



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD VIRTUAL



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**LENGUAJE COLOQUIAL EN LAS NOTICIAS DEL “DIARIO
DIGITAL VOZ POPULI”**

AUTORA:

TAFANNY LEONOR ZÁRATE ACOSTA

TUTORA:

DRA. CUMANDA FANNY CAMPI CEVALLOS. MGC

BABAHOYO – ECUADOR

2021

RESUMEN

El presente trabajo de investigación fue basado en el lenguaje coloquial que utiliza el Diario Digital “Voz Populi”, en los casos “Marroneo UTB” y “Estudiantes peleando al estilo callejero”, con el objetivo de realizar una descripción del lenguaje coloquial que usa este medio. Las técnicas que se utilizaron fue mediante la entrevista de pregunta abiertas al propietario del medio lo que permitió conocer información sobre el tema de interés, además de la ficha observación de los reportajes audiovisuales y un focus grups para conocer diferentes opiniones de un profesional, un estudiante de comunicación social y un seguidor de la página de este diario. A lo largo de este análisis de caso queda expuesto las características que conforman “Voz Populi” como medio digital y en profundidad los rasgos de su lenguaje en general y los casos objetivos, “Marroneo UTB” y “Estudiantes peleando al estilo callejero” como tal, la forma en que presentaron los reportajes. “Voz Populi” como Diario Digital está dentro de los nuevos modelos y estándares del periodismo moderno en el Ecuador, trascendiendo en su desarrollo periodísticos, sin apártese del enfoque informativo; también se demuestro que el lenguaje coloquial que maneja el medio de comunicación digital va con la personalidad del señor Jesús Mero Ormaza dueño del Diario Digital “Voz Populi”.

Palabras clave: Medio digital, periodista digital, lenguaje, voz populi, marroneo.

I. INTRODUCCIÓN

Con la era moderna y la llegada de la digitalización, el avance de la tecnología nace lo medios digitales los cuales se desarrollaron de manera masiva a través de la conocida web. Los medios de comunicación tradicionales como radio, prensa escrita y televisión han migrado a las plataformas digitales. Pero en la actualidad hay medios que se crearon únicamente en páginas web.

Los medios habituales se han quedado obsoletos por cierta parte de la sociedad ya que los medios digitales han ganado un gran terreno por la velocidad de brindar información y por la accesibilidad de estar informado desde cualquier lugar, además la audiencia de los medios digitales se ve reflejado por la cantidad de seguidores

La base de un profesional es el lenguaje que utiliza, los medios tradicionales se caracterizan por utilizar un lenguaje formal en su información, pero con la llegada de los medios digitales el lenguaje varía dependiendo el público que se desea adquirir, el lenguaje con mayor utilización es el coloquial ya que permite que el usuario lo comprenda con mayor facilidad.

En el presente estudio de caso, se describirá el lenguaje coloquial en las noticias del Diario Digital “Voz Populi”. Se aplicará la línea de investigación comunicación, lenguaje, y estilos periodísticos, y la sublínea redacción periodística, géneros y narrativas digitales; el lenguaje del medio digital Voz Populi tiene la seguridad de que estas características dadas fortalecer el medio, al no usar este lenguaje común sería un medio más que cae en la rutina y la monotonía.

La investigación buscará describir el lenguaje coloquial del Diario Digital “Voz Populi” para lo cual identificaremos los rasgos de carácter coloquial en las noticias, después reconoceremos las diferencias que encontramos en el lenguaje coloquial vs lenguaje

informativo. Y por último diferenciaremos expresiones del lenguaje vulgar que pudieran estar presente en este medio de comunicación.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación busca realizar una descripción sobre el lenguaje coloquial en las noticias del Diario Digital “Voz Populi” de Babahoyo, Provincia Los Ríos, Ecuador, una manera diferente de publicar la información es lo que emplea este medio utilizando un léxico sencillo que esté al alcance de todos, un medio que cambió los patrones para elaborar los reportajes audiovisuales.

Las audiencias buscaban un medio que maneje un lenguaje sencillo, ya que de los medios habituales utilizan un lenguaje más técnico y formal, la plataforma el Diario Digital “Voz Populi” presenta un lenguaje popular, además el periodismo va trascendiendo con el pasar del tiempo y adaptado nuevas formas para hacer los reportajes.

Investigar algo nuevo que genere impacto dentro las perspectivas comunicativas y periodísticas y el interés de describir el lenguaje de este medio ha sido bastante accesible desde la obtención de información de estas plataformas digitales y su cercamiento de audiencia.

Realizar una investigación acerca de las nuevas estrategias que se emplea en los medios de comunicación, asimismo como los periodistas son reconocidos por su redacción y habilidades al momento de realizar sus noticias y así como van formando su trayectoria como comunicador, y finalmente llegar al objetivo de esta investigación.

2.2 OBJETIVO

Describir el lenguaje coloquial del Diario Digital “Voz Populi”. Casos “Marroneo UTB” y “Estudiantes peleando al estilo callejero”

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

Periodismo digital.

Según (Santos, 2013) “recuerda que el oficio periodístico está inmerso en un profundo proceso de transformación como consecuencia del advenimiento del periodismo electrónico”. El profesional de la comunicación del futuro deberá estar dispuesto para usar distintas herramientas y así realizar un excelente trabajo.

El periodismo digital de apoco ha comenzado a posicionarse en la sociedad, ha sido aceptado por una parte de la misma ya que trajo una gran variedad de ventaja sin dejar a un lado las desventajas, asimismo otra parte de la sociedad continua con lo que estaba acostumbrada al periodismo de la prensa escrita, radio y televisión o como se lo conoce periodismo tradicional ya que brindan una información detalla.

El ciberperiodismo, permite una nueva manera de hacer periodismo, tiene como herramienta la web como su medio principal, ya que los periodistas tienen que indagar con profundidad y escribir en forma clara y concisa, contextualizar y manejar múltiples fuentes para presentar la información. Desde el punto de vista de (Salaverría, 2019), “es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo, para difundir contenidos periodísticos”.

El periodismo moderno, es aquel que tiene un espacio en la web que permite investigar sobre los sucesos que ocurre de manera inmediata y así mismo difundir la información de forma rápida, y como herramienta indispensable tiene al internet además como de otros instrumentos que facilitan este trabajo.

El ordenador es otra herramienta poderosa de comunicación, en un aliado inseparable de los profesionales de los medios informativos, tal y como señala (Meso Ayerdi, 2014) “No bastará, que el periodista sea digital; corresponderá estar conectado a la red o como se lo conoce Internet así lo llaman los expertos a los canales del ciberespacio”.

Los medios digitales han conseguido consolidarse satisfactoriamente en el mundo comunicativo como un medio más, de información y de enorme difusión, como también los medios tradiciones se han adaptados a estas nuevas plataformas digitales.

Otro autor afirma lo siguiente:

Desde que los diarios crearon su edición digital y surgió un sinnúmero de publicaciones digitales, muchos son los lectores que han migrado de los medios convencionales a los medios electrónicos y es como los medios digitales han ganado ventajas viables, se caracterizan y constituyen su esencia. (Hervert, 2020)

Características de los medios digitales

Según (ORIHUELA, 2012), los grandes cambios que han surgido gracias a la web como paradigmas de los procesos comunicativos. Estos modelos son: personalizados, interactivos, multimedia, actualizados, mediatizados e hipertextuales”.

La información que brindan los medios digitales es continua, ya que la información debe ser de calidad, por tal caso debe tener una actualización permanente, estos giros de actualización sustituyen a nuevas noticias. La renovación es esencial como lo manifiesta (LÓPEZ, 2015) que el relacionar el concepto de dinamismo inherente a la propia definición de cibermedio”.

Frente al modo lineal o secuencial que ordena la estructura del discurso en los medios habituales, los soportes digitales admiten un modelo de edificación narrativa caracterizado por la colocación de la información en unidades discretas nodos y su articulación mediante órdenes de programación enlaces. Orihuela subraya el rompimiento de las estructuras lineal y la aproximación del hipertexto como modelo estructural cercano al pensamiento. Según (ORIHUELA, 2012) se refiere a la característica hipertextual de la información en la red.

Hipertextualidad se trata la “capacidad de interconectar textos digitales entre sí” (Salaverria, 2005) entendido aquí el concepto de “texto digital” como una combinación de palabras u otros elementos multimedia. Esencialmente, es el suceso de, a través de enlaces conectar signos de un documento digital con otros documentos digitales.

Multimedialidad “es la capacidad que permite al soporte digital, cargar en un mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido” (Salaverria, 2005).

Interactividad esta característica, quizás la más visible de la web, se entiende como la capacidad del compendio que posee el usuario, además el tipo de relación con los contenidos, esto implica diversos niveles de relación, del más simple, como el de hacer clic en el vínculo, al más complejo, como el de hacer una acotación o la aportación en foros asociados a la noticia. (Salaverria, 2005)

Periodista digital

El ciberperiodista, debe tener estas características como poseer conocimiento de las herramientas 2.0 para la administración y programación de redes sociales. De la misma manera, deben ser especialista con el uso Internet deberá tener en cuenta los horarios de mayor afluencia de la audiencia y otros aspectos de la sociedad 2.0. El desplazamiento para recolectar información de diferentes medios, no solo escritos, para desarrollarlos en diferentes formatos ya sea audiovisuales o publicaciones con textos.

Como menciona (Gloop, 2021) “El desafío de nuevas destrezas y competencias al ejercer la labor periodística en tiempos de tecnología, trae consigo una amenaza como son las noticias falsas o el solo estar informado mediante las Redes Sociales”. También debemos informarnos por medios tradicionales para corroborar la información y conocer la noticia con mayores detalles.

Se les manifiesta a los periodistas cuál es su función en esta era digitalizada, de la misma forma que las plataformas que deben dominar los diferentes fuertes de competencias. Los periodistas deben afrontar el cambio de un periodismo analógico, ya que el internet se convirtió en un complemento para realizar el trabajo periodístico, ya que la tecnología va avanzando con el pasar del tiempo.

Según (Flóres, 2018) “la seguridad del mismo entorno digital, las noticias falsas y las discusiones sobre la verdadera información son los diferentes retos que asumen los periodistas de épocas contemporáneas y que serán afrontados con experiencias, herramientas de utilidad y conocimientos aplicables”.

En la era digitalizada los periodistas deben superar los obstáculos que se presentan, y llegar de manera oportuna a su audiencia con información verificada. Un error o información no comprobable los llevaría a perder audiencia y dejaría de ser un medio confiable. Después de esto sería un desafío recuperar la credibilidad del mismo.

No existe posible competencia entre los periodistas digitales formados en las Facultades de Comunicación y los periodistas digitales que realizan cursos superiores de expertos y define sus funciones. Son los mejor preparados para redactar textos informativos y producir contenidos audiovisuales y tareas de diseño, programación y creación de contenido. Opinan (Marin, Rivera, & Pudín, 2014).

Lenguaje coloquial vs lenguajes informativo.

Lenguaje

Como señala (Álvarez, 2017) “El lenguaje es la base fundamental de la comunicación para el ser humano, nos permite expresarnos y comprender a los demás; y va a depender de

cómo se lo utilice, se va construir e interpretar el mundo de manera diferente”. Por tal razón el lenguaje es necesario para los seres humano porque es el medio por el cual se comunica y se comprenden unos con otros.

“Cualquier sistema de signos y sus reglas de uso construido artificialmente con el fin de satisfacer las necesidades comunicativas en un ámbito determinado. Este es el significado del término en expresiones como lenguajes formales y lenguajes informáticos” Según (Palacios Martínez, 2019.)

“Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos” es la definición de la (RAE, 2020). Le damos significado a lo que nos rodea y a las actividades que realizamos gracias al lenguaje, también nos permite transmitir los pensamientos y sentimientos a los demás.

El lenguaje tiene varias características es universal ya que resulta una capacidad propia de las personas, se expresa con el uso de los signos, mediante la lengua y el habla además es racional debido a que usa la razón para asociar los signos lingüísticos también se manifiesta de manera verbal o no verbal.

Lenguaje informal o coloquial

El lenguaje informal o como también se lo conoce lenguaje coloquial es el que se utiliza todos los días, las expresiones escrita en el momento que se envía un mensaje a través de las plataformas digitales o en expresiones orales en reunión con amigos o en conversaciones familiares. “El lenguaje coloquial consta de varias expresiones y palabras que no aparecen en los diccionarios tradicionales o muchas veces son palabras que se encuentran en los diccionarios, coloquialmente su significado se altera”. Como lo menciona (Inhispania, 2018).

Los medios digitales han conseguido consolidarse satisfactoriamente en el mundo comunicativo como un medio más, de información y de enorme difusión, como también los medios tradicionales se han adaptados a estas nuevas plataformas digitales.

Porque dentro del uso coloquial entran todos aquellos vocablos que se determinan por un uso común, habitual y directo, mayormente empleados en un contexto informal, familiar y distendido, el que se mantiene con los amigos, la familia, los compañeros de trabajo, que se enmarca en la norma culta. Es así como lo considera (Ucha, 2009).

Al emplear el lenguaje informal los hablantes en su vida cotidiana para comunicarse con familiares o amigos, se considera la más utilizada por la lengua ya que se caracteriza por ser relajada, espontánea y expresiva. Erróneamente se suele confundir el término coloquial con sinónimo de pobreza de vocabulario y así mismo el término de vulgar se le ha dado la connotación de grosería o insolencia, esta serie de desaciertos lingüísticos han generado grandes confusiones en los hablantes al referirse a estas premisas y vocablos.

El lenguaje coloquial es más extenso de lo que podemos llegar a pensar ya que todos los días aprendemos una palabra coloquial ya sea con el saludo o con las conversaciones que mantenemos. Por desenvolvimiento, el lenguaje informal o coloquial es el que, independientemente de la profesión o estatus social del hablante, se utiliza en la conversación natural y cotidiana.

El lenguaje coloquial se caracteriza por emplear un léxico sencillo o familiar, además de usar palabras comodín, muletillas y frases hechas, también suele utilizar el aumentativo, diminutivo, interrogaciones retóricas y de exclamaciones asimismo un vocabulario impreciso y limitado.

Lenguaje vulgar

(Castillo, 2014) sostiene que el lenguaje vulgar es la modalidad lingüística usada por la gente corriente sin educación, con frecuentes violan a la norma y uso de vulgarismos. Frecuentemente, la gente entiende mal el significado del término porque éste es un adjetivo que además significa indecente o grosero, pero realmente es aquella forma de expresarse que maneja las reglas de gramática no estándar.

El lenguaje vulgar se caracteriza por la confusión, adición, pérdida de vocales o consonantes, sílabas además de cambios de acentuación, asimismo pobreza en la exposición de las ideas, también el abuso de muletilla, del mismo modo la confusión en el orden de los pronombres personales y vocabularios comodín.

(Editorial, Etecé. , 2020) considera que los vulgarismos: Desde un punto de vista lingüístico, son unidades morfológicas, es decir, usos y giros de una lengua, que no se rigen por la norma culta del idioma, esto es, que no son académicamente correctas. Los vulgarismos suelen derivarse del uso que al idioma se le daba por parte del vulgo, o de ciertos estratos sociales, y que por razones históricas han sobrevivido, a pesar de estar, digámoslo así, “mal dichas”.

También hay casos de vulgarismos en los que se infringe la norma culta de idioma, por ejemplo, en las conjugaciones verbales como haiga en lugar de haya o en el caso de delen cuando lo correcto es denle, pero que son empleados en el habla de personas de un bajo nivel educativo de su vida cotidiana.

Lenguaje informativo.

El lenguaje formal es utilizado en ocasiones formales, ya que requiere formalidad y es importante una correcta pronunciación, un adecuado vocabulario, se omiten las muletillas,

vulgarismo, jergas y modismos este lenguaje es adecuado en utilizarlo en situaciones serias y se emplea en exposiciones, conferencias y debates.

Según (Castillo, 2014) define que “El lenguaje informativo es propio de los medios de comunicación, tanto en los texto de las publicaciones como audiovisuales, pero también podría entenderse por lenguaje informativo aquel que utilizan entidades u organismos tienen intención de comunicar un hecho aséptico”.

El lenguaje formal tiene varias características entre ellas el pronunciamiento correcto de las palabras, emplear frases correctamente estructurada además de un vocabulario amplio y preciso, al momento de dar el discurso debe ser fluido y continuo.

La herramienta de trabajo en el periodismo es el lenguaje resulta una obviedad a estas alturas. Que la carga académica dedicada al lenguaje en las facultades de periodismo ya sea públicas o privadas, es mínima también es un hecho. Y si a la rapidez habitual del periodismo unido al internet, se suma un escenario de consumo inmediato de información que no promueve dedicar tres minutos a releer para comprobar lo escrito. (Soma Comunicación, 2018)

Expresiones ecuatorianas.

Los ecuatorianos tienen sus propias expresiones un vocabulario muy diverso, lo cual le proporciona un habla rica. Algunas de estas expresiones son las siguientes “dame haciendo, dame pasando o dame trayendo” estas se suelen usar mayormente en la sierra del Ecuador. Otra expresión “no sea malito” igual que la anterior se suele usar en la sierra, es para añadirle más amabilidad a la expresión.

Además, están las expresiones cortas que le brinda un toque característico al habla ecuatoriana como “camella” es cuando alguien trabaja, “pana o broders” se les dice a los

amigos, se dice “te amarras” cuando entra a una relación formal de pareja, cuando una persona está muy atenta que esta “once o esta mosca” o la persona está agotada y ya no puede más “ya no jala” entre muchas otras expresiones.

Comunicación verbal y no verbal como parte del lenguaje.

La comunicación verbal es aquella en la que se utilizan las palabras. El mensaje que se transmite se articula y expresa a través de la comunicación oral, o escrita. La comunicación no verbal es un proceso de comunicación que se manifiesta a través de gestos, expresiones o movimientos corporales. El lenguaje corporal es clave a la hora de llevar a cabo la comunicación no verbal (Peiró, Economipedia.com, 2021).

Las características de la comunicación verbal, son los mensajes orales breves, a diferencia de la comunicación escrita por lo cual se olvida con facilidad y no permanece de la misma forma en el tiempo. Además, es espontánea ya que surge en una conversación entre dos o más persona también se utiliza el canal auditivo en el proceso asimismo se puede utilizar movimiento y gesto que se asocie a las palabras que se esté poniendo en manifiesto.

Las características de la comunicación no verbal son la predominación de las expresiones fáciles y los gestos que denotan como se encuentra una persona, así como su apariencia. La importancia de la comunicación no verbal es más indicadora que la comunicación verbal porque muchas veces no puede controlarse y disimularse. Además, siempre está presente porque inclusive a través del silencio se manifiesta.

La comunicación no verbal presenta funciones básicas que facilitan el logro de resultados durante las reuniones, con diversos fines. Complementar el mensaje verbal a través de gestos, posturas, contacto físico, tono de voz y apariencia. Regular la interacción entre el emisor y el receptor. En una reunión, es normal que los participantes cambien sus roles, es decir, el que habla puede pasar a ser el oyente. Y permite dar información adicional para ajustar el mensaje contribuyendo a que esta conversación puede ser más dinámica. Para poner en práctica la comunicación no

verbal en el entorno empresarial, es importante identificar lo que siente el oyente y analizarlo. Además, es fundamental coordinar nuestras emociones alineadas a la expresión corporal que se dan durante la charla. (ESAN, 2020)

Como hemos visto en las opiniones de los autores, la comunicación no verbal es manejada de diferentes elementos que la forman. Esos compendios son sistemas de signos no lingüísticos. Logramos distinguir los sistemas de signos en dos diferentes grupos, los que forman parte de la cultura, y por el otro los métodos de comunicación no verbal básicos.

Voz Populi

“Voz populi” es un diario de comunicación digital, fue creado el 7 de septiembre de 2014 por el señor Jesús Mero Ormaza quién estudio comunicación social pero no ha culminado la carrera, ha realizado varios cursos de periodismo, el medio se desenvuelve en las plataformas digitales como son Instagram, Facebook, You Tube y Tik Tok.

Caracterizado por realizar un periodismo de crónica roja y ayuda social, la redacción que posee es informal, está dirigido a todo tipo de público que desee informarse de una manera diferente con un lenguaje popular, sencillo y común, lo usuarios son atraídos por su narrativa, ya que no quieren ver solo texto, por lo prefieren lo reportajes audiovisual.

Se define a los nativos digitales como la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales y que son "nativos" del lenguaje de los ordenadores, videojuegos e Internet, mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que no han crecido en un mundo digital, pero se han acercado a esta tecnología adoptando algunos aspectos; mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que han tenido que adaptarse a las herramientas tecnológicas. Según (Prensky, 2010).

Actualmente las personas se conforman solo con leer el titular de una noticia, y esencialmente este diario realiza sus publicaciones con informaciones corta además de

utilizar un lenguaje informal para que así los temas de relevancias sean comprendido con facilidad, “ coloquial, propio de una conversación informal y distendida” (RAE, 2020).

“Voz Populi” utiliza expresiones muy jocosas, un lenguaje moderno que es muy sencillo de entender. Otra característica que identifica este diario, es modo en el que presenta la información, maneja un modo de humor y jocosidad al momento de contar los hechos en las notas. “Humor es la jovialidad, agudeza” (RAE, 2020), mientras que “Jocoso es Gracioso, chistoso, festivo” (RAE, 2020).

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

La presente investigación consta de una metodología de búsqueda cualitativa, por lo tanto, utilizaremos la ficha de observación, entrevista, también de un focus group para conocer opiniones.

“La técnica de observación consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” Según (Castellanos, 2017).

Desde el punto de vista de (Díaz-Bravo, 2013) “La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se especifica como una conversación que se propone un fin específico distinto al simple hecho de conversar”.

De acuerdo con (Peiró, Focus group., 2020) “El focus groups o también denominado grupo de discusión, se trata de una técnica que se usa para recoger opiniones sobre un tema en específico, y es muy utilizada en los estudios de mercado”.

Los instrumentos técnicos que utilizaré es la ficha de observación en el cual extraeré las palabras coloquiales usada por este medio, además de la entrevista que se realizará al

propietario del diario digital “Voz Populi”, Señor. Jesús Mero Ormaza y el focus groups que lo realizaré a un grupo determinado.

Técnicas utilizadas en la investigación

1. La observación directa al reportaje audiovisual del “diario digital Voz Populi”, el lenguaje usado en el video “UTB MARRONEO” con fecha de 21 de agosto de 2019 y “Estudiantes Peleando al Estilo Callejero” con fecha de 18 de mayo de 2018.
2. La entrevista mediante un cuestionario de pregunta abiertas se la va a ejecutar al dueño del medio Señor. Jesús Mero Ormaza.
3. Con focus groups, realizaré un diálogo para conocer las opiniones sobre el lenguaje que usa este medio digital

El método que se utilizó fue el analítico-sintético, el cual se efectuó mediante análisis para después poder resumir la información. La técnica utilizada fue la entrevista realizada mediante el instrumento de la elaboración de cuestionario. El método empírico fue la observación científica, en el análisis de los reportajes del diario digital “Voz Populi”, y el focus groups mediante el instrumento de la elaboración de cuestionario.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Para llegar al objetivo trazado de este estudio de caso sobre el lenguaje coloquial, se consiguió información de diversos autores sobre el tema planteado, descripciones de las palabras usada en el material de los reportajes audiovisuales publicados en el Diario Digital “Voz Populi”, además información de la ficha de observación usada, entrevista realizada y el focus groups para conocer las opiniones de un profesional, un estudiante y un seguidor de este portal digital.

La entrevista fue realizada con el dueño del Diario Digital “Voz Populi, señor. Jesús Mero quien estuvo inmerso en los reportajes audiovisuales en el caso “Marroneo UTB” y “Estudiantes peleando al estilo callejero”.

Mediante la observación se llegó a una aprobación que el diario digital “Voz Populi”, posee un lenguaje coloquial, donde comúnmente se nota el léxico sencillo y común en casi su totalidad; utilizan expresiones ecuatorianas, hacen uso del humor, es jocoso y la información que presenta en sus plataformas es totalmente verificada.

La entrevista permitió obtener información valiosa que confirmó la descripción ante dicha, las investigaciones realizadas amplía las características que conforman el lenguaje que usa este medio, entre ellas se resaltó: la manera de presentar la información, cómo llaman la atención estos videos, añadiendo un plus el de entretenerse mientras se informa, haciendo referencia en esto, dando a entender que con este lenguaje informar también se puede estar informado y no solo con un lenguaje formal se puede estar informado.

Asimismo, se expuso en la entrevista que estas particularidades del lenguaje que maneja el medio es parte de su personalidad del dueño y no un estilo copiado, tales explicaciones confirman las investigaciones del lenguaje coloquial que usa el medio.

Otra de las cosas que se destacó es que mediante este lenguaje y la manera de presentar la información se puede llegar a más audiencia, es decir, desde una persona que no tiene preparación hasta el profesional del más alto nivel. Como el caso “MARRONEO UTB” que es un tema bastante delicado, porque fue un baile realizado dentro de una institución superior educativa, pero al emplear este lenguaje las personas lo tomaron como un chiste, algo que la juventud hace para divertirse y aplícale este lenguaje popular la audiencia no lo vio mal, y los usuarios comprendieron de una manera sencilla.

En el reportaje audiovisual del caso “MARRONEO UTB”, nunca perdiendo la esencia del lenguaje coloquial y no usó lenguaje vulgar, pese a todos los efectos y consecuencias que se desencadenaron posteriormente con los estudiantes involucrados, se demostraron que el objetivo del periodismo se mantiene y lo que ha cambiado la manera de presenta la información.

II. CONCLUSIONES

Tras lo expuesto en este estudio de caso se permite llegar a las siguientes conclusiones, el lenguaje coloquial de un medio de comunicación, influye con la personalidad de sus periodistas, lo fortalece las teorías como también la realidad estudiada que se adquirió.

El lenguaje coloquial es algo que está presente en los medios digitales, no está ausente de ser usado como un recurso periodístico amarillista. El lenguaje coloquial no debe ser usado en las noticias ya que la informalidad no es adecuada para presentar la información según expertos.

Voz Populi ha demostrado una forma diferente de hacer periodismo sin dejar de lado la esencia periodística sin embargo esto va a depender de la audiencia que está dirigido el medio, analizando los gustos, necesidades de las nuevas audiencias y puso en práctica su lenguaje tradicional no solo como algo normal del periodista sino como una seguridad de que utilizando estas herramientas les permitirían llegar a personas que no comprenden temas con un lenguaje formal o técnico, marcando así las pautas del nuevo periodismo digital.

V. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Álvarez, S. C. (18 de Mayo de 2017). *LA IMPORTANCIA DEL LENGUAJE*. Obtenido de Betaniapsicologia.com.: <https://betaniapsicologia.com/2017/05/la-importancia-del-lenguaje.html>
- Castellanos, L. R. (18 de Marzo de 2017). *lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com*. Obtenido de [lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com](https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/tecnicas_de_observacin.html): https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/tecnicas_de_observacin.html
- Castillo, M. (11 de Abril de 2014). <https://www.milejemplos.com>. Obtenido de Lenguaje vulgar: <https://www.milejemplos.com/lenguaje/ejemplo-de-lenguaje-vulgar.html>
- Castillo, M. (14 de Abril de 2014). www.milejemplos.com. Obtenido de www.milejemplos.com: <https://www.milejemplos.com/lenguaje/ejemplo-de-lenguaje-informativo.html>
- Díaz-Bravo, L. P. (13 de Mayo de 2013). *riem.facmed.unam.mx*. Obtenido de riem.facmed.unam.mx: <http://riem.facmed.unam.mx/node/47>
- Editorial, Etecé. . (11 de noviembre de 2020). *Concepto.de/vulgar/*. Obtenido de <https://concepto.de/vulgar/>: <https://concepto.de/vulgar/>.
- ESAN. (28 de mayo de 2020). www.esan.edu.pe. Obtenido de Importancia de la comunicación no verbal: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/05/importancia-de-la-comunicacion-no-verbal-dentro-de-la-empresa/>
- Flóres, C. (2018). *Periodistas en la Era Digital: innovación, desafíos y nuevas narrativas*. Buenos Aires, Argentina : [asuntosdelsur](http://asuntosdelsur.com). Obtenido de [asuntosdelsur.com](https://asuntosdelsur.org): <https://asuntosdelsur.org/periodistas-en-la-era-digital-innovacion-desafios-y-nuevas-narrativas/>

Gloop, J. (11 de julio de 2021). *A menudo preguntado: Cual Es El Futuro Del Periodismo?* Obtenido de TODO SOBRE PERIODISMO: <https://revistamarfil.com/respuestas-a-preguntas/a-menudo-preguntado-cual-es-el-futuro-del-periodismo.html>

Hervert, C. (14 de Marzo de 2020). *www.medium.com*. Obtenido de [www.medium.com](https://medium.com/@cesarhervert1998/la-importancia-del-periodismo-digital-669d62ac5d04): <https://medium.com/@cesarhervert1998/la-importancia-del-periodismo-digital-669d62ac5d04>

Inhispania. (23 de Agosto de 2018). *Lenguaje coloquial: ¿Por qué a menudo no entiendo lo que dicen los españoles?* . Obtenido de Mi clase Inhispania.: <https://inhispania.com/blogs/miclaseinhispania/lenguaje-coloquial/>

La Real Academia de la Lengua Española . (2020). *lenguaje | Diccionario de la lengua española*. Obtenido de «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario: <https://dle.rae.es/lenguaje>

LÓPEZ, X. (2015). *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, 45. Obtenido de *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación* en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/ESMP0707110317A/12129>

Marin, I., Rivera, D., & Pudín, M. (Septiembre de 2014). *El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia*. Obtenido de *El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia*.: https://www.academia.edu/12754000/El_periodista_digital_en_Ecuador_Reflexiones_desde_la_academia

Meso Ayerdi, K. (30 de Mayo de 2014). *www.comminit.com*. Obtenido de [www.comminit.com](https://www.comminit.com/content/la-formaci%C3%B3n-del-periodista-digital): <https://www.comminit.com/content/la-formaci%C3%B3n-del-periodista-digital>

ORIHUELA, J. L. (2012). “Internet, nuevos paradigmas de la comunicación”. *Revista Latinoamericana de Comunicación.*, 77. Obtenido de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/1416/1445>

- Palacios Martínez, I. (. (2019.). *Diccionario electrónico de enseñanza y aprendizaje de lenguas*. Obtenido de www.dicenlen.eu:
<https://www.dicenlen.eu/es/diccionario/entradas/lenguaje>
- Peiró, R. (05 de Marzo de 2020). *Focus group*. Obtenido de Economipedia.:Peiró, R. (08 de marzo de 2021). *Economipedia.com*. Obtenido de Comunicación no verbal.:
<https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-verbal.html>
- Prensky, M. (2010). *Nativos e Inmigrantes Digitales*. Obtenido de Cuadernos SEK 2.0, 20.:
[https://marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- RAE, L. (2020). *lenguaje | Diccionario de la lengua española*. Obtenido de «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario: <https://dle.rae.es/lenguaje>
- Salaverria, R. (2005). *La especialización en el periodismo: Formarse para informar*. España: comunicación social C.S.
- Salaverría, R. (19 de Enero de 2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. *El Profesional de la Información*, 28. Obtenido de Digital journalism: 25 years of research. Review article. *Profesional De La Información*, 28(1).:
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Santos, J. M. (23 de junio de 2013). *www.redalyc.org*. Obtenido de www.redalyc.org:
<https://www.redalyc.org/pdf/160/16008401.pdf>
- Soma Comunicación. (28 de mayo de 2018). *La importancia del lenguaje en el periodismo*. Obtenido de Agencia de Comunicación Valencia | Soma Comunicación. :
<https://somacomunicacion.com/la-importancia-del-lenguaje-en-el-periodismo/>
- Ucha, F. (Agosto de 2009). *Definición ABC* /. Obtenido de Coloquia:
<https://www.definicionabc.com/general/coloquial.php>

VI. ANEXOS

Medio observado	VOZ POPULI DIARIO DIGITAL	
Fecha de observación	21 Agosto 2021	
Fecha de publicación en Youtube	21 Agosto 2019 	
Fecha de publicación en Facebook	15 Agosto 2019 	
Títular de presentación Youtube	#UTB MARRONEO #Babahoyo #LosRíos Universidad de aniversario en la provincia de Los Ríos , lo celebran hacen al ritmo del reggaeton, perreo y hasta marroneo, se ponen en	

	posición recógeme los sueltos, Le da violencia, le da unas cuantas punteadas como aquel buen sastre a su costura, le hace un cambio de look todo al ritmo de la música.							
Títular de presentación Facebook	<p>#Atención #ViralEnRedes #Marroneo en la #UTB - Dale hasta abajo!</p> <p>Estudiantes celebran un año más de vida de su Universidad al ritmo del “marroneo” con un poco de licor y algunos juguetes más!... aquí la historia contada al estilo de Voz Populi. Comparte! No seas mezquino!.</p>							
Enlace del canal Youtube	https://youtu.be/wRRHV9Fh_VM							
Enlace del Facebook	https://fb.watch/7Lr-Mu4b3I/							
Se usó hashtasg Youtube	#UTB #Babahoyo #LosRíos							
Se usó hashtasg Facebook	#Atención #ViralEnRedes #Marroneo en la #UTB							
	Presenta la información completa		Es unilateral		Redacción propia		Información compartida	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
		x	x		x		x	
Tratamiento del video	El video fue editado por el periodista del medio Jesús Mero, además uso sonidos musicales, le agrego uno que otro meme y además le añadió su locución.							
Usa memes	Si usa memes							
								
Visualizaciones Youtube	1162 visualizaciones		Visualizaciones Facebook		8,4 mil reproducciones			
Comentarios Youtube	0 comentarios		Comentarios Facebook		74 comentarios			
No. De reacciones Youtube	10 me gusta		No. De reacciones Facebook		250 reacciones			
Comparticiones en Youtube	3 veces compartido		Comparticiones en Facebook		183 veces compartido			

Palabras coloquial	<ul style="list-style-type: none"> • La pone en posición recoge me los sueltos. • Le da algunas puntadas como aquel buen sastre a su costura. • Le hace un cambio de look todo al ritmo de la música. • Verdadero trapecista malabaristas y contorsionistas se observan en el vídeo. • Después de ver este vídeo al estilo voz populi recién empieza la resaca o el guayabo mental para estos estudiantes.
Palabras Vulgar	No hay palabras vulgares
La noticia posee léxico sencillo	Si por las personas que consumen este tipo de noticias comprende este lenguaje que es común.
Usa muletillas	No hay muletillas
Usa dichos o refranes	<ul style="list-style-type: none"> • No se trata de ningún reto ni programa concurso de la televisión nacional mucho menos un reality bailando por la casa de tu vida lo que usted está observando es bailando por ti utb. • Lo hace al ritmo del reggaetón perreo y hasta marróneo todo un año estudiando algunos a lucen que es justo y necesario un bailecito a lo bien.
Usa extranjerismo	No usa extranjerismo

Medio observado	VOZ POPULI DIARIO DIGITAL	
Fecha de observación	25 Agosto 2021	
Fecha de publicación en Instagram	18 Mayo 2018	

	
Fecha de publicación en Facebook	<p>17 Mayo 2018</p> 
Título de presentación Instagram	<p>#Viral ESTUDIANTES PELEANDO AL ESTILO CALLEJERO Alarma en #SanJuan - #Puebloviejo, dos videos donde se aprecian a jovencitas uniformadas peleando en la calle... se arrastran, se dan patadas y puñetes. Comparte el vídeo, no seas mezquino.... #VozPopuli</p>
Título de presentación Facebook	<p>#Viral ESTUDIANTES PELEANDO AL ESTILO CALLEJERO Alarma en #SanJuan - #Puebloviejo, dos videos donde se aprecian a jovencitas uniformadas peleando en la calle... se arrastran, se dan patadas y puñetes. Comparte el vídeo, no seas mezquino.... #VozPopuli</p>
Enlace de Instagram	<p>https://www.instagram.com/p/Bi7xmjAAqqV/?utm_source=ig_web_copy_link</p>

Enlace de Facebook	https://fb.watch/7LDk6xLwMy/							
Se usó hashtasg Instagram y Facebook	#Viral #SanJuan #Puebloviejo, #VozPopuli							
	Presenta la información completa		Es unilateral		Redacción propia		Información compartida	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
		x	x		x		x	
Tratamiento del video	La locución fue realizada por Jesús Mero, el video fue grabados por los exportadores que presenciaron la pelea.							
Usa memes	No							
Visualizaciones en Instagram	88 visualizaciones			Visualizaciones en Facebook		13 mil reproducciones		
Comentario en Instagram	0 comentarios			Comentario en Facebook		40 comentarios		
No. De reacciones en Instagram	10 reacciones			No. De reacciones Facebook		246 reacciones		
Palabras coloquial	<ul style="list-style-type: none"> • Chances 							
Palabras Vulgar	No hay palabras vulgares							
La noticia posee léxico sencillo	Si uso un léxico sencillo.							
Usa muletillas	No usa muletillas							
Usa dichos o refranes	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo cazar a su presa así la espero en las afuera del colegio. • Al salir no le di chances al sacarse la mochila el agarro del cabello. • Le dijo de todo menos hermosa y algunos saludos a la progenitora. • Le aplico un par derechazo y algunas patadas las casetas estaban a la orden del día. • Luego de eso resolvieron algunos ejercicios del álgebra en el suelo, • Pero en el lenguaje callejero se sabe que pelear o pégame a tu adversario en el suelo es de cobarde. • El cuadrilátero fue a pocos metros de la entrada principal a un plantel educativo. • La idea es la misma agredirse hasta que alguien escarmiente o la pinca quede saldada aquí no faltó quién se meta separarlas 							

Usa extranjerismo	No usa extranjerismo
------------------------------	----------------------

FICHA TÉCNICA DE LA ENTREVISTA

Nombre: Jesús Mero Ormaza
Profesión: Cousin Formador de formadores
Fecha: Martes, 31 de agosto de 2021
Modo de entrevista: Virtual
Lugar: Online por meet
Duración: 40 minutos



PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

1. ¿Cuándo inició Voz Populi?

R: Voz Populi nació el 7 de septiembre en la plataforma de Facebook, en aquel entonces fue creada por Jesús Mero, Francisco Mero y Betania Sandoval, porque le querían dar un criterio diferente a la información, iniciaron con videos puesto que era lo que más capta la atención de los usuarios, apostaron por los videos musicalizado y un léxico sencillo.

2. ¿Usted tiene título de periodista?

R: Estudia Comunicación Social en la Universidad Técnica de Babahoyo, pero no finalizó sus estudios, actualmente es “Cousin Formador de Formadores”, ha realizado varios cursos que tiene que ver con el periodismo, además, se está especializando en Marketing político.

3. ¿El lenguaje que utilizan es bastante común, Cómo definiría el lenguaje que maneja el diario digital “Voz Populi”?

R: Lo define como un lenguaje tradicional, ya que todos pueden entender este lenguaje desde la persona que no está en una escuela hasta el profesional del más alto nivel, porque es el lenguaje que se escucha a diario.

4. ¿Cómo nace la idea de dominar este lenguaje de humor e ironía, o es parte de su personalidad?

R: Desde muy pequeño empezó a deambular para ser coloquial, su primer trabajo lo realizó en una radio de Manabí llamada “Bahía Estéreo” desde aquel entonces empezó a involucrarse en la comunicación, luego en Babahoyo ingresó a la radio “Estéreo Fluminense”, como locutor de aquella, además, trabaja para canal UNO. Porque desde pequeño ha tenido ese léxico de comunicarse con los demás, con palabras que se utiliza comúnmente.

5. ¿Este lenguaje es parte de su personalidad o se torna un recurso para el medio?

R. Sí, se torna un recurso ya que los televidentes al momento de ver un video de Voz Populi, aparte de informarse también se diviertan, se ríen, por tal razón realizo estos videos con un lenguaje tradicional o coloquial, además, de colocarle música a los audiovisuales por que la música es un lenguaje que todos entendemos.

6. ¿Cree que, si no empleara este lenguaje, tendría el mismo éxito?

R: No tendría el mismo éxito, porque el lenguaje que utilizamos nos hacen diferente a los otros medios.

7. ¿Cuántas noticias al día publica?

R: Realizamos los videos de los temas más relevantes, para darle un plus al medio, no se lo realiza constantemente porque si no aburrimos a la audiencia, pero son muy pedidos por los usuarios que consumen esta noticia. Alrededor de 30 publicaciones al día entre ellas son publicaciones de noticias, en vivos y felicitaciones de cumpleaños.

8. ¿Usted recuerda el video “UTB MARRONEO”, de donde sacó la inspiración para esos videos?

R: El video de la universidad fue realizado y el propósito no era ofender a nadie, lo hicieron para dinamizar a los estudiantes, ya que todos han sido jóvenes y alguna vez han hecho esto.

Además, era animador en una discoteca en la ciudad de Babahoyo, con el pasar del tiempo ha adquirido estos términos viendo estos tipos de baile, frases como: “recógeme los sueltos”, “algunas puntadas como aquel buen sastre a su costura”, “le realiza un cambio de look”, “al parecer quiere preparar la columna de su compañera como si fuera spiderman”, son las frases que más recuerda del video.

Él trata de buscar frases comunes, para que la gente lo recuerde y siempre que va por la calle las personas le gritan “estas frases” y siente que el pueblo lo apoya para seguir haciendo este tipo de informativo.

9. ¿Por qué el video de “UTB MARRONEO” no tiene el logo del diario digital Voz Populi?

R: Porque la información llega tan rápido, tratamos de verificar que sea real y verdadera, actuamos con rapidez perder un minuto en redes sociales es perder seguidores, likes y reproducciones, porque si subían el video otros medios no hubiera tenido tanta acogida como la tuvo.

Pero la locución que le aportó Voz Populi fue el toque diferente, entonces al no perder tiempo subiendo el video se nos escapó el logo.

10. ¿Alguna vez ha tenido conflicto con las noticias que ha publicado?

R. Cada vez que realizo un video debo atenerme a las consecuencias y ser responsable, por aquello firmo los videos que realizo, cuando el medio Voz Populi lanzó el video de la UTB, me senté a esperar las críticas y los malos comentarios, pero se sorprendieron al ver la aceptaron que tuvieron de los usuarios, si hubo una o dos personas que rechazaron el video, pero al resto les pareció jocoso, lo tomaron como chiste, nos comentó Jesús Mero.

11. ¿Alguien influyó en su estilo para realizar estas noticias, es propio o es copiado?

R: El estilo es propio, como adquiero conocimiento voy realizando los videos cada día trato de mejorar, dice que las frases las sacas del argot popular y las coloca en los videos bien o mal la gente empieza a utilizar estas frases.

12. ¿Usted considera que el lenguaje coloquial no de migra la actividad del periodista?

R: Creo que no, porque el lenguaje coloquial es el que usaba nuestros antepasados, y en la televisión de señal abierta hay periodistas que utilizan este lenguaje como Hugo Gavilanes, José Delgado, Mauricio Ayora “Caterva” y Mayra Montaña “La Bombón”, pero no se debe caer en la vulgaridad.

13. ¿Qué opina, todas las noticias deben ser formales o deben hacerse noticias con el lenguaje popular o coloquial?

R: Cada medio tiene su público y el público se adapta al medio, a algunos no les ha de gustar el lenguaje que utiliza Voz Populi, pueden decir que desastroso lenguaje, pero hay personas que les gusta y aplauden este estilo.

FOCUS GRUPS

En la tercera técnica se manejó un focus group mediante la plataforma de Google Meet, con el objetivo de conocer las opiniones sobre el lenguaje que utiliza este medio digital un profesional, un estudiante de la carrera de Comunicación Social y un usuario de la página. De los cuales conseguimos los siguientes resultados.

Para el Msc. Óscar Mora especialista en análisis de medios, docente de la carrera de Comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, reiteró que los medios digitales han tenido un auge desde los últimos años, también la saturación de medios digitales, sobre el lenguaje coloquial, piensa que es un recurso muy mediocre ya que las noticias deben ser más formales y no ser amarillistas, además, comenta que este lenguaje coloquial gana cada día más terreno ya que las noticias de señal abierta también utilizan este estilo de lenguaje como Mayra Montaña “La Bombón” cada vez es más famosa por su vocabulario, lo hace para tener rating y llamar la atención del público.

Para Rosa Angélica Vergara estudiante de Comunicación Social, considera que los medios digitales comparten la información de una manera veraz y se tiene mayor acceso a la información, antiguamente se debía esperar un cierto tiempo para estar informado, el lenguaje coloquial considera que se debe utilizar en reuniones entre amigos o conversaciones familiares no en un medio de comunicación como lo hacen los medios digitales, creo que el lenguaje coloquial si está en cierto medio, como también hay medios que se rigen por el lenguaje formal un 50/50.

Ana Cristina Ampudia, seguidora del diario digital Voz Populi manifestó que los medios digitales, brindan información rápida son importantes por la inmediatez que ofrecen, además tiene un punto en contra por su inmediatez muchas veces publican noticias falsas o noticias sin muchos detalles, menciona que este tipo de lenguaje coloquial gana audiencia puede que a todas las personas no les guste, pero considero que es un lenguaje muy común que se usa a diario, el lenguaje formal es más utilizado el 80% de noticias que se consume usa este lenguaje pocos son medios que utilizan un lenguaje informal.

La realización de la entrevista

