

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
ESTADO DEL ARTE DEL PERIODISMO DIGITAL EN REVISTAS
INDEXADAS DEL 2012 AL 2015**

**AUTORA:
NICOLE MELANY MONCAYO RIVADENEIRA**

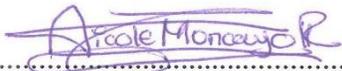
**TUTOR:
DARWIN BELLINI REYES SOLÍS**

Quito, enero del 2016

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Nicole Melany Moncayo Rivadeneira, con documento de identificación N° 1719474825, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy/somos autor/es del trabajo de grado/titulación intitulado: "Estado del arte del Periodismo Digital en revistas indexadas del 2012 - 2015", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Nicole Melany Moncayo Rivadeneira

Cédula: 1719474825

Fecha: Quito, enero del 2016

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación *Estado del arte del Periodismo Digital en revistas indexadas del 2012 - 2015* realizado por Nicole Melany Moncayo Rivadeneira, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, enero del 2016

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'Darwin Bellini', written over a horizontal dashed line.

Darwin Bellini Reyes Solís
Cédula de identidad: 1802406403

Índice

Introducción	1
Metodología	6
Resultados	8
Ética y responsabilidad periodística	11
Base de datos Redalyc	14
Figura 1. En el campo de Arte y Humanidades	15
Figura 2. En el campo de Ciencias Naturales y Exactas	15
Figura3. En el campo de las Ciencias Sociales	16
Figura 4. Actualmente	17
Tabla 1	18
Tabla 2	19
Tabla3	20
Tabla 4	21
Tabla 5	22
Saturación de información.....	23
Calidad y credibilidad periodística	25
El perfil del periodista digital	27
Conclusiones	30
Referencias	35

Resumen

En el siglo XXI el periodismo digital rompe la comunicación lineal y unidireccional que se ha planteado, generando una tendencia para la producción de contenidos multimediales, hipertextuales e interactivos.

El constante avance de las nuevas tecnologías y con el acceso a la información cada vez menos costosa, deberá desafiar a la saturación de información como su principal desventaja, aplicando una serie de cambios a las rutinas del periodismo tradicional cuyo éxito dependerá del equilibrio entre la calidad del periodista conforme al nuevo reto digital y a los medios en cuanto a la credibilidad como medio digital.

Esta investigación tiene como objetivo revisar los ejes temáticos en los que se está trabajando al periodismo digital en la actualidad en las revistas indexadas de la base de datos Redalyc desde el 2012 al 2015.

Planteando si los medios digitales pueden generar contenidos periodísticos sin olvidar los principios fundamentales de este ejercicio periodístico como la ética y la responsabilidad para informar.

De esta manera, se convierte al escenario digital como el nuevo objeto de estudio e investigación en la actualidad por la infinidad de innovadoras opciones y herramientas que ofrece al mundo de la comunicación y el periodismo.

Palabras Clave: **p**eriodismo digital, revistas indexadas, estado del arte, ética y responsabilidad periodística, periodista digital.

Abstract

In the twenty-first century, the digital journalism breaks the linear and unidirectional communication from a principle that was raised, generating a trend for the production of content hypermedia, hypertext and interactive.

However, with the constant development of new technologies and with easy access to the information every time less costly, it would defy to the saturation of information as its main disadvantage, applying a series of changes to the routines of traditional journalism and whose success will depend on the balance between the quality of the journalist in accordance with the new challenge and to the digital media, in terms of the credibility as digital medium before the audience through the journalistic information it publishes.

It is as well that objective of this research is to distinguish as work is being done on digital journalism at present in the journals indexed in the database Redalyc from 2012 to 2015.

Posing is whether the digital media can generate journalistic content without forgetting the fundamental principles of this exercise as journalistic ethics and the responsibility to inform.

In this way, converted to digital scenario as the new object of study and research at present by the myriad of innovative options and tools that offers the world of communication and journalism.

Keywords: digital journalism, indexed journals, state of the art, ethics and journalistic responsibility, digital journalist.

Introducción

El avance de las nuevas tecnologías en el mundo de la información dio como resultado el nacimiento del periodismo digital, directriz que ha adoptado diferentes nombres como “periodismo electrónico”, “ciberperiodismo” o “periodismo de tercera generación”, pero manteniendo su esencia como una de las mejores herramientas al momento de informar. No obstante, esta es una realidad en internet que aún está en proceso de maduración.

Las constantes innovaciones tecnológicas han aportado con una serie de ventajas al mundo cibernético, el fácil acceso y bajo costo son algunas de ellas, debido a que permiten que cualquier usuario pueda producir y recibir un sinnúmero de información y que además, no tendrá que invertir mucho dinero para poder obtenerla o difundirla. Sin embargo, para el campo del periodismo esta ventaja se convierte en su principal obstáculo para el crecimiento y fortalecimiento de la credibilidad del periodismo digital hoy.

El exceso de información que se genera en internet y en muchos casos de escasa calidad y validez perjudica notablemente a las audiencias al desinformarlas, en lugar de mantenerlas actualizadas con los últimos acontecimientos coyunturales del día, además de que no aportará significativamente cuando un usuario consulte información en la red para adquirir o complementar sus conocimientos tanto a nivel académico como profesional.

Este problema radica en que la producción de contenidos al poder ser realizada por cualquier persona no siempre contará con el nivel ético y de periodicidad que se necesita para que cumpla con los estándares de una información válida y de calidad.

Planteamiento que pone en tela de duda si los medios digitales pueden generar contenidos periodísticos sin olvidar los principios fundamentales de este ejercicio periodístico como la ética y la responsabilidad para informar.

No obstante, al ser el periodismo digital dueño de un desenvolvimiento inigualable en cuanto a difusión de información y comunicación, esta investigación tiene como objetivo distinguir cómo se está trabajando al periodismo digital en la actualidad en las revistas indexadas de la base de datos Redalyc desde el 2012 al 2015. Plataforma que trabaja de manera gratuita como herramienta académica y profesional, proveyendo una infinidad de revistas científicas especializadas en diferentes campos, las cuales proporcionan artículos académicos sobre actualizaciones o tendencias en distintos temas.

De esta manera, el periodismo digital por su capacidad para desarrollarse, perfeccionarse y posesionarse exitosamente en las audiencias al ser inmediato e interactivo, se convierte en un campo digno de investigar, debido a que brinda una serie de opciones para crear contenidos multimediales para ser difundidos en tiempo récord y del gran impacto que produce instantáneamente en la manera de comunicar.

Además, por su enfoque global permite que un individuo se comunique con un grupo social que difiere mucho de su entorno regular a través de una construcción de

transmisión de datos, intercambio de culturas, lenguajes e ideologías por medio de foros, salas de chats en un tiempo que sobresa le ante el periodismo televisivo, radial e impreso y que a diferencia de éstos su difusión es ilimitada en el espacio al contar con una gran capacidad de almacenamiento.

Se debe resaltar que el tiempo y la innovación tecnológica, han permitido experimentar una gran variedad de cambios, convirtiéndolo en un requisito y herramienta de dominio fundamental en la formación profesional del periodista y la responsabilidad que adquiere el medio de comunicación para preservar y mantener su prestigio y credibilidad, elementos claves para la construcción y mantenimiento de un periodismo digital riguroso que hoy en día se necesita.

Desde su origen se ha planteado al periodismo digital como una “nueva forma de hacer periodismo”, la cual es una idea errónea debido a que es un proceso que reivindica la verdadera esencia del mismo que desde hace algún tiempo seguía una línea tradicionalista.

Desde su auge en el año 2000 hasta la actualidad, teóricos y académicos especializados en este tema han expuesto sus propias definiciones al respecto, tal es el caso de Ana María García (2014) que contempla “al periodismo digital como la resurrección del periodismo mismo” (pág. 9).

Raquel Gomes (2006) afirma que “el periodismo digital replantea esta forma de comunicarse; el lector, ahora, puede actuar en ambos papeles al participar de foros de

discusión, pasando a decodificar mensajes simultáneos; los códigos se diversifican y la comunicación no es más lineal” (pág. 1).

Así como también Pedro García (2006) manifiesta que:

En el periodismo 3.0 la socialización alcanza un nivel inaudito hasta ahora, dónde el público participa también en la creación de la noticia. El volcado del artículo no es el punto final del proceso comunicador, como hasta ahora sucedía en los medios tradicionales. Ocurre exactamente al revés (pág. 3).

Frente a este panorama, Diego Sánchez (2007) afirma que con:

La aparición de los diarios online comenzó a hablarse del concepto de periodismo digital como una nueva forma de hacer periodismo. Sin embargo, si se hace una revisión de la denominada Teoría Periodística, se advierte que sólo se trata del retorno a la génesis del periodismo que habla de la obligación del periodista de investigar, escribir en forma clara y breve, contextualizar y manejar múltiples fuentes para presentar todas las caras de la moneda (pág. 2).

Por su parte, José Fernández (2011) establece que:

El periodismo digital es el nuevo fantasma de la comunicación, pero el ejercicio profesional debe quitar los miedos y afrontar la nueva era con sólidos fundamentos; no se trata de retroceder sino de tomar impulso precisamente ahora que tenemos una tecnología que nos permite hacer

todavía mejor el verdadero periodismo. Aquí está el auténtico reto digital (pág. 9).

Actualmente, David Ramírez (2015) establece que “el periodismo digital no solo presenta opciones para distribuir contenidos novedosos e interactivos a nuevos mercados, sino también una mejora en la calidad de la información mediante el uso de plataformas electrónicas” (pág. 8).

Finalmente, para el planteamiento sobre periodismo digital se realizará una recopilación crítica de investigaciones existentes de esta temática, basados en la teoría general de sistemas, al utilizar los mismos términos para describir rasgos esenciales para la comprensión de su dinámica, para responder adecuadamente a la definición teórica de lo que compete un estado del arte.

Considerar esencial en su proceso de construcción la socialización del diseño y aplicación de una metodología de revisión y análisis documental también conocida como (RAD), la cual se caracteriza por su particular correspondencia con el problema e intereses de investigación y con la naturaleza del proceso de sistematización (Barbosa, 2013, pág. 83).

Además de establecer a partir de la reflexión, adaptación y aplicación de referentes conceptuales y procedimentales, dando como resultado las estructuras, elementos e instrumentos asociados a sus fases y etapas particulares y que concluye enunciando aspectos ilustres como fruto de la reflexión sobre la experiencia investigada.

Metodología

Es una investigación de carácter exploratoria que brinda una visión general del objeto de estudio: la base de datos de revistas indexadas Redalyc, la cual plantea un estado del arte del periodismo digital, precisamente por su novedad, al no obtener trabajos investigativos similares en esta temática.

La investigación se realizó entre el 7 de mayo al 30 de junio de 2015. La metodología que se ha utilizado para este artículo es de tipo cualitativo debido a que este enfoque insta una perspectiva que toma en cuenta los fenómenos tal cual como acontecen, analizando los valores y significados, además de poner énfasis en la profundidad de la investigación al priorizar la calidad en la muestra.

En este proceso el método será exploratorio, primero se determinó como unidad de análisis al periodismo digital en las redes, del cual se extraerá una muestra. Siendo un estudio cualitativo exploratorio, la muestra de casos – tipo cuantitativo corresponde a la base de datos Redalyc, cuyo objetivo es canalizar en la profundidad tanto la riqueza como la calidad de la información ante todo actualizada, y la estandarización en las revistas indexadas para la construcción del estado del arte.

La muestra para este estudio es la red de acceso gratuito Redalyc, la que fue sometida a un análisis estadístico, estipulando resultados cuantitativos como el número de revistas científicas inscritas en esta base, las mismas que fueron clasificadas dentro de las áreas de Ciencias Sociales, Arte y Humanidades y Ciencias Naturales y Exactas. De este

primer filtro se procedió a analizar el número de revistas pertenecientes al área de comunicación con estrecha relación en contenidos especializados en periodismo digital.

En segunda instancia, a través de las revistas seleccionadas se filtraron los artículos académicos referentes a la unidad de análisis, como parte fundamental de esta metodología se utilizó como instrumento la revisión bibliográfica documental en el período 2012 – 2105, el cual fue establecido en el proceso de la investigación de carácter exploratorio

El análisis de contenido es la técnica utilizada en cada uno de los artículos escogidos, con el fin de obtener las definiciones de los autores y académicos sobre periodismo digital; este proceso cualitativo en la construcción del estado del arte que abarca la recopilación y análisis de información es bastante estandarizado, es decir, establece un análisis confiable y valido en base a estadísticas descriptivas.

El diseño y construcción del estado del arte como recopilación crítica de investigaciones existentes se considera esencial la revisión y análisis documental también conocida como (RAD), “el cual se caracteriza por su particular correspondencia con el problema e intereses de investigación y con la naturaleza del proceso de sistematización” (Barbosa, 2013, pág. 83).

En la elaboración del estado del arte en los artículos académicos de las revistas indexadas, la sistematización y valorización de la información teórica identificaron las

distintas concepciones sobre el periodismo digital, ejecutando una unificación de conceptos teóricos con el fin de resaltar los ejes principales de la investigación.

Posteriormente, se clasificó a las categorías por repitencia, las cuales tienen vinculaciones y nexos, estableciendo así que entre el 2012 - 2015 al periodismo digital se lo está trabajando en el eje central de la ética y responsabilidad periodística, abordando categorías teóricas como la saturación de información, calidad y credibilidad periodística y el perfil del periodista digital. En este análisis cualitativo resulta fundamental darle sentido a las descripciones de cada categoría, lo cual implica ofrecer una descripción completa de cada categoría y ubicarla en la unidad de análisis de esta investigación.

Resultados

Los estudios publicados desde el 2012 hasta el 2015 en Redalyc, establecen que con el apareamiento de las nuevas tecnologías, el periodismo se ha visto envuelto en oleadas de transformaciones tanto en estructura como en su funcionamiento, dando como resultado una reconfiguración del mismo, a lo que se denominó periodismo digital. Esta nueva tendencia cuestiona la práctica del periodismo tradicional e impulsa tanto a medios de comunicación como a periodistas sobre la investigación y aplicación de nuevas estrategias de difusión de la información a través de la red.

Siendo un concepto relativamente nuevo, no existe una definición general, sin embargo, teóricos tanto académicos como profesionales han reflexionado sobre los cambios que introduce la era digital en los medios y en el periodismo. Estableciendo que “el

periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo, por el contrario, se trata del retorno a lo fundamental del oficio, un periodismo clásico, el nacimiento propio de la profesión” (Sánchez, 2007, pág. 67).

La autenticidad del periodismo digital pone fin a la comunicación lineal, impartiendo modificaciones elementales a este ejercicio tradicional con el fin de adaptarse al ciberespacio, de hecho, Ramón Salaverría (2001) “lo define como la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos” (Ruiz, 2012, pág. 1).

Esta plataforma Redalyc se enfoca en el uso de nuevas tecnologías para informar y comunicar, constituyéndose como un riguroso reto para los periodistas que no tienen conocimientos técnicos o no son usuarios de las nuevas tecnologías de la comunicación, sin embargo, resulta una oportunidad para las nuevas generaciones de periodistas y los medios que hacen su incursión en este campo, apoyándose en herramientas multimediales para formar parte de la red. “La característica más importante de la información en la red, quizás, se encuentra precisamente en la nueva relación que se establece entre informador y lector, ya que éste se convierte directamente en usuario de internet” (Ruiz, 2012, pág. 3).

Para ello, se deberán tener en cuenta los principios de la plataforma de internet como son: la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

“Multimedialidad: el medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías” (Falla, 2009, pág. 1).

“Hipertextualidad: predominan los enlaces dentro del texto sobre los de fuera del texto. El género que menos los utiliza es el de opinión” (Fondevila, 2012, pág. 3).

Interactividad: entendida como la capacidad que tiene un medio de comunicación de facilitar espacios de intervención a los lectores o usuarios del mismo, quienes se encuentran con la posibilidad de tomar decisiones al momento de la selección de contenidos y de participar activamente en la producción de información (Sambrana, 2012, pág. 10).

En cuanto a la difusión de información de esta tendencia, Lara Tiscar (2010) sostiene que:

La prensa digital deberá atraer y consolidar redes sociales que fidelicen a sus audiencias y que para ello es preciso incidir en los siguientes aspectos:

- Conectividad: implica estar conectado con las audiencias y fomentar la relación de proximidad con la comunidad a partir de la sensación de compartir tiempo, espacio, intereses e inquietudes.
- Servicio: los medios de comunicación, en la red, deben aspirar a ofrecer servicios online que vayan más allá de la información, capaces de integrar procesos informativos relacionados con aplicaciones para redes sociales.
- Participación: facilitar de forma abierta la intervención de los ciudadanos a partir de formatos sencillos de reciprocidad.

- Orientar y dinamizar: a los usuarios a partir de una actitud mediadora y profesional que ayude a éstos a llegar a la información de mayor calidad.
- Gestión del conocimiento: difundir el conocimiento de una forma abierta con el interés de que llegue a un mayor número de usuarios (Ruiz, 2012, pág. 4).

En las mesas de debate del ciberespacio, el tema del día gira en torno al periodismo digital, si bien existe variedad de aportes investigativos en cuanto a su estructura y contenido, aún prevalecen algunos vacíos en esta nueva tendencia sobre su desenvolvimiento, por lo cual se ha empezado a cuestionar si los medios de comunicación digitales están trabajando actualmente al periodismo digital dentro de los rasgos de ética periodística del ejercicio tradicional.

Ética y responsabilidad periodística

La ética periodística como eje central se contempla desde múltiples enfoques sobre el cumplimiento de la libertad de expresión y de información, que discute las dimensiones y resultados en cuanto a la existencia y la práctica o no de una ética periodística.

La ética periodística se la entiende como un conjunto de preceptos, valores y fundamentos estructurados en función de la posición y la producción social que realizan los periodistas para su acción profesional. Siendo así que ellos se encargan de la formalización de los hechos de la realidad, bajo determinadas reglas y formatos, filtrados por categorías

tales como la novedad, la relevancia, la actualidad o lo inusual, las normas y preceptos se refieren, precisamente, a la densidad de esta labor que no sólo informa, sino que también interpreta y enjuicia (Herrera, 2005, pág. 5).

“En el periodismo la deontología profesional es una garantía para la credibilidad de los medios ante los ciudadanos, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la evolución de la vida democrática de cualquier sociedad” (Masana, 2011, pág. 1). Por otro lado, la supervivencia del periodismo depende de la responsabilidad ética que los medios de comunicación asuman respecto a los derechos de los ciudadanos a recibir una información veraz mediante una buena praxis de la profesión periodística.

En el periodismo digital la ética periodística tiene más importancia. La ética en el periodismo digital y en los medios se potencia a través de diferentes elementos como la instantaneidad, la globalización, la interactividad del usuario y la posibilidad de que éste genere productos informativos. En el campo digital, la ética periodística se convierte en el último valor agregado de los periodistas profesionales (Benito, 2014, pág. 2).

En relación con la ética periodística, la importancia de la responsabilidad social en los medios de comunicación al momento de informar es otro eje que se encuentra en la mira de mesas redondas dentro y fuera de los mismos medios, directamente relacionada con el impacto que pueden ocasionar los contenidos en su audiencia o la ciudadanía, de esta

manera tanto la responsabilidad como la ética en el periodismo se plantean como compromisos con la sociedad por la información que se emite.

Partiendo de la base de que la deontología periodística es de ámbito público, esta solo será eficaz si se da un compromiso voluntario y si sus normas son explícitas respecto a cuáles son los límites de la libertad de expresión y de prensa, es decir, las fronteras que no se pueden traspasar. Normas expresadas en códigos deontológicos.

El Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO (1983), en su principio III, señala que:

En el periodismo, la información se comprende como un bien social y no como un simple producto. Esto significa que el periodista comparte la responsabilidad de la información transmitida. El periodista es, por tanto, responsable no sólo frente a los que dominan los medios de comunicación, sino, en último análisis, frente al gran público, tomando en cuenta la diversidad de los intereses sociales. La responsabilidad social del periodista implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.

Las nuevas tecnologías y sus constantes avances han proporcionado una infinidad de posibilidades a nivel mundial para difundir y compartir información o conocimientos entre diferentes audiencias o grupos de personas, ya no por medios físicos tradicionales, sino virtuales y casi siempre gratuitos.

La información es un elemento fundamental del conocimiento, la cual se ha ido posicionando como una herramienta indispensable para acceder al poder y la riqueza. “Las redes de información son espacios 'virtuales' de intercambio de conocimientos y experiencias entre especialistas de los diferentes campos del saber a nivel mundial, regional y local, mediante el envío de texto, sonido, voz e imagen” (Romero, 2002, pág. 7).

Estas redes mantienen actualizados a todos los usuarios en línea sobre las últimas noticias y tendencias del conocimiento, incentivando una investigación de punta, que consiga aumentar el nivel de competitividad entre países. Se puede acceder, por ejemplo, a redes como Dialnet, Scielo, Latindex y Redalyc, que trabajan de manera gratuita proporcionando una infinidad de revistas científicas especializadas en diferentes campos.

Base de datos Redalyc

En esta investigación, de este grupo de base de datos de revistas indexadas, se tomó a la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, conocida como Redalyc.

Es una red de información científica con acceso abierto a nivel internacional, orientada a cubrir las necesidades de información especializada de estudiantes, investigadores y tomadores de decisiones en materia de desarrollo científico y tecnológico; a través de la recuperación y consulta de contenidos especializados y de la generación de indicadores

que permitan conocer cuantitativamente y cualitativamente la forma en la que se está haciendo ciencia en Iberoamérica (Redalyc, 2006).

Este sistema de información contiene en total 1020 revistas indexadas y 383 407 artículos, corte realizado el 29 de mayo de 2015 en pleno proceso de investigación, trabajos académicos distribuidos por áreas de la siguiente manera:

Revistas indexadas de Comunicación

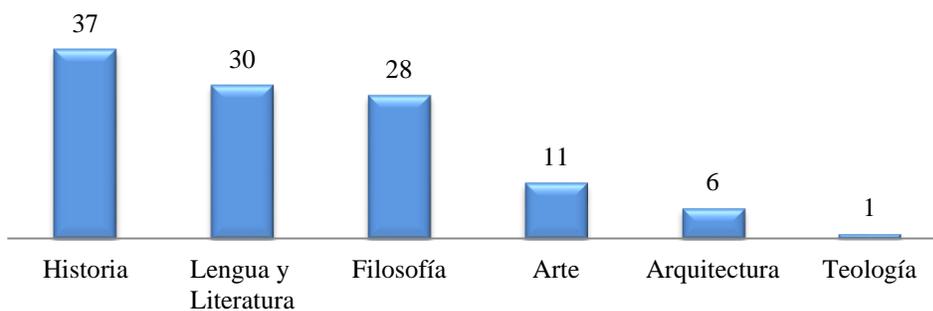


Figura 1. En el campo de Arte y Humanidades se presentan 6 disciplinas, con un total de 113 revistas indexadas. Estos datos fueron obtenidos de la base de datos Redalyc (2006).

Revistas indexadas en el campo de Ciencias Naturales y Exactas

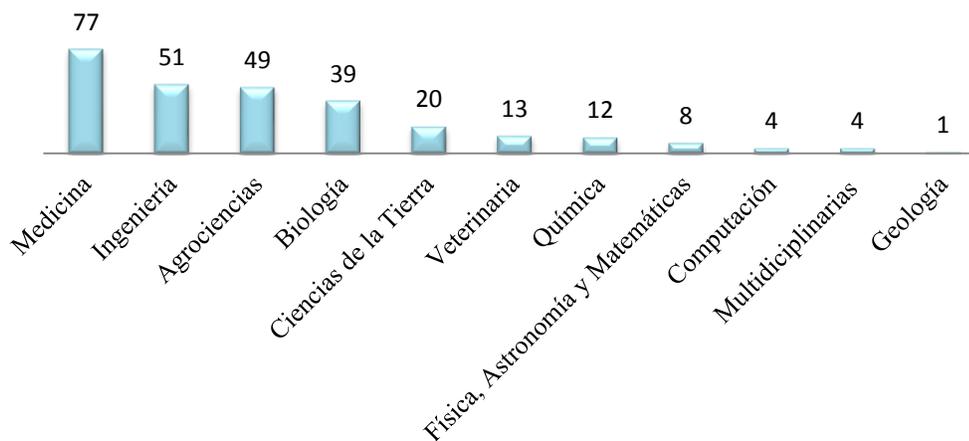


Figura 2. En el campo de Ciencias Naturales y Exactas se presentan 11 disciplinas, con un total de 278 revistas indexadas. Estos datos fueron obtenidos de la base de datos Redalyc (2006).

Revistas indexadas en el campo de las Ciencias Sociales

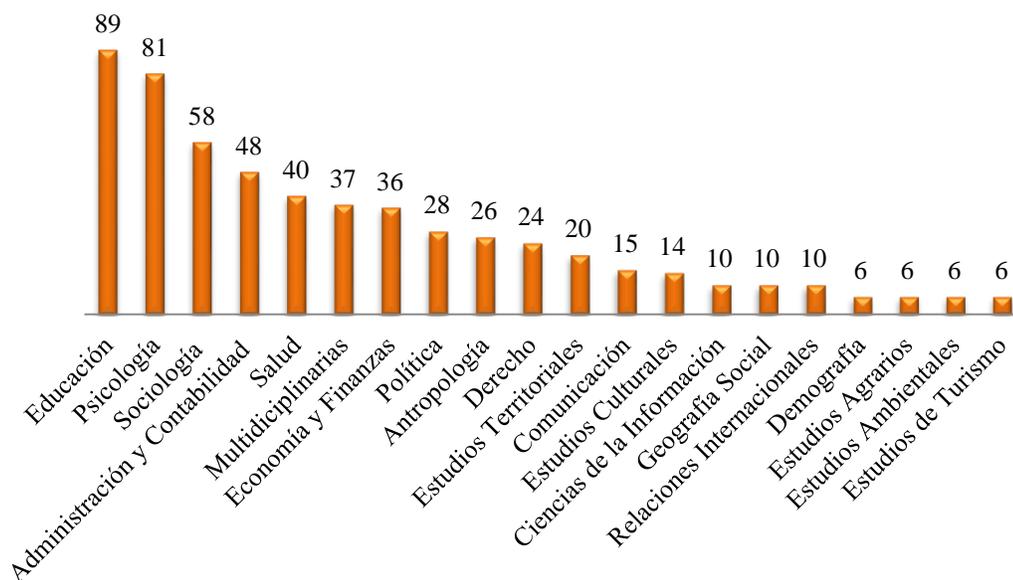
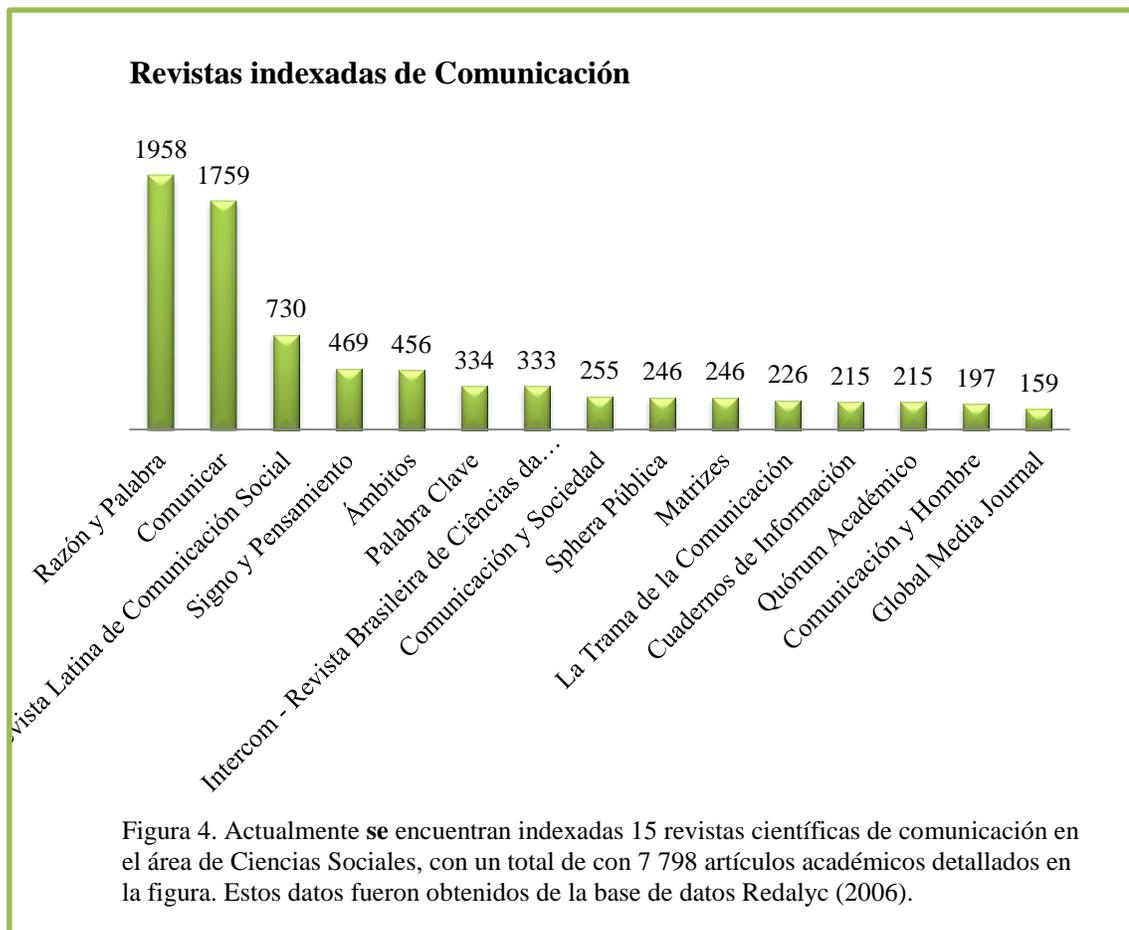


Figura3. En el campo de las Ciencias Sociales se presentan 20 disciplinas, con un total de 570 revistas indexadas. Estos datos fueron obtenidos de la base de datos Redalyc (2006).

En el campo de las ciencias sociales específicamente, 15 revistas indexadas corresponden a la rama de la comunicación con 7 798 artículos académicos, detalladas a continuación. Hay que resaltar que también existen otras revistas que no constan en esta lista, sin embargo, los artículos académicos que envían son publicados.



En la muestra de estudio Redalyc, se exponen los datos personales de cada revista indexada como aval de la rigurosidad de la información que esta base de datos publica, a continuación el detalle de las 15 revistas indexadas en comunicación.

Tabla 1.**Datos personales de revistas indexadas en comunicación**

IS SN IMPRESO	IS SN ELECTRÓNICO	NOMBRE	INSTITUCIÓN EDITORA	PAÍS
1134-3478	1988-3293	Comunicar	Grupo Comunicar	España
1139-1979	1988-5733	Ámbitos	Universidad de Sevilla	España
1180-9210		Sphera Pública	Universidad Católica San Antonio de Murcia	España
0188-252X		Comunicación y Sociedad	Universidad de Guadalajara	México
0122-8285	2027-534X	Palabra Clave	Universidad de La Sabana	Colombia
2007-2031		Global Media Journal	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	México
1809-5844	1980-3508	Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação	Brasil
	1138-5820	Revista Latina de Comunicación Social	Universidad de La Laguna	España
0120-4823	2027-2731	Signo y Pensamiento	Pontificia Universidad Javeriana	Colombia
0716-162x	0717-8697	Cuadernos de Información	Pontificia Universidad Católica de Chile	Chile
1885-365X		Comunicación y Hombre	Universidad Francisco de Vitoria	España
1982-2073	1982-8160	Matrizes	Universidade de São Paulo	Brasil

1690-7582		Quórum Académico	Universidad del Zulia	Venezuela
1605-4806		Razón y Palabra	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	México
1668-5628	2314-2634	La Trama de la Comunicación	Universidad Nacional de Rosario	Argentina

Nota: Detalla la información personal de cada revista indexada. Estos datos fueron obtenidos de la base de datos Redalyc (2006).

En el proceso de investigación en las revistas indexadas de comunicación, se clasificaron y utilizaron los artículos académicos referente a periodismo digital, los cuales fueron publicados desde el 2012 al 2015, organizados de la siguiente forma:

Tabla 2.

Artículos de revistas indexadas en el 2012

REVISTA	ARTÍCULO	AUTOR/A	PAÍS
Cuadernos de Información	El peso de la Hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo	Herlaynne Segura	Chile
Palabra Clave	Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño	Thaís de Mendonça	Colombia
Lasallista de Investigación	El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno.	Diego Sánchez	Colombia
La trama de la Comunicación	El periodista en los diarios digitales. El caso de La Capital.	María Natalia Sambrana	Argentina

Nota: Artículos académicos de revistas indexadas que proporcionan información sobre el periodismo digital publicada en el 2012. Información obtenida de cada artículo en la base de datos Redalyc (2006).

Tabla3.

Artículos de revistas indexadas en el 2013

REVISTA	ARTÍCULO	AUTOR/A	PAÍS
Palabra Clave	Calidad informativa en la era digital: el gran reto	Liliana Gutiérrez	Colombia
Palabra Clave	Ciberodio en los comentarios de la noticias en línea en Colombia. El caso de Piedad Córdoba	Silvia Montaña	Colombia
Palabra Clave	Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo.	Germán Arango	Colombia

Nota: Artículos académicos de revistas indexadas que proporcionan información sobre el periodismo digital publicada en el 2013. Información obtenida de cada artículo en la base de datos Redalyc (2006).

Tabla 4.**Artículos de revistas indexadas en el 2014**

REVISTA	ARTÍCULO	AUTOR/A	PAÍS
Ámbitos	La adaptación de los códigos de ética periodística europeos a Internet y las TIC.	Díaz-Campo, Jesús	España
Palabra Clave	La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los ‘nativos digitales’: estudio de caso	Félix Arias	Colombia
Ámbitos	Por una dieta digital: hábitos mediáticos saludables contra la “obesidad informativa”.	Javier Serrano	España
Palabra Clave	La opinión publicada sobre el movimiento 15-M.	Ana María García	Colombia
Comunicar	Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro.	María Isabel Punín	España
Aposta	El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento.	Carlos Oliva	España
Comunicación y Sociedad	El potencial de los medios digitales ante la participación ciudadana tradicional y en el presupuesto Participativo.	Jorge Aguirre	México

Nota: Artículos académicos de revistas indexadas que proporcionan información sobre el periodismo digital publicada en el 2014. Información obtenida de cada artículo en la base de datos Redalyc (2006).

Tabla 5.

Artículos de revistas indexadas en el 2015

REVISTA	ARTÍCULO	AUTOR/A	PAÍS
Comunicación y Sociedad	Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México	Lorena Frankenberg	México
Palabra Clave	El periodismo digital y las políticas editoriales en materia de plagio: una discusión necesaria pero ausente.	David Ramírez	Colombia

Nota: Artículos académicos de revistas indexadas que proporcionan información sobre el periodismo digital publicada en el 2015. Información obtenida de cada artículo en la base de datos Redalyc (2006).

La importancia del estudio de Redalyc reside indudablemente en el apoyo significativo y adquisitivo de información para la construcción de un estado de arte del periodismo digital en las revistas indexadas desde el 2012 al 2015. A través de los artículos obtenidos en este proceso investigativo se determinó que el panorama en el cual trabaja el periodismo digital en la actualidad, gira en torno a la ética y responsabilidad periodística, abordando temáticas sobre la saturación de información, calidad y credibilidad periodística y el perfil del periodista digital.

La documentación hallada estos últimos años en Redalyc, detalla en más de una ocasión los beneficios y falencias del periodismo digital en la red y su aplicación inmediata en el ejercicio periodístico.

Saturación de información

El crecimiento y desarrollo del periodismo digital ha ido de la mano del acceso a la información a través de las redes, proceso que es cada vez menos costoso y con fácil acceso, quienes son usuarios y partícipes activos de la red pueden producir contenidos sin ser estrictamente comunicadores o periodistas de profesión pero sí desarrollar este papel, no obstante, la diferencia radica que al querer hacer un periodismo con propósito y responsable este ejercicio le pertenecerá únicamente al profesional especializado en el tema.

Mark Deuze (2012) establece que:

Hoy en día ya no vivimos “con” los medios de comunicación, sino más bien “en” los medios. El acceso a la información que ha encontrado en la Red su principal escenario de desarrollo se produce de manera constante y ubicua, gracias a la popularización de los dispositivos móviles (Serrano, 2014, pág. 3).

La producción libre de contenidos en la red ha generado un exceso o saturación de información, que si bien facilita el alcance a contenidos extensos y gratuitos, su mayor defecto desembocaría en la desinformación, convirtiéndose en una importante desventaja para el periodismo digital. En este exceso se corre el riesgo de que los hábitos mediáticos deriven en “obesidad informativa”, por la dificultad de digerir toda la información que consumen, a menudo de escasa calidad y que les llega de manera incesante y por múltiples vías.

La obesidad informativa no sólo se debe a la sobrecarga de información, sino también a problemas de fitness mental en el consumo informativo (entiéndase falta de habilidad o de criterio), a la escasa calidad de la información que se recibe y a la costumbre de consumir la información antes de haber juzgado correctamente su valor; lo cual es más frecuente entre quienes más tiempo están conectados a las tecnologías digitales (Serrano, 2014, pág. 5).

Esta categoría teórica se plantea como una contradicción en el espacio digital, debido a que el aumento continuo de información que no es filtrada adecuadamente antes de su consumo, sin duda perjudica notablemente a la información periodística, cuya importancia es fundamental en cuanto a que influye en la toma de decisiones de las audiencias, orientándolas en las posibles opciones, pero ante todo en la construcción de una verdadera democracia. “Más de diez años después del surgimiento de los primeros periódicos en Internet, los periodistas aún no han conseguido consolidar una información con patrones de calidad que los haga sentirse parte de la celebración de Internet” (Mendonça, 2012, pág. 11).

Sin embargo, en torno al desarrollo del periodismo digital y en beneficio de las audiencias, es importante considerar que para enfrentar esta desventaja se debe construir una propuesta para educar a las personas en cuanto al consumo de información, acto que permitirá clasificar contenidos buenos y malos, y de esta manera dar relevancia a una información netamente periodística y de calidad, misma que aportará tanto a nivel

académico y profesional, además del grado de credibilidad como medio otorgado por sus usuarios.

Calidad y credibilidad periodística

La saturación de información promueve la necesidad de instaurar y fomentar la calidad y credibilidad periodística que como categoría teórica se torna como un elemento crucial y de carácter complejo, al proyectar el equilibrio entre la calidad del periodista conforme al nuevo reto digital al cual se enfrenta y a los medios en cuanto a la credibilidad como medio digital ante la audiencia a través de la información periodística que publica.

La credibilidad mediática parte de la confianza que le otorga día a día el usuario al medio de comunicación digital del cual consume la información, misma que se edifica en el nivel de satisfacción de la audiencia ante cualquier temática coyuntural. Esta confianza se fortalece o a su vez desaparece dependiendo de la veracidad del contenido, específicamente de la información periodística publicada.

A la hora de valorar de qué modo se comportan las informaciones que publican los medios, los panelistas destacan la importancia de analizar el efecto que posee la imagen del medio y cómo ésta puede verse alterada según los recursos o acciones que aplique la empresa periodística (Arias, 2014, pág. 7).

En este sentido, la credibilidad y el prestigio son algunas de las principales ventajas de los medios tradicionales como digitales, las cuales determinan la fidelidad del usuario

constantemente, es decir, el cibernauta por tiempo, preferencia o comodidad no siempre revisa todas las páginas en internet y menos aún confía en la veracidad de los contenidos que estas páginas le brindan, debido a que cree firmemente que los medios reconocidos como fidedignos sobresalen de otros espacios virtuales.

La credibilidad de los medios en Internet se basa en el uso del medio y de la información periodística, y que el uso de Internet para informarse funciona como predictor de la credibilidad general del medio online, aunque no supone el remplazo del consumo de información en los medios tradicionales (Arias, 2014, pág. 9).

En este aspecto, otro problema que se presenta es el plagio de información de un medio a otro, la falta de autenticidad y originalidad se proyecta por medio del periodista; sin embargo, la ausencia de políticas editoriales que regulen esta falta ética recae directamente en los medios. Este agravante se encuentra relativamente ausente, poco se ha debatido en este contexto y en efecto hasta los medios más visitados a nivel mundial no prestan mucha atención al plagio de sus contenidos por medios más “pequeños o nuevos” que no mencionan la fuente de donde se obtuvo la información.

El plagio quita valor agregado a los portales de noticias, coarta la innovación y desinhibe el surgimiento de nuevas ideas que permitan avanzar a la profesión en su conjunto, además de que quita rentabilidad a los sitios y disminuye su atractivo. En una era en que se presta demasiada importancia a la versatilidad e innovación tecnológica, la práctica del

plagio desmotiva la creación de servicios novedosos, atractivos y lucrativos para el periodismo digital (Ramírez, 2015, pág. 18).

De esta manera se proyecta la importancia de la existencia de los medios digitales, siempre y cuando estos cumplan con el ejercicio periodístico a carta cabal. “Los medios digitales otorgan importantes espacios para la expresión ciudadana y favorecen la presencia de múltiples flujos informativos, situación que no le resta importancia al rol que cumple el profesional de medios en el proceso informativo–comunicativo” (Sambrana, 2012, pág. 14).

El perfil del periodista digital

En el plano digital, la confianza que los usuarios conceden a la calidad de la información no se ajusta únicamente en el desenvolvimiento de los medios de comunicación, sino también en el papel y la imagen social de los periodistas. Es decir, la credibilidad periodística se centra también en el periodista, su preparación y desenvolvimiento. “La constatación de que el periodismo está cambiando impone nuevas atribuciones a los periodistas y desafíos cotidianos a los editores” (Mendonça, 2012, pág. 12).

Con el posicionamiento de la era digital el periodista se ve enfrentado a un nuevo reto que ante la saturación de información deberá clasificar y contextualizar la información previa a difundirla. “A la labor del periodista se añaden nuevas tareas de investigación y contextualización sujetas a las coordenadas de una audiencia cada vez más próxima de la redacción” (Oliva, 2014, pág. 11).

El perfil del periodista digital como categoría teórica establece que la búsqueda, verificación y el manejo de los géneros periodísticos son conocimientos básicos del periodista, con el avance tecnológico vigente en la actualidad, la preparación del profesional deberá fortalecerse aún más, por lo que el perfil académico del hoy periodista digital, deberá responder a las necesidades actuales del mundo digital considerando la inserción de hipervínculos y nuevas narrativas con absoluta ética y responsabilidad.

Las nuevas habilidades adquiridas emplearán herramientas que permitan que la información cree debate aún después de haber sido difundida, a esto se le sumará el dominio de un lenguaje multimedial que complementarán los textos con imágenes y audios, además de aplicar la creatividad a fin de captar el interés de las audiencias desde el titular hasta el final de la noticia. A esto, la originalidad también debe priorizar en los contenidos, puesto que un profesional que cae en el plagio no tendrá cabida en el plano digital, el posicionar el estilo propio del periodista al elaborar la información que va a difundir habla muy bien de él profesionalmente, debido a que en la actualidad se prioriza que todo periodista domine los códigos éticos al desempeñar su función.

No obstante, el periodista ha de considerar que en el periodismo digital más allá de su estructura rápida y dinámica, “lo importante es que la información cumpla con todos los requisitos periodísticos de la comprobación y de la veracidad de los hechos” (Oliva, 2014, pág. 19). “Para desempeñar dicha función debe buscar con rigor y minuciosidad el significado de los hechos, garantizando que el contenido noticioso sea fiel, comprobando

todas las informaciones, de modo que las mismas no sean modificadas ni distorsionadas” (Sambrana, 2012, pág. 12).

De esta manera, se puede establecer que los medios digitales sí pueden generar contenidos periodísticos de calidad y con principios elementales de los cánones deontológicos y éticos, siempre y cuando, tanto el medio como el periodista se capacite en torno a la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad considerados como ejes básicos en el espacio digital; las cuales permitirán aprovechar en su totalidad la infinidad de posibilidades y ventajas que el mundo cibernético ofrece al mundo de la comunicación al momento de la difusión en tiempo récord.

El periodismo digital no sólo tiene que ver con la revolución en materia de tecnologías de la información de la que somos testigos, sino también con marcos de referencia legales y éticos capaces de articular la actividad de los periodistas, usuarios y empresas que hacen uso de herramientas versátiles, dinámicas e interconectadas (Ramírez, 2015, pág. 19).

Conclusiones

En cuanto al estudio realizado se puede concluir que no existe gran variedad de investigaciones sobre periodismo digital en las revistas indexadas de la base de datos Redalyc, por lo cual se extendió la temporalidad de los años de estudio de la muestra, con el fin de acceder a mayor cantidad de información como aporte a nuestra investigación. No obstante, por medio de los resultados obtenidos como los aportes teóricos en esta temática, se ha determinado como eje central del periodismo digital a la ética y responsabilidad periodística, abordando categorías teóricas como la saturación de información, calidad y credibilidad periodística y el perfil del periodista digital, estipuladas como las temáticas actuales sobre periodismo digital desde el 2012 hasta el 2015.

Desde un punto teórico en los resultados de la investigación, el periodismo digital no posee una definición estándar sobre el mismo, aunque tanto teóricos como académicos en su mayoría proyectan en una panorámica general que el desarrollo constante e imparable de las nuevas tecnologías ha dejado como resultado el planteamiento de una nueva tendencia en el mundo del periodismo, el cual precisa una reconfiguración del mismo, promoviendo un nuevo reto de investigación y aplicación de innovadoras estrategias de difusión de información en la red, tanto a los medios de comunicación como a los periodistas, los cuales deberán apoyarse en herramientas multimediales, hipertextuales e interactivas.

La ética y la responsabilidad periodística determinan la calidad y credibilidad de los medios ante sus audiencias, además de su compromiso y responsabilidad con respecto a

los derechos de los ciudadanos a recibir una información veraz mediante una buena praxis de la profesión periodística. En este sentido, las bases deontológicas que son de ámbito público se constituirán y fortalecerán a través de normas expresadas en códigos deontológicos como el Código Internacional de Ética Periodística de la UNESCO, convirtiéndose en un eje importante dentro del periodismo digital por el impacto directo que pueden ocasionar los contenidos en los usuarios.

El escenario digital implanta un reto a los periodistas y es que la confianza que los usuarios conceden a la calidad de la información no se ajusta únicamente en el desenvolvimiento de los medios de comunicación, sino también en el papel y la imagen social de los periodistas. En este sentido, el periodista digital deberá responder a nuevas estrategias en torno a la búsqueda, verificación de información y el manejo de los géneros periodísticos, configurando en su perfil profesional nuevas habilidades que permitan producir contenidos dinámicos e interactivos dentro de los parámetros éticos periodísticos.

En el proceso de investigación se resalta que las falencias que giran en torno al periodismo digital van de la mano del acceso a la información a través de las redes, proceso que es cada vez menos costoso y de fácil acceso, que en consecuencia han permitido que todo usuario pueda generar información desmedidamente sin filtros de calidad y veracidad, obstaculizando el quehacer periodístico con propósito y de absoluta responsabilidad.

La producción libre de contenidos proyecta como principal desventaja la saturación de información y por ende da cabida a la desinformación. Este exceso perjudica notoriamente a los medios y periodistas al disminuir su prestigio y el nivel de credibilidad, así como también a los usuarios por la dificultad de digerir toda la información que consumen, que en ocasiones es de escasa calidad y que les llega de manera incesante y por múltiples vías.

En este contexto, surge la necesidad de educar a los usuarios con el fin de que sepan filtrar y clasificar contenidos buenos y malos, además de promover la calidad y credibilidad periodística, las cuales deberán enfocarse en construir un trabajo conjunto entre la calidad de los periodistas y la credibilidad del medio digital. El criterio es crucial en los usuarios, debido a que deben tener presente que al momento de obtener la información, esta debe mencionar las fuentes del origen de los contenidos.

En el periodismo digital, los usuarios se convierten en los jueces directos para otorgar la credibilidad a los medios, misma que se construye, fortalece y desaparece dependiendo de la veracidad de los contenidos, específicamente de la información periodística publicada. La satisfacción que genere en los usuarios será crucial, puesto que para los medios la confianza será uno de los factores que se convertirá en uno de sus principales retos, debido a que deberá trabajar día a día por conseguir y mantener la fidelidad de los usuarios. Así como también los buenos hábitos para acceder a la información, determinando el prestigio de los medios digitales y la calidad de información como criterios básicos al momento de consumir la información.

En consecuencia de los resultados encontrados, se requiere promover la elaboración de estudios investigativos con profundidad, sobre los principales requisitos que debe hoy en día reunir un periodista digital y de su importancia en el mundo del periodismo del siglo XXI. De la mano de esta propuesta, también resulta interesante proponer que las instituciones de educación superior de comunicación y periodismo apuesten por incluir una rama únicamente para el estudio de periodismo digital o módulos complementarios en las mallas curriculares. Debido a que a lo largo de la investigación se plantea que el periodismo digital necesita periodistas capacitados que dominen este campo, a fin de que la producción de contenidos sea en torno a la veracidad y la ética, además de su difusión en tiempo récord.

En lo que respecta a la credibilidad de los medios digitales, es indispensable plantear y revisar la ausencia de políticas editoriales, debido al problema de plagio de información que se presentan en las páginas y portales y digitales. Este inconveniente descalifica la credibilidad y la rentabilidad del medio, no obstante, una posible alternativa podría enfocarse en la educación hacia los periodistas y los medios, incentivando a que la producción de contenidos sea propia y original, además de fomentar el respeto hacia las fuentes sin desmerecer los créditos de autoría.

Finalmente, si bien los escenarios digitales plantean nuevos y exigentes retos para la investigación bajo la sombra de la ética sobre los impactos y alcances que posee, y frente a lo anteriormente expuesto se concluye que los medios digitales y los profesionales capacitados en periodismo digital si pueden generar contenidos

periodísticos de calidad y con principios elementales de los cánones deontológicos y éticos.

Referencias

- Arias, F. (Septiembre de 2014). *La credibilidad de los contenidos informativos en Internet para los 'nativos digitales': estudio de caso*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64931834012>
- Barbosa, J. (2013). *Revisión y análisis documental para estado del arte: una propuesta metodológica desde el contexto de la sistematización de experiencias educativas*. SCIELO. Obtenido de www.revistas.unam.mx/index.php/ibi/article/download/42815/38890
- Benito, C. (23 de Septiembre de 2014). Javier Darío Retrepo resalta la ética periodística en la actual era digital. *El Comercio*, pág. 1. Recuperado el 25 de Mayo de 2015, de <http://www.elcomercio.com/tendencias/javierdarioretrepo-resalta-etica-periodismo.html>
- Falla, S. (26 de Octubre de 2009). *Maestros del Web*. Recuperado el 12 de Mayo de 2015, de <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
- Fernández, J. F. (2011). *El periodismo, atrapado en el tiempo digital*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/2678>
- Fondevila, J. (2012). *El peso de la hipertextualidad en el periodismo digital: estudio comparativo*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97124309004>

- García, A. (2014). *La opinión publicada sobre el movimiento 15-M. Un análisis empírico de los periódicos digitales españoles: elmundo.es, elpais.com y abc.es*.
Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64930925005>
- García, P. (2006). *Periodismo digital y periodismo ciudadano*. Recuperado el 10 de febrero de 2015, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4179501>
- Gomes, R. (2006). *La comunicación y el periodismo digital*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2014, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4179843>
- Herrera, K. (2005). *Centro de Competencias en Comunicación para América Latina*.
Obtenido de http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/%C3%89tica_period%C3%ADstica._Conceptos_pr%C3%A1cticas_desde_sus_actores.pdf
- Masana, M. D. (28 de Julio de 2011). Ética y periodismo: no todo vale. *El País*, pág. 1.
Obtenido de http://elpais.com/diario/2011/07/28/opinion/1311804005_850215.html
- Mendonça, T. (2012). *Formación y producción periodística en Internet: desafíos y perspectivas en el escenario brasileño*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563003>
- Oliva, C. (Abril de 2014). *El Periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Obtenido de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>

- Ramírez, D. (2015). *El periodismo digital y las políticas editoriales en materia de plagio: una discusión necesaria pero*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64933878005>
- Redalyc. (2006). Recuperado el 28 de Junio de 2015, de <http://www.redalyc.org/info.oa?page=/acerca-de/misionvfvf.html>
- Romero, A. (2002). Las redes de información y su importancia para la investigación científica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 430.
- Ruiz, E. (2012). *Escola Superior de Disseny*. Recuperado el 12 de Mayo de 2015, de <http://www.esdi.url.edu/content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>
- Sambrana, N. (2012). *El periodista en los diarios digitales. El caso de La Capital*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323927337006>
- Sánchez, D. (2007). El periodismo digital: Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 67.
- Serrano, J. (2014). Por una dieta digital: hábitos mediáticos saludables contra la “obesidad informativa”. *Ámbitos*, 2.
- UNESCO. (1983). *Academia Nacional de Periodismo*. Obtenido de <http://www.academiaperiodismo.org.ar/etica/unesco1.html>