



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**

**EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

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

**TEMA:**

**ÁNALISIS COMPARATIVO DEL PERIODISMO DIGITAL Y LOS MEDIOS  
IMPRESOS Y SU ACEPTACIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES DE  
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UTB**

**AUTOR:**

**TIFANNY YELENA PÉREZ JALCA**

**TUTOR:**

**DENISSE NURIK DE FARIÑO SÁNCHEZ**

**BABAHOYO- ECUADOR**

**2020**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

## DEDICATORIA

Sin ninguna duda dedico este proyecto con amor y afecto principalmente a las personas que me dieron la vida como lo son mis padres quienes con esfuerzo, valentía y motivación nunca me dejaron sola durante mi periodo de estudios universitarios, a mi hermana que con su ejemplo y palabras de aliento nunca me dejo caer cuando más lo necesitaba.

A Carlos Pacheco Moran que ha sido parte fundamental en mi vida por sus palabras, paciencia, amor y confianza que me brindó durante este periodo importante que de una u otra forma estos atributos hicieron que llegara a esta etapa y poder lograr este sueño.

A mis abuelos, tíos y primos que con sus mensajes y llamadas de aliento, motivación hicieron que me sienta segura para poder lograr esto y cumplir con el sueño tan anhelado de mis padres que es ser una profesional.

**Tiffany Yelena Pérez Jalca**



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**EXAMEN COMPLEXIVO**

## **AGRADECIMIENTO**

Dios nos encamina por los mejores senderos y agradezco a él por haberme puesto en aquel, por cuidarme a lo largo de esta etapa de mi carrera y por la fortaleza y madurez que pude obtener durante mis estudios.

A mis padres Moisés y Beatriz que día a día lucharon para poder darme los estudios, agradezco a ellos por inculcarme valores, y los mejores consejos para poder seguir mejorando como persona. Con infinito amor, cariño y bondad sin ellos no hubiese logrado este objetivo.

A mi hermana y su esposo que me brindaron su ayuda para poder culminar mi último semestre y a Carlos Pacheco Moran por nunca dejarme sola les agradezco infinitamente por todo aquello que me dieron para seguir adelante.

**Tiffany Yelena Pérez Jalca**

## RESUMEN

Este proyecto contiene un análisis comparativo del grado de tolerancia para el consumo de la información en los medios impresos como periódicos, revistas, boletines, folletos que se encuentran plasmados en materiales tangibles y del periodismo digital como blogs, páginas web, diarios online, redes sociales o cualquier tipo de plataforma digital en la que tengan acceso los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social de la Institución de Educación Superior Universidad Técnica de Babahoyo; se mencionan una variedad de definiciones del periodismo, de medios de difusión masiva de contenidos tanto los tradicionales como los impresos y demás conceptos de interés para el desarrollo de la investigación; obteniendo los datos requeridos para el análisis con el recurso de la encuesta aplicando un cuestionario conformado por una serie de preguntas con contestaciones de opción múltiple y de respuestas abiertas y cerradas que facilitan la medición de las variables que se expresan en modo cuantitativo para lograr resultados precisos con la finalidad de comprender a ciencia cierta el medio por el cual obtienen la información provista de parte de la prensa escrita y digital; como resultado se satisfizo las exigencias paramétricas para cumplir con el propósito de ser de la investigación para conseguir los resultados requeridos para determinar el medio más utilizado por el alumnado y el cuerpo docente obtiene la información.

**Palabras clave:** Análisis, difusión masiva, medios impresos, medios digitales, encuesta.

## **SUMMARY**

This project contains a comparative analysis of the degree of tolerance for the consumption of information in print media such as newspapers, magazines, newsletters, brochures that are embodied in tangible materials and digital journalism such as blogs, websites, online newspapers, social networks or any type of digital platform in which students and teachers of the Social Communication career of the Higher Education Institution Technical University of Babahoyo have access; a variety of definitions of journalism, of mass dissemination media of both traditional and print content and other concepts of interest for the development of research are mentioned; obtaining the data required for the analysis with the resource of the survey applying a questionnaire consisting of a series of questions with multiple choice answers and open and closed answers that facilitate the measurement of the variables that are expressed in quantitative mode to achieve accurate results in order to understand for sure the means by which they obtain the information provided from the written and digital press; As a result, the parametric requirements were met to fulfill the purpose of being of the research to achieve the results required to determine the means most used by the students and the faculty obtained the information.

Keywords: Analysis, mass dissemination, print media, digital media, survey.

# ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	ii
RESUMEN .....	iii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO .....	2
2.1 JUSTIFICACIÓN.....	2
2.2 OBJETIVO.....	3
2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS.....	3
Periodismo .....	3
Periodismo tradicional.....	4
Prensa Escrita .....	5
Periodismo Digital.....	8
2.4.1 Modalidad de Investigación.....	12
2.4.2 Técnicas utilizadas en la Investigación .....	13
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS .....	14
III. CONCLUSIONES .....	16
IV. RECOMENDACIONES.....	17
V. BIBLIOGRAFÍA.....	18
VI. ANEXOS .....	20

## I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio de caso tiene como objeto principal de investigación conocer cuáles son los parámetros de preferencia del periodismo digital y los medios impresos, y determinar su grado de aceptación. Esta indagación se ejecutará en los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, con un total de 368 entre estudiantes y personal docente.

Este trabajo está sustentado por definiciones de la prensa escrita, su origen, características, el lenguaje periodístico, entre otros, así como también de la prensa digital y sus cambios ocurridos a través de los avances tecnológicos. Además, cabe recalcar que dentro de la ciudad de Babahoyo existen dos medios de prensa escrita que circulan en la localidad, que son: “La Hora” y “El Río”, y por otra parte como periodismo digital “Click”, cada una de ellas como fuente de información, consulta de datos, acontecimientos de interés para la sociedad.

El problema que radica en los estudiantes y docentes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo abarca la preferencia del periodismo digital, dejando a un lado al medio impreso, esto hace que sea la causa principal para que este medio disminuya su audiencia.

Por último, la línea de investigación aplicada a este estudio de caso es el Lenguaje, Comunicación y Estilos Periodísticos, estos son factores importantes que influyen en una buena información tanto para el Periodismo Digital y el Medio Impreso, por tal motivo esto hace que la audiencia pueda comprender de manera clara y concisa lo que se va a informar.

## **II. DESARROLLO**

### **2.1 JUSTIFICACIÓN**

Este proyecto tiene la finalidad de realizar un análisis comparativo del periodismo digital y los medios impresos y su aceptación en los estudiantes y docentes de la carrera de comunicación social de la universidad técnica de Babahoyo.

Se considera este un tema de alta relevancia ya que influye en el desarrollo del medio laboral de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo porque al investigar estos dos medios facilitará saber porque medio la información es más relevante y se conocerá la aceptación que cada uno de ellos tiene al informar.

El análisis comparativo permitirá mostrar la manera que el medio impreso, el medio digital o ambos influyen en el desarrollo social, académico y laboral del alumnado considerando que el desarrollo de las ciencias tecnológicas y el acceso que las personas tienen han hecho que la labor periodística deje los métodos convencionales e integre nuevos para estar a la vanguardia de las necesidades de la sociedad.

Por medio de una encuesta se obtendrán los datos necesarios se conocerá el estado de preferencia del medio periodístico a través del cual los estudiantes y docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo interactúan con mayor frecuencia y como este influye en su desarrollo dentro de su círculo social, entorno laboral y perfil académico.

## **2.2 OBJETIVO**

Conocer los parámetros de preferencia del periodismo digital y los medios impresos, para determinar el grado de aceptación en los estudiantes y docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

## **2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS**

### **Periodismo**

En el libro “The International encyclopedia of communication” según los autores Kevin G. Barnhurst maestro de investigadores en España y América Latina y el PhD. James K. Owens, aseveran que el periodismo es:

Un conjunto de prácticas que, dentro del ámbito mayor de la comunicación, ha adquirido una condición especial a lo largo de una extensa historia que estableció una diferencia entre el intercambio de noticias y sus orígenes en la comunicación interpersonal. (Barnhurst & Owens 2008, p.2557)

El particular objetivo o razón de ser del periodismo es el comunicar a la sociedad sobre los diversos acontecimientos que ocurren en el día a día. “Los medios de comunicación tradicionales nacieron para llevar información a donde no la había. La rentabilidad generó competencia y la competencia, rapidez.” (Jaramillo Salas, 2012, pág. 43). De esta manera se sentencian la relevancia que el periodismo tiene dentro de la sociedad y su crecimiento hace que este se pueda desarrollar en diferentes ámbitos.

## **Periodismo tradicional**

Se determina a los medios tradicionales o convencionales como difusión masiva de información, caracterizada por ser una técnica social asociada a los fenómenos de la cultura masiva, siendo los canales básicos: diarios, boletines o revistas, radio y televisión, quienes difunden cierto contenido al público en general. Campos (2008) afirma:

A los medios tradicionales se les considera ejes centrales de la mediación social, de la difusión de información, de la propagación de conocimiento y del impulso democrático. Su trascendencia es incuestionable, hasta el punto de caracterizar lo que desde hace casi un siglo se denomina como sociedad mediática de masas (p.277).

Por lo que con el paso del tiempo y la importancia de satisfacer las necesidades de los receptores o usuarios surgieron varios tipos de medios de comunicación tradicional. Domínguez (2012) indica. “Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros” (p.12).

La ciencia del periodismo requiere que se cumplan con ciertos parámetros con el fin de que el contenido que es entregado al consumidor sea de calidad, de ello se destaca que la labor periodística debe ser veraz y objetiva, como atributo raíz de la profesión, “El núcleo duro de nuestra profesión ha sido siempre la veracidad, la lealtad, la independencia. La veracidad requiere hoy muchos más esfuerzos porque se han sofisticado los procedimientos de ocultación por parte de los que ejercen el poder.” (Pérez Oliva, 2018, pág. 298). De esta manera se precisa de la objetividad en el contenido de la información consultando las fuentes

adecuadas con el objeto de satisfacer las demandas de la veracidad y la independencia de la investigación.

### **Prensa Escrita**

El inventor de la prensa de imprenta fue Johannes Gutenberg, un orfebre alemán, conocido por su trabajo “La Biblia de 42 líneas” considerado la primera obra impresa con tipografía móvil. Gutenberg quería mostrar que podía elaborar un material magnífico, pudiendo además replicarlo muchas veces en un corto espacio de tiempo.

Johannes Gutenberg quería demostrar que mediante la imprenta podía elaborarse un libro tan hermoso y perfecto como los más soberbios manuscritos de la época, con la diferencia de que podían realizarse 200 copias iguales, que fue la tirada que se hizo. (Fernández Luzón, 2020)

Cuando Gutenberg y sus socios vieron el éxito del invento decidieron realizar las respectivas mejoras para poder tener resultados más satisfactorios, hasta mientras realizaba estos cambios mantenía todo en secreto. Cada uno de los cambios necesarios que se requerían con el fin de mejorar la prensa de imprenta fue verificado por Gutenberg y sus colaboradores en Maguncis. “Él mismo se cuidó de mantener sus trabajos en secreto; a sus socios les pedía, en un documento, que no enseñasen a nadie la prensa, no se sabe si para pulir espejos o fabricar libros” (Fernández Luzón, 2020).

Al crearse el diario impreso este debía cumplir con parámetros específicos a fin de que se convierta en un medio indispensable para el consumidor, tanto por razones de competencia de mercado, así como que la calidad del contenido que este posea sea confiable

para el consumidor, así Millares (2001) enseña que “Cada diario se caracterizará por un estilo muy peculiar en el que intervendrán desde los aspectos formales, el lenguaje, la ideología, la tradición cultural, las preferencias temáticas y los gustos estéticos. (p.136).

Con estas pautas que los medios impresos debían cumplir para la difusión de información masiva se evidencia cada diario estaría influenciado y se diferenciaría por la región, idioma, cultura y gusto del lector; pero conservando la veracidad, objetividad e imparcialidad propias de la rama periodística, como lo afirma el siguiente enunciado “Es recomendable que las noticias publicadas en la prensa escrita sean exhaustivas y con un tono crítico equilibrado para el potencial lector.” (Solans-Domènech, y otros, 2019) (p.100)

En la tesis doctoral de Alma Belem Trejo Arteaga, Discurso de la prensa escrita, cita al profesor universitario, escritor y periodista Bernardino M. Hernando quien expone las características que debe cumplir el lenguaje periodístico. Dentro de las cuales recalca:

- 1) “Corrección”: el lenguaje periodístico es un lenguaje no-literal próximo a la lengua coloquial culta. 2) “Concisión”: en el lenguaje periodístico es normal el predominio de sintagmas nominales para conseguir frases cortas (...). 3) “Claridad”: la eficacia y la univocidad comunicativa se consigue por el uso de verbos adecuados, en forma activa y tiempo indicativo. Hernando (como se citó en Trejo Arteaga, 2015, págs. 40-41)

Aun así a pesar de que la prensa escrita ha beneficiado a la sociedad durante mucho tiempo, gracias a la tecnología el Siglo XXI se ha visto con múltiples desventajas a raíz de la aparición del internet, dispositivos tecnológicos y medios digitales, que reducen por mucho el

lapso que el consumidor recibe la información; además que llegue a ellos más explícita porque no hay límite en cuanto a la cantidad de transmisión de datos y de modo adicional se puede adjuntar elementos multimedia que en los medios impresos es un recurso muy limitado, de entre estas desventajas Millares (2001) resalta: “El análisis de un acontecimiento por parte de la prensa escrita, incluso la diaria, siempre nos llegará más tarde. Si sólo se tratara de dar la primicia, (...), los medios impresos tendrían ya la batalla perdida de forma irreversible” (p.134).

Con todas estas desventajas los medios impresos no han desaparecido, sino que en una gran mayoría han sido forzados por factores antes mencionados a transformarse para continuar con el proceso de difundir contenido masivo. Se expresa que:

Martínez, S (como se citó en Dominguez Alvarez, 2019) Los medios tradicionales están condenados a cambiar si quieren sobrevivir. El entorno digital ha propiciado el desarrollo del periodismo participativo. Y la difusión del fenómeno ha sido tan espectacular que los viejos medios ya se han visto obligados a incorporar fórmulas participativas para superar la crisis de difusión y credibilidad en la que se encuentran sumidos. Lo hacen a cuatro niveles: con la publicación de blogs, permitiendo comentarios de los lectores, usando la blogosfera como fuente de información y solicitando la participación de los lectores en la creación de la noticia o con la aportación de pruebas documentales cuando éstos sean testigos de un acontecimiento noticioso. (p.20)

De esta manera se comprueba el cambio que el periodismo tradicional ha sufrido con respecto a la forma de difusión del contenido y con la relación a la participación para la

creación; dando la opción que el consumidor obtenga un rol de periodista haciendo que las noticias se creen y difundan de manera colaborativa.

### **Periodismo Digital**

El siglo XX trajo consigo una acelerada evolución de la tecnología y estas crearon y dieron paso a nuevos modelos de comunicación y difusión de contenido dirigido a la audiencia; para el siglo XXI desmesuradamente el periodismo sufre una continua evolución.

El periodista aprende a fusionar varios formatos. Ya no se dedica a la producción periodística, sino que combina el video, audio e imágenes. A su vez, aparece un flujo constante de datos que demandan la misma velocidad de procesamiento y socialización. Los usuarios tienen varias fuentes para su consulta. (Maldonado , Hinojosa Becerra, & Robayo, 2016, pág. 15)

En este ambiente el periodista cuenta con acceso a la interacción con su público en tiempo real valiéndose varios recursos como lo son: el video, el audio y las imágenes mediante un sitio web o medio de difusión virtual. De la misma forma esto tiene una clara ventaja contra el periódico impreso.

En los periódicos tradicionales se tiene que esperar al día siguiente para conocer un acontecimiento de gran importancia que sucede ese mismo día. Al contrario, en los medios digitales pueden actualizar la información a cualquier hora y desde cualquier parte, solo basta con tener conexión. (Maldonado , Hinojosa Becerra, & Robayo, 2016, pág. 8)

Chase Veliz (2017) indica que: “El periodismo digital constituye actualmente una nueva forma inmediata de informar a través de dispositivos multifuncionales, que facilitan el acceso a la información recibida, los contenidos noticiosos necesariamente son enriquecidos por contenidos multimedia audiovisuales: imágenes, videos, audios, y datos” (p.11).

De esta manera se deja en constancia el impacto de los medios digitales en el desarrollo de la sociedad, el tiempo de llegada del contenido al consumidor y la cantidad de detalle del contenido que el lector recibe en cada artículo; además de ello la practicidad y reducción de pasos o procesos que el contenido debía pasar hasta que llegue a manos del destinatario.

Así el periódico online se define como:

...la suma de los tres medios masivos de comunicación: radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el “periódico en línea” se convertirá en un medio de comunicación que aglutine la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el vídeo y los recursos de la infografía. En cualquier momento y en cualquier lugar, el lector puede satisfacer su necesidad de información y encontrar la imagen deseada, así como audio, cuando las condiciones físicas le impidan una lectura. (Oliva Marañón, 2014, pág. 20)

### **Características del periodismo digital**

Calderón (2017) afirma que: “Las principales características del periodismo digital como veremos a continuación son: la inmediatez y la ubicuidad, la multimedia, la personalización, la interactividad, la narrativa hipertextual y la gran capacidad documental” (p.4).

- Multimedia. “Los periódicos en línea son un ejemplo de “hipermedia” o “hipertexto multimedia”, ya que se utiliza un mayor número de códigos de comunicación (foto, texto, video, audio) y puede leerse de forma no lineal” (Calderón Berra, 2017, pág. 5).
- Interactividad. “En la actualidad el flujo de información no viaja en una dirección (...), hoy el lector puede interactuar con la información seleccionando flujos de noticias con alguna preferencia o solicitando servicios adicionales” (Calderón Berra, 2017, pág. 5).
- Inmediatez y ubicuidad. “(...), la actualización de la información en tiempo real. El contenido de un diario en internet se actualiza continuamente” (Calderón Berra, 2017, pág. 5).
- Libertad de información. “Actualmente internet garantiza información gratuita. De hecho, a diferencia de la radio y la televisión, limitar el contenido en internet es difícil, ya que es casi imposible evitar que todos los usuarios publiquen contenido en la red” (Calderón Berra, 2017, pág. 5).

Además de otras características con las que debe contar el texto, las cuales se recalcan a en el trabajo de investigación de Gallardo (año), quien manifiesta

- Hipertextualidad: “hipertexto al texto que va más allá de lo que se ve, el hipertexto supondrá saltar del texto al texto”.

- **Multimedialidad:** “capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres elementos: texto, imagen y sonido”.
- **Inteartividad:** posibilita que el usuario interaccione con la información que se le presenta través del cibermedio, es decir que el usuario se convierte en un ente activo, participativo, que tenga la posibilidad de intercambiar opiniones ideas, a través de la información que recibe ya que ahora él tiene la oportunidad de elegir el itinerario hipertextual, navegando a través de los enlaces. Salaverría (como se citó en Gallardo Salvador, 2012, p. 17)

Con las superioridades de este medio de difusión masiva se evidencia el impacto que los medios de comunicación han sufrido por la constante evolución de la tecnología y el fácil acceso que las personas tienen a esta. Siendo así que:

Según los informes de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), de la empresa Información y control de publicaciones SA (<http://www.ojd.es/>), y el informe de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (Observatorio mensual de la prensa diaria), la prensa atraviesa una crisis severa como modelo de negocio, y aunque el periodismo digital no termina de afianzar su rentabilidad, las ventas y suscripciones indican que cada vez menos personas pagan por leer un periódico o revista en papel. (ARBOR, 2016, pág. 4)

### **Prensa escrita en Babahoyo**

En la ciudad de Babahoyo existen dos medios de prensa escrita que circulan en la localidad, que son: “La Hora” y “El Río”, a través de los cuales la ciudadanía conoce de los acontecimientos ocurridos a nivel local, regional, nacional e internacional.

El Diario “el Río” fue fundado en noviembre del 2016 bajo la dirección de la Sociedad Anónima constituida legalmente desde 1974. La Redacción de Ediasa, está a cargo del material o contenido periodístico de este prestigioso diario. Para cumplir con las normas, reglas, estatutos y principios Medios Ediasa se rige bajo los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación. “En concordancia con lo que dispone la Ley Orgánica de Comunicación en su artículo 9.- “Códigos deontológicos”, Medios Ediasa han laborado observando una ética profesional definida al respeto de los derechos ciudadanos” (EDIASA, s.f.).

### **Prensa digital en Babahoyo**

En cuanto al periodismo digital en la ciudad Babahoyo se encuentra “Click” un medio de Comunicación Autónomo de Los Ríos creado en el año 2015, conformado por un equipo de profesionales expertos con lo que respecta al área comunicativa.

Click.com.ec es un periódico virtual independiente, cuya principal misión consiste en informar sobre los acontecimientos en la ciudad, el país y el mundo, de manera oportuna, imparcial, veraz, con la mayor honestidad intelectual, y suministrar, además, opinión, entretenimiento y servicios. (Click, s.f.)

## **2.4 TÉCNICAS APLICADAS**

### **2.4.1 Modalidad de Investigación**

En el presente trabajo de investigación se empleó la metodología cuantitativa, con el fin de realizar el análisis comparativo de las variables de estudio la prensa escrita y el periodismo digital. También se utilizó la cualitativa, el cual esta dará información más detallada en referencia a estos medios.

## 2.4.2 Técnicas utilizadas en la Investigación

La técnica a utilizar en el estudio de caso es la encuesta, debido a que es uno de los procedimientos de investigación con un factor de relevancia al obtener resultados más veraces. Este cuestionario diseñado con tres preguntas realizada a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Babahoyo, con el fin de conseguir información más concisa sobre las variables objeto de estudio.

Por lo tanto, con un universo de 348 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de los cursos Primero a Octavo semestre de la Universidad Técnica de Babahoyo, se elaboró la fórmula para obtener la muestra, con un margen de error del 5%.

En donde:

(N) tamaño de la población: 348

(Z) nivel de confianza: 1,96

(p) probabilidad esperada: 50%

(q) probabilidad de fracaso: 50%

(e) error: 5%

Remplazando los valores se obtiene el siguiente resultado:

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

$$n = \frac{348 \cdot 1,96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.05^2 \cdot (348 - 1) + 1,96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

$$n = \frac{334,22}{1,83} = 183$$

Aplicando la fórmula se obtiene que el tamaño de la muestra para aplicar el cuestionario de encuestas es de 183 estudiantes.

Como método cualitativo se utilizó la entrevista, lo cual permite tener información más coherente y precisa para analizar la preferencia, pros y contras y los avances que tienen estos medios. Entrevista estructurada con tres preguntas abiertas para los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo.

## **2.5 RESULTADOS OBTENIDOS**

Para este proyecto se realizó una encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, para conocer de manera detallada las diferencias y similitudes de estos dos medios de comunicación.

### **1.- ¿Por cuál de estos medios usted se informa habitualmente?**

Dado los resultados mediante la encuesta realizada se conoció que un alto porcentaje manifestó que se informan mediante los medios digitales, es decir el 87% de la muestra, por lo que se determina que el medio digital es uno de los canales principales para mantenerse informado, mientras que el 13% anunciaron que prefieren el medio impreso.

### **2.- Según los siguientes parámetros cuál es su opinión sobre la calidad informativa de estos dos medios.**

La mayoría de los encuestados indican en un alto porcentaje en los parámetros de concisión, claridad, corrección e inmediatez del medio impreso son muy malos, mientras que en el periodismo digital son muy buenos; a diferencia de la veracidad en ambos medios es

muy buena. Debido a que las personas requieren que la información transmitida sea certera en cuanto a los sucesos a nivel local, nacional y mundial.

### **3.- ¿Qué otro parámetro le agrada de su medio por el cual se informa?**

Siendo esta una pregunta abierta los resultados fueron los siguientes: para el periodismo digital el parámetro de interactividad obtuvo un alto porcentaje de aceptación del 53% por parte de los estudiantes, por lo que este parámetro hace que sea dinámico tanto como el usuario y el medio tenga una participación; el 34% escogieron multimedialidad como uno de los parámetros para la información digital debido a que pueden ver, escuchar entre otras combinaciones de multimedia y tener un amplio conocimiento de lo que se está informando y el 13% eligieron la entrega masiva que hace referencia al medio impreso por ser un medio tangible.

### **III. CONCLUSIONES**

- Se concluye que los estudiantes y docentes acceden a la información del día a día a través del periodismo digital convirtiéndola en el medio de mayor aceptación, debido al contenido multimedia (foto, audio y video), por lo que la prensa escrita ha sufrido una alta caída de favoritismo por parte de los usuarios.
- Se establece que el periodismo digital es elegido por los lectores debido al uso del lenguaje coloquial, es decir, conciso y claro en la redacción de las noticias, mientras que la prensa escrita es rígida en su escritura técnica, haciendo más formal.
- Se determina que el periodismo digital capta la atención en los estudiantes y docentes debido a que permite que la información llegue de forma inmediata e interactiva, es decir, está constantemente activo y logra que cada minuto publique las noticias al instante, al contrario, en la prensa escrita hay que esperar su reproducción del día siguiente.
- Los estudiantes y docentes prefieren el periodismo digital porque tienen acceso a aparatos tecnológicos y cuentan con navegación, mientras que el medio impreso tiene un valor y no está al alcance de ellos.

#### **IV. RECOMENDACIONES**

Habiendo obtenido los resultados he indicado las conclusiones del proyecto, se recomienda:

- Aplicar los principales parámetros del lenguaje periodístico al momento de desarrollar el contenido, tanto en el medio impreso como en el periodismo digital a fin de obtener datos veraces, coherentes, claros y concisos que permitan al receptor informarse de los acontecimientos, sin que se altere la verdadera noticia.
- Al momento de obtener la información se realice la investigación necesaria de fuentes oficiales para evitar noticias falsas o sin fundamento teórico, con el fin de difundir el evento noticioso basado indagaciones científicas, a fin de lograr una comunicación efectiva dentro del periodismo digital.
- Que los conocimientos que se impartan a los futuros periodistas aprendan de las múltiples formas de publicar una noticia de forma coherente y veraz con soporte digital a fin de estar a la vanguardia de los cambios en esta nueva era digital y conocimientos y posean mejor experiencia cuando se enfrenten al mundo laboral.

## V. BIBLIOGRAFÍA

- ARBOR. (2016). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y REALIDAD AUMENTADA, UNA ASOCIACIÓN CON FUTURO*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3989/>
- Barnhurst, K. G., & Owens, J. (2008). *The International encyclopedia of communication* (Vol. 6). (W. Donsbach, Ed.) Wiley-Blackwell.
- Calderón Berra, S. M. (14 de Noviembre de 2017). *Cámara de Diputados*. Obtenido de Cámara de Diputados: [https://www.google.com/search?q=Periodismo+digital+o+ciberperiodismo+Santiago+Michele+Calder%C3%B3n+Berra&rlz=1C1CHZL\\_esEC751EC756&oq=Periodismo+digital+o+ciberperiodismo++Santiago+Michele+Calder%C3%B3n+Berra&aqs=chrome..69i57&sourceid=chrome&ie=UTF-8#](https://www.google.com/search?q=Periodismo+digital+o+ciberperiodismo+Santiago+Michele+Calder%C3%B3n+Berra&rlz=1C1CHZL_esEC751EC756&oq=Periodismo+digital+o+ciberperiodismo++Santiago+Michele+Calder%C3%B3n+Berra&aqs=chrome..69i57&sourceid=chrome&ie=UTF-8#)
- Campos, F. F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Chase Veliz, N. P. (2017). *PERIODISMO DIGITAL Y MILLENNIALS: la preferencia de los millenials por los contenidos digitales en los medios online, en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador*. Tesis de grado, Universidad Central del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9002/1/T-UCE-0009-667.pdf>
- Click. (s.f.). *Click*. Obtenido de Click: <http://www.click.com.ec/quienes-somos/>
- Díaz Nosty, B. (2013). *La prensa en el nuevo ecosistema informativo*. España: Ariel.
- Dominguez Alvarez, N. J. (2019). *Impacto de los medios digitales en la prensa escrita tradicional de la ciudad de Babahoyo*. Tesis de grado, Babahoyo. Obtenido de [dspace.utb.edu.ec: http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6304/1/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000140.pdf](http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/6304/1/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000140.pdf)
- Domínguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva* (Primera ed.). (E. Durán Valdivieso, Ed.) Estado de México: Red Tercer Milenio S.C.
- EDIASA. (s.f.). *El Diario.ec*. Obtenido de El Diario.ec: <http://www.eldiario.ec/ediasa/la-etica-del-periodista>
- Fernández Luzón, A. (10 de Enero de 2020). *HISTORIA NATIONAL GEOGRAPHIC*. Obtenido de HISTORIA NATIONAL GEOGRAPHIC: [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/gutenberg-inventor-que-cambio-mundo\\_11140/1](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/gutenberg-inventor-que-cambio-mundo_11140/1)
- Gallardo Salvador, A. P. (2012). *PERIODISMO DIGITAL: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA PRENSA*. Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8291/10.C03.000137.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

- García Martínez, A. (2015). *eprints*. Obtenido de eprints: <https://eprints.ucm.es/53126/1/5309866665.pdf>
- Jaramillo Ángel, C. P. (9 de Junio de 2015). *researchgate.net*. Obtenido de researchgate.net: [https://www.researchgate.net/publication/291170818\\_Editorial\\_LA\\_PRENSA\\_ESCRITA\\_Y\\_LA\\_COMUNICACION\\_EN\\_SALUD](https://www.researchgate.net/publication/291170818_Editorial_LA_PRENSA_ESCRITA_Y_LA_COMUNICACION_EN_SALUD)
- Jaramillo Salas, E. (2012). *PERIODISMO DIGITAL*. Quito: Quipus.
- Maldonado , M., Hinojosa Becerra, M., & Robayo, C. E. (2016). *Los inicios en el periodismo digital*.
- Miralles Lucena, R. (2001). La prensa escrita ante el desafío de los nuevos medios. *Comunicar*(16), 131-139. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15801619.pdf>
- Oliva Marañon, C. (2014). EL PERIODISMO DIGITAL Y SUS RETOS. *Revista de Ciencias Sociales*.
- Pérez Oliva, M. (2018). *La profesión periodística. Cambios, necesidades y organización*.
- Portal Educativo. (06 de Abril de 2012). *PortalEducativo* . Obtenido de PortalEducativo: <https://www.portaleducativo.net/sexta-basico/438/Medios-de-comunicacion-radio-prensa-television>
- Solans-Domènech, M., Millaret, M., Radó-Trilla, N., Caro-Mendivelso, J., Carrion, C., Permanyer-Miralda, G., & Pons, J. (2019). Exhaustividad y tono crítico de las noticias en la prensa escrita que informan de una innovación médica. *Gaceta Sanitaria*, 99-105.
- Trejo Arteaga, A. B. (2015). *El discurso de la pobreza en la prensa escrita*. Sevilla. Recuperado el 25 de enero de 2020, de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/30412/TESIS%20DOCTORADO%20PERIODISMO%20%28ALMA%20TREJO%29%20VERSI%c3%93N%20PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

# ANEXOS

## Encuesta para estudiantes

1.- ¿Por cuál de estos medios usted se informa habitualmente?

a) Digital \_\_\_\_\_

b) Impreso \_\_\_\_\_

2.- Según los siguientes parámetros cuál es su opinión sobre la calidad informativa de estos dos medios.

Parámetros	Medio impreso					Periodismo digital				
	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala
Concisión										
Claridad										
Corrección										
Inmediatez										
Veracidad										

3.- ¿Qué otro parámetro le agrada de su medio por el cual se informa?

---

## **Preguntas para Entrevista**

- 1. Actualmente la mayor parte de la sociedad opta por utilizar los medios digitales como medio de comunicación y obtención de información en vez de los medios impresos. ¿A qué cree que se debe esto?**
- 2. ¿Qué pros y contras considera que presenta el periodismo digital en comparación con el medio impreso?**
- 3. Según su opinión, ¿Cómo afecta el avance del periodismo digital a los medios impresos?**

## **Entrevista realizada a las Master Leticia Becilla**

**1.- Actualmente la mayor parte de la sociedad opta por utilizar los medios digitales como medio de comunicación y obtención de información en vez de los medios impresos.**

**¿A qué cree que se debe esto?**

Sabemos que en la actualidad una parte de la sociedad se informa por los medios digitales, esto por motivo de que el ser humano ya cuenta con un dispositivo electrónico y ha dejado a un lado el medio impreso ya sea por algunos de los casos como lo es su costo o por lo que la tecnología va avanzando a diario.

**2.- ¿Qué pros y contras considera que presenta el periodismo digital en comparación con el medio impreso?**

Uno de los pros que presenta el periodismo digital es su inmediatez porque constante actualiza información de lo que sucede, también su forma de redacción que utiliza un lenguaje que la audiencia puede comprender y por último su multimedialidad. Su desventaja principal es que no todo lo que se publica es veras, pero aun así no dejamos de infórmanos por este medio.

**3.- Según su opinión, ¿Cómo afecta el avance del periodismo digital a los medios impresos?**

Para nadie es oculto los cambios que se están dando en la actualidad y esto hace que el periodismo digital afecte en gran parte al medio impreso dejándolo por un nivel bajo de consumo, sin dejar a un lado que la tecnología ira avanzando a diario y esto puede provocar el desaparecimiento del medio impreso.

## Realizando encuesta a estudiantes de la carrera Comunicación Social





## Entrevista a la Docente



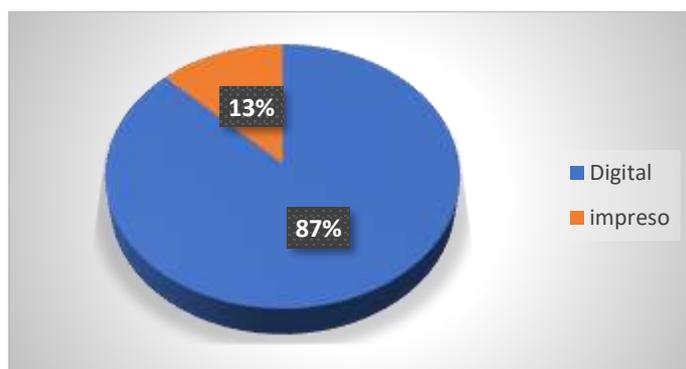
### Tabulación y Grafica de los resultados

1. ¿Por cuál de estos medios usted se informa habitualmente?

*Tabla 1 Obtener información*

<b>Alternativas</b>	<b># de personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Digital	160	87%
Impreso	23	13%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 1 Obtener información**

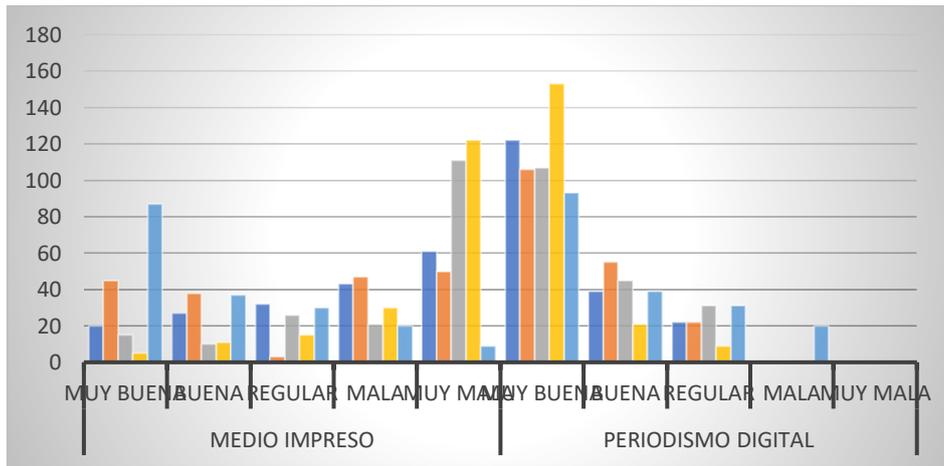


2.- Según los siguientes parámetros cuál es su opinión sobre la calidad informativa de estos dos medios.

**Tabla 2 Parámetros Medio Impreso y Periodismo digital**

Parámetros	Medio Impreso					Periodismo digital				
	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	Muy Buena	Buena	Regular	Mala	Muy Mala
<b>Concisión</b>	20	27	32	43	61	122	39	22	0	0
<b>Claridad</b>	45	38	3	47	50	106	55	22	0	0
<b>Corrección</b>	15	10	26	21	111	107	45	31	0	0
<b>Inmediatez</b>	5	11	15	30	122	153	21	9	0	0
<b>Veracidad</b>	87	37	30	20	9	93	39	31	20	0

**Gráfico 2 Parámetros Medio Impreso y Periodismo digital**



**3.- ¿Qué otro parámetro le agrada de su medio por el cual se informa?**

**Tabla 3 Otros parámetros**

Alternativas	# de personas	Porcentaje
Interactividad	97	53%
Multimedia	63	34%
Entrega masiva	23	13%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 3 Otros parámetros**

