediante un sistema de administración de bases de datos (DBMS), como Office Access 2007.

Hojas de cálculo

Una hoja de cálculo es un programa diseñado para manejar gran cantidad de datos numéricos con la mayor facilidad posible, pudiendo realizar cualquier tipo de operación con ellos. (Microsoft Office⁶)

⁵ Disponible en: <https://support.office.com/es-ar/article/Conceptos-b%C3%A1sicos-sobre-bases-de-datos-a849ac16-07c7-4a31-9948-3c8c94a7c204?ui=es-ES&rs=es-AR&ad=AR>

⁶ Disponible en: <https://support.office.com/es-hn/article/%C2%BFQu%C3%A9-es-Excel--8373c3d7-bd64-4b7f-bdbd-1fa4b2007b09?ui=es-ES&rs=es-HN&ad=HN>

b) Telemática

Correo electrónico

Ahora usamos programas en la Web como Yahoo Mail o Google Mail, así como Hotmail, pero todos ellos son programas que han cambiado a lo largo de los años para mandar correos electrónicos, que incorporan cada vez mayores funcionalidades. Sin embargo, y esto es lo interesante, el correo electrónico como concepto es anterior a lo que hoy conocemos como Web y, por lo tanto, la estructura básica de un email es el mismo desde 1970. (Osorio, 2011, p. 3)

Redes sociales

Interactuar con otros sin importar la hora, el lugar donde se encuentre en el planeta, el idioma, son parte de este fenómeno denominado redes sociales, Facebook, Twitter, YouTube, MySpace, Hi5, correo electrónico, LinkedIn, han formado parte de las relaciones de amistad, de trabajo, entretenimiento e incluso amorosas en una época atravesada por la tecnología. (Mosquera, 2013, p. 48)

La sociedad se halla frente a una profunda transformación desde hace algunos años. La tecnología y la comunicación exigían cambios, con ese objetivo han ido adoptando e implementando desarrollos tecnológicos, aplicaciones (programas y procesos) y una serie de herramientas que facilitan la realización de tareas, ahorro de tiempo y rapidez en la vida diaria.

Lo Analógico y lo Digital

Comenzamos con un concepto básico de la comunicación, que es un proceso mediante el cual transmitimos y recibimos mensajes, datos, ideas, opiniones, etc., para lograr comprender y actuar, a esto último lo podemos llamar retroalimentación. La comunicación analógica es toda forma de relacionarse en un modo no verbal. Surgió desde tiempos arcaicos y ha ido evolucionando, “la comunicación analógica no es únicamente simbólica” (Gil, 2015, p. 162), pero sus características se definían en movimientos corporales, los gestos en el rostro o el cuerpo, y el ritmo y el surgimiento de las palabras. “En la comunicación analógica, la forma de onda de los mensajes es importante y cualquier distorsión o interferencia en ella, por leve que sea provocará error en la señal que recibe.” (Herrera, 2002, p. 22)

Una diferencia entre la comunicación analógica y digital es la calidad de los productos audiovisuales, con la tecnología digital se comienzan a analizar los errores que ha tenido lo analógico tiempo atrás, con los nuevos programas de edición o de creación de

productos tecnológicos, las nuevas tecnologías hacen parecer a la tecnología analógica como obsoleta, entonces la comunicación que rige a esta última prácticamente desaparecerá.

La comunicación ha pasado por varias fases para llegar a ser totalmente tecnológica y digital. Primero la informática que trataba automáticamente la información y segundo la Internet que ha extendido y, de cierta manera, ha impuesto, un formato por el que nos podemos comunicar de manera más rápida y aún más cómoda. (Rosales, 2012, p.18)

La comunicación y la tecnología avanzan a pasos agigantados y tenemos múltiples ventajas con la digital. Podemos actualizar la información en cualquier momento, verificarla, modificarla, editarla y un sinnúmero de acciones, además de la ya mencionada interactividad, que permite a diferentes usuarios compartir información en diferentes partes del mundo.

Toda esa información se guarda en la red y las personas tienen la opción de buscar en ella y recuperar cualquier dato. En definitiva, todas las personas están inmersas en la globalización y más aún los comunicadores, que tienen que adaptarse a las nuevas tecnologías para poder ser unos buenos profesionales en esta era digital.

Capítulo 2

Comunicación 3.0

La comunicación atraviesa grandes cambios, que han sido evidentes en los últimos años. Como punto de partida hacemos referencia a la comunicación 3.0 y sus antecedentes, ya que hay dos tipos que la preceden, la 1.0 y 2.0. En este capítulo vamos a profundizar los tres temas mencionados anteriormente.

En primer lugar vamos a buscar las definiciones de comunicación y web, para poder desarrollar este tema y relacionarlos en cada concepto. El diccionario de la RAE⁷, nos da las siguientes acepciones sobre la comunicación: “Acción y efecto de comunicar o comunicarse.”, “Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.”, aunque podríamos citar algunas más, queremos un concepto más profundizado, completo y satisfactorio de comunicación.

La comunicación es la base de la interacción humana, o sea de las relaciones de hombre a hombre, y que su objetivo básico es influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes determinantes y ser capaces de tomar decisiones.” (Novoa, 1980, p. 6)

La comunicación es un proceso de intercambio de mensajes, en el cual participa un emisor que elabora el mensaje y lo envía por un medio o un canal al receptor que recibirá dicha información, la procesará y a su vez podrá dar una respuesta, esto último se lo llama retroalimentación.

En otras palabras, Castells (citado en Beltrán) sostiene que entre los diferentes tipos de comunicación están la interpersonal y la social. En la primera, los emisores y receptores designados son los sujetos de la comunicación. En la segunda, el contenido de la comunicación se puede difundir al conjunto de la sociedad: es lo que generalmente llamamos comunicación de masas. (2013, p. 10)

Asimismo en la comunicación se desarrollan relaciones entre dos o mas individuos, con el mensaje y el diálogo permite que las personas puedan influenciarse entre si. También puede hacer que la gente se informe a través de un medio masivo, y esto hace que la comunicación sea una actividad esencial en la vida del ser humano.

⁷ Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicacion>

Según la RAE⁸ la web es una red informática; un concepto muy simplificado pero nos da la idea de que es algo grande que guarda mucha información, al igual que Gutiérrez, que sostiene que: “La web es hoy un gran espacio de información universal, una vitrina de acceso a casi -excluimos la de organizaciones como el Pentágono, etc.- toda la información existente en el mundo hoy en día.” (2008, p. 12)

En forma complementaria a lo anterior, nos damos cuenta que la web se ha convertido en una herramienta importante de la comunicación en la actualidad, ya que si esta última genera información, mensajes y datos, esta red informática guarda y procesa todo eso en la red. Entonces con ayuda de la web se abrirá una puerta para que las personas puedan comunicarse, interactuar entre sí por medio de la red y acceder a datos infinitos que se encuentran guardados en la misma.

La web comenzó siendo un medio para el intercambio de información básicamente textual, pero debido a su popularización ha ido incrementando su contenido y actualmente puede utilizarse para transmitir cualquier tipo de medio, como gráficos, imágenes, audio, vídeo o animaciones. (Terán, 2012, p. 83)

En definitiva, estos dos conceptos tienen cierta relación debido a que los medios de comunicación con las TIC's hacen que la información llegue al usuario de una manera inmediata, haciendo que la comunicación se complemente con la web para cumplir los objetivos de cada empresa.

El periodismo en la actualidad ha sufrido grandes cambios. Esto significa que desde el siglo anterior hasta la fecha se ha notado una evolución significativa que nos lleva a analizar la primera forma o la primera clasificación para el avance de la comunicación, comenzamos con la 1.0, que es el proceso simple y básico de transmitir información, con un emisor que elabora un mensaje y un receptor a quien le llega el mensaje, una comunicación lineal, sin retroalimentación.

Aunque se recalca que la forma de comunicación era primitiva en comparación con la que tenemos hoy en día, la web 1.0 no se queda atrás porque según Samudio, Nielsen, Mendoza y Ávila, “La web 1.0 (1991-2003) es la forma más básica que existe, con navegadores de sólo texto bastante rápidos.”

Dicho de otra manera, es sólo un documento que el usuario utiliza para su lectura y ahí termina el proceso de comunicación porque no interactúa y no participa en el contenido

⁸ Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=web>

de la misma (2012, p.6). “Por tanto, el término 1.0 define la primera etapa del desarrollo de la Internet, desde inicios de los noventa, hasta probablemente el año 2003, época en la que surge el boom de las páginas.com” (Terán, 2013, p. 84)

Algunas de las características de la web 1.0 son que los sitios no son interactivos y carecían de dinámica, la gente solo podía visualizar y hacer una breve lectura a su contenido, es decir una relación unidireccional con las personas, era un portal de información y una sola vía de comunicación, transformaban las publicaciones de un medio a digitales, de forma fija y no había actualización en ellas. Entonces solo movían la información de un medio a otro y los usuarios ya no leían en un periódico sino en su computador, pero al fin y al cabo, solo cambiaban la manera de ver las cosas. (Samudio et al., 2012, p. 7)

Así pues, la web 1.0 era una herramienta del periodismo importante en su momento; pero al pasar algunos años se ha vuelto obsoleta dado que la actualización de información o interacción entre usuario-empresa era algo imposible.

Comunicación y Web 2.0

La web 2.0 fue un gran logro dentro de la comunicación. Ahora bien, esta última y sus herramientas han ido evolucionando y han llegado a un punto en el que el usuario ya forma parte del proceso comunicativo como retro alimentador, y así podemos decir que la comunicación 2.0 es un gran avance en el ámbito informativo y tecnológico.

Custode, Tapia y Vinueza plantean que:

El usuario se convierte en el protagonista de un nuevo espacio, donde deja de ser receptor pasivo y se convierte en un productor de contenidos propios, en otras palabras, se abren nuevos canales con el fin de interactuar con otros sujetos. (2013, p. 26)

Significa entonces que la comunicación en el siglo XXI es más interactiva comparada con la comunicación 1.0 y hace del usuario una persona capaz de comprender, compartir y crear información para los demás en la red, tal y como hace la Web 2.0, que: “tiene un enfoque eminentemente social. Todo gira alrededor de los usuarios. Tanto así,

que la Web 2.0 ha sido nombrada también como Web social. La Web 1.0 era de los datos, pero la Web 2.0 es las personas.” (Rincón, 2009, p. 19)

Hecha la observación anterior, Terán sostiene que:

El término fue utilizado para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil y eficaz de información entre los usuarios de una comunidad o red social. (2013, p. 85)

Vale la pena recalcar que desde que la Web 2.0 llegó a los usuarios, han pasado algunos años para que la gente comprenda en su totalidad su funcionamiento, aquí podríamos abordar dos conceptos importantes: los nativos digitales e inmigrantes digitales.

Los primeros hacen referencia a las personas que nacieron dentro de esta era digital, niños y jóvenes que pudimos crecer con las TIC's a nuestro alrededor, y el funcionamiento de las mismas no es complicado ni difícil, porque es algo que viene adherido a nuestro desarrollo, con los nuevos formatos y las nuevas aplicaciones que ofrece la Web, se hace corto el aprendizaje y el manejo de las mismas, porque los chicos pasan más tiempo en aparatos electrónicos que jugando o recreando fuera de sus casas, entonces para hacer una reflexión de la Web 2.0, se puede mencionar que ahora las nuevas bases para la educación son en base a las nuevas tecnologías, además de que en todos los ámbitos laborales ya es necesario estar relacionado con lo moderno y actual. (Piscitelli, 2006, p. 181-182)

Después de las consideraciones anteriores pasamos al segundo punto, los inmigrantes digitales. Lo que se abordará no es un punto para entrar a la distinción de usuarios, sino que es un análisis de todas esas personas que tuvieron la opción y en otras la obligación de entrar y aprender a usar un computador y su software. En esta clasificación las personas han visto cómo llegó la Web 2.0 a su vida y como tuvieron que incorporarse a ella, porque adoptaron una nueva forma de vida, ya que en un futuro todo girará alrededor de la tecnología. Los inmigrantes digitales han visto al computador como una alternativa para buscar información, porque estaban acostumbrados a otra clase de búsqueda, esa era analógica. Ahora cambia la concepción y la visualización del futuro de parte de este grupo de la sociedad y conjuntamente con los nativos aprende y se socializa con las nuevas tecnologías de la comunicación. (Prensky, 2001, p. 2)

Como puede observarse, la Web 2.0 ha sido un gran cambio en la humanidad, debido a que ha transformado nuestras vidas, De la Iglesia Martín (2010), (citado en Yépez), sostiene que:

La Web 2.0 es un nombre denominado con carácter exitoso para la etapa natural que esta fue diseñada hace ya más de veinte años, la cual indica que fue concebida para que sus contenidos sean compartidos, colaborados, editados y comunicados entre las personas. (2013, p. 51)

Con la llegada de la Web 2.0, la comunicación entre personas se hizo más rápida, fácil y cómoda, ya que nacieron las redes sociales, los blogs, páginas web, etc., con características dinámicas e interactivas, además de que la sociedad puede acceder a los contenidos, puede hacer su elección, editar y compartir su punto de vista, sin dejar al lado que se pueden abrir nuevas redes de comunicación entre usuarios, ya sean empresariales o personales. (Terán, 2013, p. 87)

A partir del análisis anterior podemos agregar otras características como el tiempo que las personas ocupan en un computador para acceder a información o a sus redes sociales. Si antes era muy lineal entrar a la red, ahora mientras más rápido, mejor. Entonces se ha vuelto una herramienta útil y eficaz para los periodistas y los medios de comunicación que quieren transmitir noticias al instante y llegar a los usuarios de manera instantánea, ya que la Web 2.0 utiliza un lenguaje legible para los usuarios y de la misma forma hace que los sujetos puedan llegar a comunicarse e interrelacionarse entre sí.

De la dimensión social de la Web 2.0, se deriva la presencia protagonista de la interacción interpersonal. Interactuar con otras personas implica socializar, entrar en contacto y sumergirse en el espacio existencial de los demás. Es una acción recíproca, que impulsa la acción comunicativa. Aquí la comunicación es vinculo, relación. Sinónimo de compartir y poner en común. De hecho, interacción y comunicación se consideran conceptos interdependientes ya que ninguno podría existir sin el otro. En este caso, ambos posibilitan y construyen las relaciones sociales. Adicionalmente, la interacción en Web 2.0 se considera como un proceso benéfico que fomenta la construcción de conocimientos masivos, alimentado así la inteligencia colectiva. (Rincón, 2009, p. 20)

Tan pronto como surgieron las redes sociales y las demás herramientas de interacción entre personas, la Web 2.0 se hizo popular ya que pudo unir a países enteros, la comunicación se amplió y la red comenzó a ser un nuevo medio de comunicación principal porque cumplía todos los objetivos de la misma que es educar, entretener e informar.

Otro punto importante que menciona Dután, es que:

La Web 2.0 son los sitios web que facilitan la transmisión de la información permitiendo la interacción con los clientes, proveedores, la opinión pública, a través de los blogs

institucionales, las redes sociales, la página web correos electrónicos a través de estos medios logramos proyectarnos a todo el mundo. (2013, p. 44)

Este último punto es muy importante, ya que: “El término Web 2.0 está asociado a aplicaciones web que facilitan el compartir información, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web” (Samudio et al., 2012, p. 8). Entonces todo lo que tiene relación a esta herramienta de comunicación es un trabajo en conjunto, entre la web 2.0, los usuarios y las nuevas tecnologías, ya que como se mencionaba anteriormente, son elementos importantes para su coexistencia.

En definitiva, las afirmaciones anteriores son una muestra del gran desarrollo que ha tenido la tecnología con respecto a la comunicación, ya que se puede decir que nuevos términos se han incluido en el mundo de la web y de las personas que están conectadas a ella, algunas son el dinamismo, interactiva, inmediata, cercana y disponible en cualquier lugar, accesible, actual e interrelación entre las personas dentro de la sociedad; sin embargo nada está excepto de la evolución, progreso y mejora de la comunicación conjuntamente con la web, por eso, como resultado tenemos a la web 3.0, una herramienta de comunicación que está vigente hoy y que desplazará a sus antecesoras en pocos años, porque como expusimos, todo evoluciona y todo cambia.

Comunicación 3.0 y web 3.0

A partir del avance de las TIC´s y de llegar a un tiempo en donde todas las personas necesitan satisfacer sus necesidades tecnológicas, comienza la evolución o el desarrollo de una nueva forma de comunicación, ya no social en su totalidad como la Web 2.0, ni unidireccional como fue la 1.0, la masa ahora es capaz de comunicar o informar por ella misma con un móvil o ser parte de un medio con solo enviar una foto de una noticia, es decir que todos estamos formando parte del mundo 3.0, porque estamos adaptándonos al mundo de la Internet.

La comunicación 3.0 según Polo y Jódar:

Deja de lado la palabra periodista y se centra en algo que sí puede hacer cualquier ser humano: comunicar, trasladar la opinión o información de un hecho para el global de la Sociedad, dato que gracias a la Red es muy factible puesto que el filtro del Medio de Comunicación que verifica la información no existe. (2012, s/p)

Así mismo, reiterando la idea anterior, la comunicación 3.0 genera contenidos con la ayuda de toda la masa, y lo hace en la red. Como hemos analizado previamente, en la actualidad, utiliza la multimedia en su totalidad incluyendo textos, audios, vídeos y diseños

novedosos, y hacen de esta una herramienta importante y eficaz en los medios de comunicación.

Parra sostiene que “la Web 3.0 se trata de una red «inteligente», cuyas capacidades se basan en la aplicación de sistemas expertos de inteligencia artificial.” (Parra, 2008, p. 68)

La web 3.0 hoy nos brinda la capacidad de transmitir información con una rapidez en la que el usuario puede relacionarse con personas cercanas o que se encuentren distantes; tiene varias opciones al momento de comunicarse como escribir en un chat, intercambiar ideas, compartir temas de interés, mostrar percepciones o juicios personales, hasta realizar proyectos profesionales y realizar conversaciones sin costo alguno. Todas las opciones mencionadas anteriormente se pueden hacer gracias a las múltiples aplicaciones que tiene Internet, específicamente la web 3.0, que muestra una forma más accesible de tener toda la tecnología en nuestras manos. (Dután, 2013, p. 46)

El reto de los medios de comunicación con las nuevas tecnologías es innovar sus métodos en los que se muestra hacia el mundo además hacer algo diferente a las demás empresas, algo distinto porque Internet es un mundo infinito de oportunidades que nos ofrecer para darnos a conocer.

Hay que aprovechar lo que la web 3.0 ofrece a los medios de comunicación y a los comunicadores, porque tenemos demasiada de información para poder ordenarla catalogarla y difundirla pero, como dicen Polo y Jódar:

Ahí es donde radica el peligro: la veracidad de la información se pone en entredicho, pero es justo lo que engloba la palabra ‘comunicador’ en su sentido más básico, que no implica el contraste como sí lo debe hacer el ‘periodista’ de profesión.” (2012, s/n)

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están en permanente transformación y brindan grandes facilidades al público, a través de la interacción inmediata con imágenes, textos, audios y vídeos en alta definición desde cualquier parte del mundo. Sin duda es uno de los medios más factibles en cuanto a la transmisión de la información y de la propagación de la imagen corporativa. (Dután, 2013, p.47)

Tal como se ha visto, la comunicación 3.0 y la web 3.0 han hecho una fusión positiva porque la mayoría de usuarios tienen acceso a la red y pueden manejar todas las herramientas que hay dentro de la misma. Esto es un oportunidad para que el mundo una sus conocimientos e información, y al compartirla se forme una sola comunidad de usuarios dentro de una red.

A estas comunidades formadas por la mayoría de las personas que se encuentran dentro de la web 3.0 se les puede llamar redes sociales o aplicaciones sociales, tal como lo explica Terán “Las aplicaciones sociales en conjuntos son las que denominamos web 2.0, donde cada una de ellas tiene su particularidad, funciones y servicios, aunque parece que todas son iguales tiene diferencias significativas que las dividirán para su mejor comprensión.” (2013, p. 89)

En otras palabras, este colectivo forma parte de la web 2.0 pero le incluimos aquí porque las redes sociales son una herramienta fácil de manejar, accesible para todos y que hoy casi todo el mundo utiliza para proyectar su imagen, ya sean personas o corporativos, algunos lo hacen como ocio pero otros utilizan a estas aplicaciones como ventana para mostrarse hacia los demás.

Además se hizo una relación ya que en la web 3.0 se utilizan herramientas que fueron creadas en la web 2.0 y funciona de la siguiente manera: Polo y Jódar (2012, s/p)

- **Etiquetado o Tagging:** es una herramienta básica de la web dado que ésta ayuda y facilita el trabajo a muchos usuarios en diferentes aspectos tanto a las personas baque utilizan las redes sociales como ocio como a las personas que lo manejan para una corporación.
- **Sindicación de contenidos:** es la separación de contenidos y formatos como podemos encontrar en los teléfonos móviles se utiliza un lenguaje o una plataforma de programación diferente comparado a los dispositivos portátiles.
- **Compartir contenidos:** aquí hace referencia cuando subimos un documento o una foto o vídeo a las redes sociales, la web 3.0 interpretará para que este proceso sea fácil para el usuario y no tenga problemas.
- **Compartir artículos:** con diferencia al anterior, es una herramienta frecuente entre las personas, ya que es común encontrar en las redes sociales artículos o páginas compartidas, esto abre la puerta a miles de usuarios que tienen intereses en común o solo para mostrar en su muro su afinidad por cierta noticia, en esta clasificación estas las redes sociales conocidas como Facebook, Twitter, Delicious, Snapchat, Instagram, entre otras.
- **La última funcionalidad de las redes sociales es la posibilidad de interactuar con la noticia, o el post, comentar, valorar y compartir,** esta herramienta se complementa con la anterior ya que también hace que los usuarios puedan debatir

en cuanto a gustos y retroalimentarse, esto es que cada persona tiene una curiosidad infinita que llevará a crear un red con un sinnúmeros de temas que pueden opinar.

En definitiva, en la comunicación 3.0, todas las personas somos generadoras de información, compartimos noticias, artículos, post, etc., y comentamos temas de nuestro interés. Ahora la opinión social es importante porque con la red, nada se oculta, todo se expone. Aunque parezca una desventaja, se vuelve positiva porque podemos encontrar información en varios lugares dentro de la Internet y escoger según nuestro criterio la mejor, además de que es más fácil en todo aspecto usar la tecnología con la web 3.0 y sus herramientas.

Hay que hacer notar que gracias a una tecnología obsoleta, que no se actualizaba y era unidireccional como la 1.0, comenzó la evolución de las TIC's y hasta el día de hoy comparado a décadas anteriores, existe un gran cambio, desde la web social que es 2.0 que ya nos permitía interactuar y retroalimentar además de la creación de aparatos electrónicos con los que podemos realizar las actividades dentro de la red.

Capítulo 3

Herramientas para un periodista en el siglo XXI

Originalmente las aplicaciones sociales, como se mencionó en el capítulo anterior, formaban parte de la web 2.0, pero hoy también llegan a estar dentro de la 3.0, debido a que estas son una herramienta importante para receptor información, para difundirla y retroalimentarla. Enseguida vamos a clasificar las diferentes aplicaciones del periodista y dar a conocer las nuevas tendencias en el periodismo, cuáles son sus características principales y qué utilidad tienen.

Aplicaciones sociales que el periodista actual maneja

Desde hace algunos años las personas utilizan la Internet como medio para compartir sus datos o intercambiar mensajes. Los científicos crearon una forma en el que la gente siga haciendo eso pero en comunidades grandes y virtuales, entonces a partir de ahí nacen y se desarrollan las aplicaciones que hoy en día son tan masas como cualquier marca mundial de algún producto. (Guambaña, 2010, p. 22)

Salaverría sostiene que: “La Red se ha convertido en una fuente de información esencial y prioritaria para los periodistas en cualquier tipo de medio (impreso, audiovisual y, por descontado, digital) y en materias relacionadas con cualquier escala geográfica.” (Salaverría, 2005, p. 68).

Según Terán, la clasificación más habitual de aplicaciones sociales es la que se establece en función de cuál sea la tecnología utilizada. Así, estos son los principales tipos de aplicaciones sociales (2013, p. 89):

Blogs: aunque generalmente se trata de servicios en donde una única persona es la crea y alimenta con informes su blog, muchos sitios de este tipo son abiertos y permiten que otros usuarios con intereses similares publiquen sus propios informes o comenten los de los demás. (2013, p. 89)

El objetivo principal de los blogs es interactuar con sus usuarios, aunque algunas personas piensan que esta aplicación no es periodística, dicho de otra manera, que solo valoran el ejercicio analógico de los periodistas, en cambio para la contraparte, los blogs son una herramienta bastante participativa porque millones de personas abren una página para informarse y formar parte de los contenidos que genera el dueño del blog. Lo que se

espera es que estas herramientas se conviertan en un elemento que forme parte de la formación de las personas y de la investigación en diferentes temas, en otros términos, que se tenga la seguridad necesaria para comprobar que la información que está dentro de este es veraz y confiable. (II Congreso Internacional Comunicación 3.0, 2010, p. 5)

Foros: “constituyen el sistema más antiguo de todos. Nacieron como complemento de sitios web temáticos. Brindan muchos servicios a los usuarios y los agrupan sobre la base de gustos, conocimientos e intereses similares.” (Terán, 2013, p. 89)

Aunque no vamos a profundizar en esta herramienta, podemos comentar que el foro es una herramienta de la comunicación 3.0. Es importante ya que permite que los usuarios puedan opinar sobre un tema en cualquier parte del mundo y a cualquier hora, además de que se forman foros de diversos temas, cada persona puede dar su punto de vista y alimentarse con conocimientos e información.

Wikis: “son herramientas que permiten hacer webs fáciles de crear y editar sin conocimientos de informática y sin ningún programa en especial; esto posibilita la democratización en la creación y edición de páginas.” (Terán, 2013, p. 89)

Wikipedia, para el conocimiento, es la herramienta más popular en todo el mundo, ya que tiene traducciones en diversos idiomas y lo que más llama la atención de esta página es que cualquier persona puede editar información siendo un usuario. Como puede observarse, no es una fuente confiable para la educación, mucho menos para la comunicación y la divulgación de noticias o artículos.

Forma parte de esta clasificación porque las wikis se han ido popularizando a través de los años y con las TIC's su uso y creación son fáciles porque no tienen ningún sistema informático que requiera un estudio anterior a este para su manejo. (Terán, 2013, p. 90)

Sistemas de etiquetado social: “permiten la búsqueda de afinidades en la red mediante la utilización de tags o etiquetas.” (Terán, 2013, p. 89)

Las etiquetas, como mencionamos en el capítulo anterior, son una forma de anexar palabras o usuarios para que, con la relación que formen, se puedan crear comunidades sociales con un objetivo específico y con gustos en común.

Una etiqueta (tag en inglés) es una palabra clave que se le adiciona a un objeto digital, para describirlo, pero no como parte de un sistema formal de clasificación sino de nuevas maneras que posibilitan a cualquier persona encontrar información.” (Terán, 2013, p. 94)

Redes sociales: Se denominan así a los sistemas que agrupan usuarios bajo diferentes criterios, y permiten que las personas se conozcan y establezcan un contacto frecuente. En muchas ocasiones, este tipo de redes son abiertas, en otras palabras, que cualquier persona puede acceder a ellas y contactarse con cualquier otra persona de la comunidad. (Terán, 2013, p. 90)

Seguramente las redes sociales son las herramientas del periodista más importantes porque se tienen múltiples actividades para realizar dentro de estas, por ejemplo el intercambio de mensajes encuentros sociales, aumento del conocimiento con la concepción de ideas y la retroalimentación. (Custode, Cárdenas y Vinueza, 2013, p. 45)

Con las redes sociales las empresas se dan a conocer, por lo que la mayoría de organizaciones tiene personal encargado de manejar esta herramienta, también lo hacen para obtener información y conectarse con los usuarios o posibles clientes. Aunque al principio las redes sociales se utilizaron para promocionar contenido entre los usuarios, ahora ha cambiado, ya que los medios de comunicación han llegado a las redes sociales y a la red para considerarlo un nuevo medio de comunicación. (Beltrán, 2013, p. 31-32)

Con las TIC's, la forma de comunicarse entre personas ha cambiado, la mayoría de las actividades se basa en la tecnología, y en el ocio, lo cual lleva a que las nuevas tecnologías sean populares, porque facilita la tarea a todas las personas. También la sociedad está en constante cambio y los medios de comunicación no podían quedarse atrás de la actualización.

Según Jaramillo, hay dos tipos de redes sociales la primera división es: “Analógicas o Redes Sociales Off-Line”, que trata de una comunicación sin la necesidad de utilizar un móvil o una portátil, la segunda se refiere a las: “Digitales o Redes Sociales On-Line”, en la que se explica todo lo que estamos viviendo hoy en día, una comunicación a través de los medios electrónicos. (2010, p. 51)

Las principales redes sociales existentes en la red son:

Facebook: es una red social a la que la mayoría de personas tenemos acceso y en muchas ocasiones nos ha servido para conversar con nuestros amigos o enviar mensajes. También para compartir multimedia dentro de su plataforma, aun así Facebook puede ser utilizado como herramienta de publicidad y de comunicación dentro de una empresa.

“Facebook, fundada en 2004, queda definida como una red social generalista donde cada uno de sus 800 millones de usuario pueden publicar vídeos, fotos o estados de su vida.” (Polo y Jódar, 2012, p. 9)

Facebook es utilizada por los medios periodísticos online más como una herramienta de promoción que como un ámbito de participación: difunden a través de ellas lo que han publicado, con la esperanza de que sea propalado por la gente. (Guareschi, en Beltrán, 2013, p. 23)

Twitter: surge a mediados del 2006 con el objetivo de ser una nueva plataforma de comunicación sencilla y rápida. (Polo y Jódar, 2012, p. 9)

Esta red social, en la que se puede comunicar en 140 caracteres cualquier mensaje que el usuario desee postear, además es un medio completamente eficaz y rápido para transmitir información y compartirla con diferentes personas en cualquier parte del mundo.

“¿Qué estás haciendo?”, es lo que nos pregunta Twitter en su página principal y hace de esta una herramienta interactiva y llamativa, ya que como mencionamos que lo nuevo y lo diferente llama la atención, Twitter hace exactamente eso.

El Twitter es una red social de difusión de contenido de un medio de comunicación pero es más inclinada a las noticias de última hora y seguimiento de la actualidad. (Beltrán, 2013, p. 32)

En Twitter hay mayor actividad en el contacto con los usuarios y se publica un mayor número de mensajes. Facebook parece tener un mayor potencial como fuente de consulta y filtración, así como canal para llegar a la audiencia situada en una órbita más lejana de la edición en papel o incluso de la web. Twitter se relaciona con la rapidez, la creación de comunidades al instante por medio de hashtags, el ahorro del tiempo de edición para difundir la última hora y la posibilidad de alcanzar al instante al testigo en el lugar de los hechos. (García de Torres, Yezers’Ka y Rost, en Beltrán, 2013, p. 33)

Google Más: es una red social que pertenece al gran corporativo de Google, aunque se podría comparar con Facebook o Twitter, al ingresar a esta aplicación vemos que es completamente diferente porque ofrece herramientas para alguna comunicación corporativa, entonces, Google +, fue creada para entablar relaciones serias, ya sean de trabajo o negocios.

YouTube: pertenece a Google, al igual que la aplicación Google +, y es una red social de vídeo más grande y más conocido del mundo, ya que es conocida por todos y es la principal herramienta que las personas utilizan al buscar algo relacionado con multimedia, específicamente videos.

Pinterest: tiene cierta relación con los blogs, ya que en Pinterest se puede encontrar todo tipo de tema que se desee buscar, y las fotografías que se encuentran ahí son de buena calidad y al servicio de todos los usuarios.

Instagram: es la red social ideal para publicar fotos, en comunicación, postear fotografías dentro de una cuenta de asegurará la fidelidad del usuario ya que las personas se sienten atraídas más con la multimedia y lo original.

Snapchat: es una red social de mensajería instantánea, en la que se puede enviar fotos y videos con un tiempo definido de publicación. Esta herramienta es una forma de comunicar efectiva ya que las empresas populares la han utilizado para mostrar las noticias actuales por ejemplo la BBC o National Geographic que tienen una cuenta oficial y que muestran al mundo cada día los planes que tienen preparados como también noticias de importancia.

Linkedin: es una red social, pero diseñada específicamente para mostrar las aptitudes como profesional al publicar su experiencia laboral y personal.

Slideshare: esta herramienta permite al usuario subir documentos de tipo Microsoft Power Point además de que brinda al usuario la posibilidad de descargarse libremente cualquier archivo que este dentro de esta plataforma.

Las nuevas tendencias de la comunicación

Alejandro Rost, propone una clasificación en este ámbito (Rost, 2010, s/p).

- 1. Formatos más largos:** ahora con la comunicación ha evolucionado, los grandes y las narrativas extensas están en el diccionario del comunicador ya que ahora tiene el trabajo de innovarse, aprendiendo nuevos métodos de investigación y la multimedia incluida en toda noticia.
- 2. Diseños Tableados:** aquí se utiliza un diseño totalmente visual, ya que con los aparatos electrónicos de nueva generación, toda la información está dentro una Tablet o un teléfono inteligente.
- 3. Periodismo de inmersión:** trata de que los usuarios se sientan cómodos al entrar en el mundo de la tecnología, mostrando noticias que se adecuen a sus

conocimientos y más aplicaciones que pueden dar la sensación de que están viajando dentro de la web.

4. **Periodismo de datos:** podemos recaudar un sinnúmero de información con las nuevas tecnologías, como en las páginas web, se puede visualizar suficiente información y de forma interactiva.
5. **Fact Checking:** en este punto de clasificación las personas solo entrar a la web para observar datos, imágenes, música o vídeos, usuarios que necesitan solo visualizar, al mismo tiempo páginas web crean contenidos para este tipo de interés.
6. **Periodismo móvil:** el dispositivo móvil es una herramienta que todo comunicador debe llevar consigo porque dentro de este está todo el mundo de la red y podrá generar contenidos de información para comunicar.
7. **Historia en tiempo real:** esta la inmediatez como elemento principal de este punto porque se transmiten historias al momento de que suceden utilizando las redes sociales y con la ayuda de los usuarios que también son generadores de contenido.
8. **Era post PC:** como ya habíamos dicho los dispositivos móviles ya son una herramienta importante para el periodista 3.0 y el consumo crece en base a estos productos que en poco años se observara nuevos diseños tantos de software como de hardware.

Para concluir, el periodista de hoy tiene la capacidad de manejar todas las herramientas tecnológicas a su disposición para transmitir la información a la sociedad y así mismo mejorar su desempeño personal y laboral.

Conclusión

En definitiva, la comunicación 3.0 se ha convertido en una herramienta necesaria para el periodista en esta nueva era tecnológica. Con todo lo anterior expuesto queda demostrado que los avances han ayudado para que la comunicación sea más clara y sobre todo que los medios de comunicación deben crear nuevas estrategias para llegar al público porque de lo contrario se quedarán como medios obsoletos.

Después de que nos planteamos la hipótesis de que las nuevas tecnologías y la implantación de la comunicación 3.0 han transformado la cotidianidad del periodista en el siglo XXI, la confirmamos mediante la recolección de datos en diferentes fuentes, no solo tesis ni libros sino también de páginas web, congresos, ponencias y conferencias. Posteriormente de eso logramos hacer un análisis y recoger características esenciales para demostrar que el comunicador ha cambiado su papel desde hace algunas décadas comparado con su diario vivir.

Queda comprobado que la tecnología crece a pasos agigantados y que nosotros, como comunicadores, tenemos la potestad de elegir entre seguir en una comunicación analógica o partir hacia el descubrimiento y obtención de conocimientos de la era digital en la que se encuentran la comunicación 2.0 y 3.0, que como ya habíamos mencionado y con la ayuda de la web, son una fuerte arma para que podamos tener buenas cosechas en el ámbito profesional de la comunicación social.

Cuenca, agosto de 2015

Referencias Bibliográficas

1. **Argoty, L. y Villalba, J. (2008).** Integración de información y comunicación (TIC) en el proceso de enseñanza de la educación básica y media de las instituciones educativas de la ciudad de Pasto. Universidad Mariana, Nariño, Colombia.
2. **Beltrán, J. (2013).** Nuevos procedimientos de formación del presente y de definición de noticiabilidad en los medios en la era de las redes sociales. (Trabajo de tesis inédito). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
3. **Bettetini, G., Colombo, F. (1993).** Las nuevas tecnologías de la comunicación: colección dirigida por ECO. Barceló, Buenos Aires, Argentina: Ediciones Paidós.
4. **Boni, F. (2008).** Teorías de los medios de comunicación. (Volumen 21 de Aldea Global). Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona.
5. **Citas Microsoft Office:**
 - **Disponible en:** <https://support.office.com/es-ar/article/Conceptos-b%C3%A1sicos-sobre-bases-de-datos-a849ac16-07c7-4a31-9948-3c8c94a7c204?ui=es-ES&rs=es-AR&ad=AR>
 - **Disponible en:** <https://support.office.com/es-hn/article/%C2%BFQu%C3%A9-es-Excel--8373c3d7-bd64-4b7f-bdbd-1fa4b2007b09?ui=es-ES&rs=es-HN&ad=HN>
 - **Disponible en:** <https://support.office.com/es-ar/article/Conceptos->
6. **Citas RAE:**
 - **Disponible en:** <http://lema.rae.es/drae/?val=comunicacion>
 - **Disponible en:** <http://lema.rae.es/drae/?val=folleto>
 - **Disponible en:** <http://lema.rae.es/drae/?val=implantaci%C3%B3n>
 - **Disponible en:** <http://lema.rae.es/drae/?val=web>
7. **Custode, M., Tapia, C. y Vinuesa, A. (2013).** Plan piloto para el diseño de campañas de “Comunicación Saludable”. (Trabajo de tesis inédito). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
8. **Domínguez, E. (2012).** Medios de comunicación masiva. (Primera Edición). Tlalnepantla: Red Tercer Milenio.
9. **Dután, M. (2013).** Las nuevas tecnologías de la comunicación y su importancia para la práctica de las relaciones publicas en la empresa. (Trabajo de grado inédito). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

10. **Endara, M. (2006).** El papel de la comunicación social en el fortalecimiento de la democracia en el Ecuador: Instituto de Altos Estudios Nacionales, Quito, Ecuador.
11. **Esparza, R., Mejia, R., Yebra, T. (abril, 2003).** Tercer Foro Nacional de Ciencias Básica. La importancia de las TIC's en la información científica. Universidad Autónoma de México, México.
12. **Freidenberg, F. (2004).** Los medios de comunicación de masas: ¿También son actores? Select Works. Disponible en: Works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1087&context=flavia_freidenberg.
13. **Gil, A. (2005).** Tecnologías sociales de la comunicación. Barcelona: Editorial UOC.
14. **Guambaña, J. (2010).** La aplicación de Internet en los medios de comunicación de Cuenca: El Mercurio, El Tiempo, ETV Telerama y radio la Voz del Tomebamba. (Trabajo de grado inédito). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
15. **Guido, L. (2005).** Tecnologías de la información y comunicación, universidad y territorio. (Trabajo de tesis de doctorado inédito). Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.
16. **Herrera, E. (2002).** Comunicaciones II: comunicación digital y ruido: una introducción a la teoría de la comunicación digital y el ruido. Volumen 2. México: editorial Limusa.
17. **II Congreso Internacional Comunicación 3.0. (2010).** Madrid, Universidad de Salamanca, octubre 4 y 5 de 2010.
18. **Jaramillo, M. (2010).** Elaboración y difusión de la red social por una cultura de donación de órganos. (tipo de tesis inédita). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ibarra, Ecuador.
19. **Laswell, H. (1927).** Propaganda Technique in World War I. Estados Unidos: M.I.T. Press.
20. **Masip, P., Diaz – Noa, J., Domingo, D., Micó Sanz, J., Salaverria, R. (2012).** “investigación internacional sobre el ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia. El profesionalismo de la información, 19(6), noviembre-diciembre: 568-576.
21. **Mosquera, T. (2013).** Diseño del sitio web madres adolescentes.com.ec para ayuda educativa a adolescentes embarazadas mediante información, testimonio y expertos. (Trabajo de grado inédito). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.

22. **Novoa, R. (1980).** Conceptos básicos de Comunicación. (1era. Ed.) Turrialba: Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE.
23. **Ortiz, N. (2013).** Creación de un repositorio audiovisual interactivo para la recopilación, documentación, administración y difusión de productos audiovisuales elaborados por los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UPS. (Trabajo de grado inédito). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
24. **Osorio, F. (2011).** La evolución de los Mass media. Revista MAD – Universidad de Chile. (N-25), 43-50.
25. **Parra, David, (2008).** De Internet 0 a la web 3.0: un reto epistemológico para la comunidad universitaria. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
26. **Piscitelli, A. (2006).** Nativos e inmigrantes digitales: ¿Brecha generacional, brecha cognitiva o las dos juntas y más aún? Revista mexicana de Investigación Educativa, 11(28), 179-185.
27. **Polo, D. y Jódar, J. (Enero, 2012).** Comunicación y riesgo. Todo sobre mi o como la comunicación 3.0 nos insita a ser protagonistas. Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (AE-IC), Tarragona, España.
28. **Prensky, M. (2001).** Nativos digitales, inmigrantes digitales. On the horizon, 9(6), 1-7.
29. **Rost, A. (Agosto, 2010).** Nuevas tendencias en periodismo digital. Universidad Nacional de Comahue, Neuquén, Argentina.
30. **Rincón, A. (2009).** Interacción Social Virtual y Comunicación interpersonal en dos escenarios de la Web 2.0: narratopedia y Facebook. (Trabajo de tesis inédito). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
31. **Rosales, M. (2012).** Elaboración de un gran reportaje para medios escritos, televisión, radio y medios on-line sobre las nuevas expresiones escritas, en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) utilizadas por los jóvenes. (Trabajo de grado inédito). Universidad de las Américas, Quito, Ecuador.
32. **Salaverria, R. (2005).** Redacción periodística en Internet. (1ra. Ed.). Navarra: ediciones Universidad de Navarra, S.A.
33. **Samudio, M., Nielsen, M., Mendoza, H. y Ávila, D. (2012).** Comunicación y Tecnología Educativa. (Tesis de maestría). Universidad de Panamá, ciudad de Panamá, Panamá,

34. **Tello, R. (2013).** Contenido de la información, que sobre arte contemporáneo se emite a través de los medios digitales, El Comercio del Ecuador y El País de España. (Trabajo de tesis inédita). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
35. **Terán, F. (2009).** Sistemas de información – nuevas tecnologías de información y comunicación: herramientas, inversión y metodología para los Pymes en el Ecuador. (Trabajo de grado inédito). Escuela politécnica del Ejército, Latacunga, Ecuador.
36. **Terán, F. (2013).** La incidencia del uso del Internet y las TIC´s en los procesos de enseñanza, aprendizaje en los estudiantes y docentes de la Facultad de Comunicación Social. (Trabajo de grado inédito). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador.
37. **Unescp.org/new/es:**
Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001378/137836so.pdf>