



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**PERIODISMO AMARILLISTA Y SENSACIONALISTA ANÁLISIS EN
MEDIOS DIGITALES. “PLATAFORMA DIGITAL FACEBOOK”**

AUTORA:

LISSETE EVELIN ALMEIDA CRESPO

TUTOR:

CARLOS SÁNCHEZ VIDAL MSC.

BABAHOYO – ECUADOR

2021

I. INTRODUCCION

Las tecnologías avanzan a grandes pasos y no esperan, es así como el periodismo se vio en la necesidad de emigrar al mundo del internet. Los tres grandes del periodismo la radio, prensa escrita y la televisión dejaron de informar a sus radioescuchas, lectores y televidentes de la manera tradicional para empezar hacerlo digitalmente.

Los medios de comunicación se vieron en la necesidad de acceder a las plataformas digitales para mantener de esta forma contacto con sus seguidores y a la vez informarlos, utilizando las distintas plataformas sociales. En este estudio de caso analizaremos el periodismo amarillista y sensacionalista en los medios digitales.

En la búsqueda de obtener mayor audiencia muchos son los medios de información que recuren a utilizar las herramientas del periodismo amarillista y sensacionalista para así lograr captar más la atención de los internautas, con titulares llamativos y escandalosos causando el morbo entre sus lectores, pero a su vez mayor aceptación y popularidad en esta red social.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo investigativo pretende realizar un análisis del periodismo amarillista y sensacionalista en medios digitales, la tecnología crece a pasos agigantados y el internet hoy en día es el mayor aliado para los medios de comunicación.

Los seres humanos siempre están en la constante búsqueda de la innovación en lo que a tecnología respecta es así como los tres gigantes de la comunicación la prensa escrita, radio y tv se ven en la necesidad de migrar al mundo digital, difundiendo su información a través canales digitales los mismo que son hoy en día un conector de información para los usuarios. El periodismo digital no es otra cosa que información difundida a través de los diferentes canales y plataformas digitales, que mantiene informada a los usuarios en tiempo real.

La información que se brinda a través de los medios digitales si bien es cierto informa de una manera mucho más rápida y eficaz al momento de informar en comparación de los medios tradicionales, pero ciertos medios digitales suelen caer en el sensacionalismo para ganar así la atención de los cibernautas.

Medios de información que presentan sus hechos o noticias de modo que produzcan un impacto al momento de leer el titular, incentivando el morbo, resaltando la violencia, y resaltando las vanidades humanas. Siendo así también las más consumidas ya que son fuente de entretenimiento por sus notas exageradas y distorsionadas donde en más de una ocasión sus titulares suelen caer en falasea.

2.2 OBJETIVO

Analizar el periodismo amarillista y sensacionalista en los medios digitales

2.3 SUSTENTO TEÓRICO

Periodismo tradicional

Para el Dr. José Luis Martínez Albertos catedrático emérito de periodismo y profesor de la Universidad Complutense de Madrid, UCM considera que el periodismo tradicional siempre estará en peligro de extinción pero que no desaparecerá porque constantemente tendrá algo con lo que vincularse al público “El periodismo tradicional es una técnica social fuertemente vinculada a los fenómenos propios de la cultura de masas, mass medias.” (ALBERTOS, 2002, págs. 2-4).

Nace un nuevo entorno para los medios de comunicación tradicionales, las tecnologías han revolucionado el sector de la comunicación adaptando así nuevos espacios en la red para los consumidores, donde el internet es la nueva herramienta para alcanzar a este nuevo público “Todo ello está provocando desde aproximadamente 1995 una profunda transformación del periodismo y en general la forma en que los humanos nos comunicamos e intercambiamos información” (NOCI, 2010, págs. 595-601).

La prensa radial, escrita y televisiva permiten comunicarse con masas, pero de una forma unidireccional es decir que no recibe una respuesta por parte de la audiencia. La migración de la prensa digital se dio hace varios años según (creativen, 2019) los medios tradicionales siguen siendo ellos mismo, pero a través de otros canales, esto es posible gracias a los usuarios y la forma en la que desean consumir el contenido. “La necesidad de sobrevivir los llevo adaptarse a otros conceptos”

Clasificación de los medios tradicionales

(MARTIN, s.f.) la revista digital Ceupe Magazine clasifica a los medios tradicionales en: radio, prensa escrita y televisión. Los mismos que manejan una formula general y básica dentro del proceso de comunicación, siendo el emisor el medio que se

encarga de enviar o transmitir el mensaje, receptor vendría a ser el radio escucha, televidente o lector.

Como un medio de comunicación masivo la radio permite que haya cierto tipo de interacción con sus radioescucha de la cual está bajo la responsabilidad de los encargados de la transmisión, ya que de manera que se puede lograr una dinámica informativa, se necesita de una planificación para que se lleve a cabo con éxito una radio difusión; y a esto se lo definirá como “Un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y los sonidos” (León, 2016).

Prensa escrita es un conjunto de publicaciones periódicas que tiene como objetivo informar sobre los diversos temas de actualidad e interés social (Sauca, 2016) “La prensa escrita ha sido una herramienta para informar y para desinformar usada por diferentes actores sociales en todos los campos sociales ya sea a favor o en contra”

Medios digitales

Los medios digitales son espacios en los que se genera un intercambio de información y entre usuarios y creadores de contenido digitales, según la revista digital Asomedios considera que hoy con la globalización y la llegada del internet dio espacio a nuevos sitios de información más accesibles, económicos ha permitido un ensanchamiento geográfico de ideas e información.

“La tecnología tiene a factores ampliamente relacionados con el mundo de la comunicación. estos permiten que las informaciones lleguen a tener un mayor alcance para mucha más gente siendo más rápida y desde una gran variedad de plataformas” (Zola Desing , s.f.)

El periodista Ecuatoriano, docente e investigador de estrategias comunicacionales José Rivera Costales en su publicación para la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui define que los medios digitales “Mas que eso se convirtió en un dilema para informar a diversos públicos y así llegar con contenidos nuevos a miles y miles de

usuarios” además argumenta que no hay duda que son medios distintos a sus predecesores, pero que no significa que hayan alcanzado su nivel máximo de evolución, al contrario de los cibermedios los cuales se encuentran en constante desarrollo y con mayor adopción por parte de los usuarios. (Costales, 2013).

Ciberperiodismo o periodismo digital

El ciber periodismo no es otra cosa más que información que es transmitida a través de los distintos medios o plataformas digitales que actúan a su vez como un puente de conexión entre el usuario y el medio de comunicación y es así como (Acosta, 2020) María José Del Castillo Acosta escritora del medio digital Media Lab escribió para el portal web que “El ciberperiodismo es una manera de hacer periodismo gracias a las herramientas que nos brinda hoy la tecnología, no se trata únicamente de periódicos o revistas digitales”.

La maestra Cecilia Sada, quien es docente en la Escuela de comunicación de la Universidad Panamericana de la Ciudad de México brinda la siguiente definición de lo que ella considera ciberperiodismo y como satisface las necesidades de la audiencia (Sada, 2020).

“El ciberperiodismo es el proceso de investigación, edición y difusión del material informativo, interpretativo y opinativo principalmente para internet o ciberespacio, implica la fusión de los valores tradicionales del periodismo como la objetividad, veracidad y equilibrio, con el uso de las más recientes tecnologías para satisfacer las necesidades de la audiencia”

En su reflexión (Noci, 2007) determina varias características a la hora de definir al ciberperiodismo, pero resalta una que la definiéndola “Como un fenómeno relativamente joven pero que llego para quedarse” el internet es una red que se ha extendido cada vez más llegando a usuarios que son consumidores del periodismo digital.

(Cabrera M. A., 2006) María de los Ángeles Cabrera, profesora de periodismo de la Universidad de Málaga afirma que “Nos hallamos ante el nacimiento de un medio nuevo que es el resultado de los nuevos avances tecnológicos” según Cabrera se trata de un medio dotado de un lenguaje propio y que presenta una característica tanto a nivel de comunicación como de contenidos.

Características del periodista digital

Según el periodista Crithian Pastran escritor del portal web Iebs son 10 las cualidades que todo periodista digital debe tener. Un periodista digital no tiene las mismas habilidades que uno tradicional por eso debe actualizar sus conocimientos constantemente.

- Debe tener creatividad e innovación ya que el contenido que se cree puede estar posiblemente en otro portal web se debe destacar y agregarle un valor añadido los que se pueden hacer a través del storytelling y la narrativa Transmedia.
- Debe ser un generador de debates al momento de publicar una noticia tiene que estar atento a la reacción que suscite entre los usuarios.
- Content curator disponer de una base de datos amplia y sobre todo ordenada, siempre que estas sean fuentes de información verificada.
- Social media ya que las redes sociales son las mejores aliadas para el periodista digital. Debe estar al tanto del buen manejo y uso de las distintas redes sociales.
- Social Listen saber escuchar todos los usuarios pueden opinar, compartir información o incluso contribuir a la propia noticia que generemos.

- Multimedia el periodista digital trabaja con diferentes formatos y crea diferentes contenidos en muchas ocasiones el mismo graba, edita y redacta la noticia.
- Es Analítico sobre todo con el bombardeo de noticias a cada instante en internet debe saber interpretar, gestionar y seleccionar los mejores datos.
- Early adopter los periodistas digitales trabajan constantemente con nuevas tecnologías así que además de manejarlas deben estar al tanto por si surge alguna nueva.
- Trabajar con autonomía es otra de las cualidades que debe tener el periodista digital para así ofrecer sus servicios a las diferentes plataformas, medios e incluso empresas.

(Christian pastrana, 2020) Los medios de comunicación evolucionaron y los periodistas junto con ellos comunidades y las redes sociales son los mejores aliados para el periodista digital.

Ética en el periodismo

Según la Asociación de Academias de la Lengua Española define en el diccionario de la RAE la palabra ética como un conjunto de normas morales que rigen la conducta en cualquier ámbito de la vida profesional denominado ética profesional (Española, s.f.).

Es así que Maidana (Maidana, 2005), define:

Como un conjunto de principios ordenados sistemáticamente acerca del comportamiento moral; que en la mayoría de su parte moral esta constituida por un conjunto de normas y reglas de acción que regulan las acciones que tienen los individuos que están inmersos en una sociedad que los acepta libremente, sujetas a transformación y

variación histórica. La ética no debe ser un instrumento de control, censuras y prohibiciones o sanciones si no que pertenece al reino de la libertad, de la autonomía, y de la autenticidad. Es un acto libre porque compromete a las elecciones y decisiones.” (pág. 59).

La ética en la vida profesional es esencial para el desempeño de la labor al diario, Pero a la final es el ser humano quien escoge las reglas morales y sociales que quiere llevar consigo. El profesional del periodismo debe poseer actitudes y poner toda su pasión para aproximarse a la realidad y contarla con la mayor calidad posible. Considero que la esencia del periodista se ve reflejada en tres características que son la ética, la vocación y la formación profesional.

Por lo tanto “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad” (Blázquez, 2000, pág. Pag. 151) el periodista debe tener una clara vocación mediante el trabajo diario con ética y credibilidad, debe propiciar una adecuada libertad responsable; es decir debe ir acompañada de la verdad y del mismo modo respeto a la verdad.

(ANDRADE, 2016) considera que la ética “Es un valor esencial para el trabajo diario, es un factor clave que genera confianza” entre los valores éticos dentro del periodismo se destacan los siguientes:

- **La libertad:** Es el derecho que tiene cada persona de elegir la forma en la que decide actuar expresar sentimientos, ideas y emociones bajo su responsabilidad.

“La libertad se forma como instrumento que permite el intercambio libre de ideas y funciona como ente fortalecedor de los procesos democráticos a la vez que otorga a la ciudadanía una herramienta básica de participación” (María Paz Ávila Ordoñez, 2011, pág. 18).

- **Responsabilidad:** Para asumir los errores y consecuencias de los buenos o malos actos, del mismo modo es desempeñar las obligaciones que tenemos.

“Podemos definir como una persona responsable aquella que asume las consecuencias de sus actos intencionados, de tal modo que los demás quedan beneficiados lo más posible o, por lo menos, no perjudicados; preocupándose a la vez de que las otras personas en las que pueden influir hagan lo mismo”. (Caixa, 2012).

- **La verdad:** La verdad está asociada con los principios éticos en la vida de cualquier ser humano por lo tanto es considerada como el reflejo de sus actos personales y profesionales.

La palabra verdad es usada mucho para referirse a una persona honesta, sincera y de buena fe, una persona en la que puedes confiar. La verdad es lo que define lo real de lo falso, algo verdadero es algo que puedes comprobar. El ser honesto es cumplir con lo que ofreces “La verdad los hará libres” es una frase que encaja perfectamente ya que con la verdad podrás distinguir el bien del mal y ser mejor persona. (ADMIN, 2014).

Principios de Gabriel García Márquez sobre el Periodismo

Los principios del periodista y se ven reflejadas en la forma de presentar la noticia. A lo largo de los años varias han sido las definiciones otorgadas a la palabra ética y a su vez también cuestionada por los profesionales al momento de redactar la noticia es así como Gabriel José de la Concordia García Márquez escritor y reconocido periodista colombiano define al periodismo como “El mejor oficio del mundo” y resalta que “ La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como un zumbido de moscardón” (Chasqui, 2007).

Para Mabel Lara periodista y ganadora de seis premios India Catalina y un premio de periodismo Simón Bolívar en una entrevista resalta la importancia de la ética y el valor que García Márquez le otorga (Lara, 2020) “Los periodistas sí que tenemos que tener claro ese principio de Gabo nosotros no podemos alejarnos de nuestro deber ser, el

servicio público y todo eso pasa por una columna vertebral que es la ética creo que la ética es la esencia del periodismo”

El diario El Mundo de la ciudad de España publicó una entrevista realizada a Gabo donde el periodista Pablo Márquez denota que fue un escritor, periodista, corresponsal, jefe de redacción y periodista de agencias de noticias. Es así como resalta una de sus frases “La primera función del periodismo es la verdad porque vivimos en un mundo lleno de mentiras” (Márquez, 2019)

Según María José Evia H periodista y escritora dentro del mundo periodístico la frase que catapultó los principios periodísticos según Gabo fue: (H, 2014)

“Para ser periodista hace falta una base cultural importante, mucha práctica y también ética”.

Para Mabel Lara, Gabriel dejó a las nuevas generaciones de periodistas la reflexión de poder crear noticias con responsabilidad teniendo presente la veracidad al momento difundirla “Creo profundamente que la intención de Gabo de invitarnos a reflexionar sobre el día a día del periodista y la importancia de contar historias para la gente” (Lara, 2020).

Periodismo Amarillista y sensacionalista

El concepto de periodismo amarillismo aparece presentando un tipo de noticias con titulares exagerados, llamativos, y escandalosos para obtener más ventas. “La prensa amarilla resalta el morbo e incentiva a la violencia y banaliza la vida social” (Macassi Lavander, marzo 2002).

La Real Academia Española define al amarillismo así “Sensacionalismo, como lo practica la prensa amarilla” (ESPAÑOLA, s.f.).

Por lo tanto, el sensacionalismo se trata de aquel estilo que tienen ciertos periodistas al momento de escribir la noticia “Sensacionalista es quien se dirige solo a los sentidos o sensaciones particularmente al oído o a la vista” y apuestan al sensacionalismo; es decir que crean sensaciones y emociones con el material que presentan (Florencia Berti, 2010, pág. 45).

Es evidente su influencia en los noticieros, revistas o programas periodísticos como también en otros géneros audio visuales. Este tipo de prensa cumple básicamente con dos funciones, sirve para que sea comprada y consumida por sus lectores y también para ser mirada por sus titulares.

“Este método surgió como una respuesta a una realidad social, es decir, se tuvo que acudir a mecanismos de atención para captar a los lectores. Si bien los temas simples no impactan y no atraen público por ello hay que ponerle una pizca de emocionalidad según estipula este método que se tachado como un acto inmoral por la sociedad que lo sigue consumiendo en los medios de comunicación” (Maya, 2017).

La prensa sensacionalista y amarillista ha cruzado fronteras estableciéndose hoy en día en la prensa escrita como lo es la televisión y la radio. Para los periodistas Javier Darío Restrepo y María Teresa Herrán escritores del libro “*Ética para periodistas*” definen el sensacionalismo como una manipulación y engaño hacia las personas.

“El periodismo que incita al sensacionalismo no hace más que crear una distorsión interesada de la noticia, que involucra la manipulación y el engaño y por tanto crea la burla de la buena fe de las personas” (Herrán, 1995).

El premio a la literatura Jorge Mario Pedro Vargas Llosa reconocido periodista, novelista y ensayista deplora públicamente la incursión del periodismo amarillista y sensacionalista de la cual se sirven muchos medios hoy en día. Durante un discurso frente a la SIP Sociedad Interamericana de prensa.

“Prensa ligera e irresponsable, que ha cautivado a los lectores del mundo entero. Cada vez es más difícil discernir el periodismo serio del periodismo amarillista y sensacionalista” (Hemisferios, 2011, pág. 7).

Inicialmente se creía que la prensa amarillista y sensacionalista es consumida por personas de bajo nivel social o menos instruidos académicamente. El amarillismo no conoce de clases sociales es consumido por albañiles hasta políticos de las más altas esferas, así lo argumenta Erick Torrico Villanueva licenciado en ciencias de la comunicación de la universidad Católica Boliviana.

“Se habla de comunidades enteras donde trascienden las clases sociales y el grado de instrucción no significa nada a todo esto lo podemos llamar cultura de transgresión y la horizontalidad” (Florencia Berti | Laura Ceballos | Ignacio Cicciaro y Ximena Puccio | Stella Dottavio, 2010).

No solo se distorsiona la verdad y exageran sus títulos, se volvió común encontrar titulares como “Salió a la panadería a comprar pan y le dieron pan - pan” acompañados de imágenes que ocupan toda la portada y en su mayoría sangrientas, es el la prensa amarillista y sensacionalista un riesgo para el periodismo.

“Titulares estrambóticos todos ellos acompañados de imágenes sangrientas, prestándose así a una flagrante violación de la dignidad humana y el respeto por las víctimas, familiares e intimidad (...) Incluso cuando los vinculados a un hecho delictivo son menores de edad los tabloides retratan en sus páginas a los niños y jovencitos destacando así la forma flagrante de integridad que la Ley ordena para estos casos” (Cabrera I. I., 2012)

Medios de comunicación social

Los medios de comunicación social no son otra cosa que instrumentos para la difusión de información u opiniones a través de las diferentes plataformas digitales, habitualmente se usa el termino medios de comunicación social porque este hace referencia a la comunicación en masas.

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador cita en su Art. 3 el contenido comunicacional, definiéndolo como aquel contenido que se difunde o intercambia mediante los medios sociales:

“Para efectos de esta ley, se entenderá a todo tipo de contenido de información u opinión que se produzca, reciba, difunda o intercambia a través de los medios de comunicación social” (Nacional, 2019, pág. 3).

Los medios de comunicación sociales o también conocidos como *Social Media* hoy en día son un puente de conexión entre el usuario y la información ya que estas son plataformas en línea de acceso gratuito. Para el usuario es fácil enterarse lo que esta sucediendo al otro lado del mundo en segundos o minutos todo esto es gracias las redes; es así como la ley orgánica de comunicación cita en su titulo I en el Art. 5 a los Medios de Comunicación Social:

“Para efecto de esta ley se considera medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión que prestan servicios de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y video por suscripción, cuyos contenidos deben ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet” (Nacional, 2019, pág. 3).

Las social media llegaron para cambiar el modo de vida de las personas y con ello la difusión y consumo de información es así como lo definen Francisco Campo, José Rúas, Xosé López y Valentín Martínez en su *Análisis del impacto de las redes sociales en el periodismo*.

“Los medios tradicionales evolucionaron y las técnicas informáticas para reinventarse continuamente nunca la innovación fue tan simple y sencilla, potenciando así la interacción social masiva, donde los seres humanos tienen una mayor interacción con los medios de comunicación y redes sociales” (Campos-Freire, 2016, págs. 449-457)

Facebook

Las redes sociales como Facebook y Twitter fueron creadas en la época de la *Web 2.0*. Son las más utilizadas. Actualmente estas son las plataformas digitales más manejadas por los cibernautas al momento de buscar información y difundirla. Dos redes sociales que tienen un alcance extraordinario llegando a millones de personas, en segundos o minutos logran hacer viral una publicación.

Facebook fue creada exclusivamente para los estudiantes de la Universidad de Harvard en el año 2004 por los estudiantes Mark Zuckerberg, Chris Hughes, Dustin Mokovitz, Andrew McCullum y Eduardo Saverin. Cinco jóvenes que vieron la necesidad de comunicarse entre compañeros de su universidad y saber acerca de sus vidas personales, tanta fue la popularidad que esta en pocos meses se extendió a otras universidades, sin imaginarse que en pocos años se convertiría en la red social con mas usuarios en el mundo.

“Facebook gano tanta popularidad que en tan solo meses logro expandirse por todas las universidades de Estados Unidos y en el lapso de 4 años logro tener 100 millones de usuarios activos, siendo la red social con más usuarios hoy en día” (Rebeca, s.f.).

La cantidad de información que circula en el internet a aumentado pero que tan confiable y veraz es la información que se difunde en esta plataforma digital cada vez son más las personas que entran a las redes sociales y haciendo de esta un lugar de entretenimiento, pero también buscan mantenerse informados.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

En el presente trabajo de investigación se aplicó la metodología de investigación cualitativa, la misma que esta basada en la observación, discursos y de respuestas abiertas para la posterior interpretación.

Técnicas aplicadas en la investigación:

- 1) Búsqueda de información bibliográfica la misma que me permitió explorar sobre los diferentes temas que se han escrito sobre este tema de estudio.
- 2) La entrevista que se le realizo al periodista Lcdo. Marlon Goya sobre su opinión en la prensa digital y el sensacionalismo para ganar así más seguidores.
- 3) La entrevista que se le realizo al Lcdo. Fran Kan dueño del medio de comunicación Simón Tv.
- 4) La entrevista que se le realizó a el Lcdo. Raúl Sánchez propietario de Yaguachi Tv.
- 5) La observación directa del contenido periodístico de las paginas en Facebook.

El método de trabajo utilizado fue el analítico-Sintético, realizado mediante análisis para posteriormente sintetizar la información; el método empírico fue la observación científica, el análisis del contenido de las publicaciones del medio digital. La técnica utilizada fue la entrevista la misma que fue elaborada mediante el instrumento de la elaboración de cuestionario.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo planteado en el presente trabajo de análisis de caso, se obtuvo la información de autores y fuentes confiables, análisis del material publicado y reportajes audiovisuales; profesionales con años de trayectoria en el mundo periodístico, dueños páginas que ofrecen información a través de la plataforma Facebook. Información de primera mano mediante el cuestionario de preguntas en las entrevistas realizadas.

La entrevista que se le realizó al licenciado Marlon Goya presentador de noticias con más de 8 años de labor periodística, quien es propietario de un medio digital que tiene una excelente acogida en la plataforma Facebook quien argumenta que si a recurrido a usar ciertas herramientas del sensacionalismo, pero respetando las normas periodísticas.

Quien compartió con nosotros que el hace uso de las herramientas del sensacionalismo, pero sin pasar la línea de lo inmoral ya que este es el tipo de contenido que genera mas interacciones en la página, al contrario de las publicaciones con un lenguaje mas formal ya que estas reciben la interacción de los usuarios pero es menor en comparación.

En la entrevista realizada a el Lcdo. Andrés Kan quien es propietario del medio de comunicación Simón Tv nos comentó que tuvieron que migrar a las plataformas digitales para seguir en sintonía y no desaparecer. El medio digital emite actualmente varios programas los cuales tienen como objetivo principal la interacción con la ciudadanía, cuidan mucho su estilo y procuran mantener la línea periodística con la que empezaron Andrés también nos manifestó que su medio rechaza este tipo de periodismo que no tienen la necesidad de hacer uso de la herramienta del amarillismo ni el sensacionalismo.

Kan nos manifestó que lo que lo llevo a generar un periodismo limpio libre de sensacionalismo y amarillismo fue su experiencia de trabajo por uno de los diarios mas sensacionalistas y amarillistas de nuestro país. Al ver como en muchos casos se violentaban los derechos de las personas al publicar fotos de cadáveres en media vía, sin censura y en su máximo esplendor eran publicadas estas fotografías.

A esto se sumaban demandas para el diario por parte de los que se creían afectados pero sin una ley de comunicación que los respalde todas ellas quedaban impune, esto lo llevo a tomar la decisión de realizar un periodismo limpio, vio en si una manera diferente de transmitir la noticia sin alterar la información ni hacer que el consumidor se adapte a información sensacionalista.

Es así como dentro de su pagina digital podemos encontrar varios espacios de entretenimiento, deportivo, noticiero, programa con la comunidad, espacio cultural donde se hace uso exclusivamente de un lenguaje formal y a tenido una excelente acogida por parte de los internautas que han generado un máximo de interacciones con cada uno de los espacios.

Raúl Sánchez licenciado en Ciencias de la Comunicación y dueño del medio de comunicación Yaguachi Tv argumenta que sobrevivir en el medio digital no es fácil ya que los usuarios cada vez son más difíciles de complacer periodísticamente y es aquí donde el periodista recurre a emplear las herramientas del periodismo amarillista y sensacionalista, se le da al público lo que pide.

Las plataformas digitales son difíciles de mantener para Yaguachi tv no fue fácil a pesar de la excelente acogida y los miles de usuarios que la pagina posee las publicaciones dentro de la pagina son en gran parte con un uso de lenguaje semi formal. Donde se pudo apreciar claramente que a los usuarios les llaman más la atención las publicaciones con un lenguaje des complicado que cuando se hacen con un lenguaje formal.

Mediante la observación llevo a un consenso que todos estos medios poseen un estilo periodístico diferente, Simón Tv usa la formalidad y convencionalidad para comunicar sus noticias, Yaguachi tv hace uso del sensacionalismo y amarillismo para así complacer a sus usuarios usando en sus titulares un lenguaje poco formal y la jerga popular. Jujan móvil hace uso de un estilo periodístico diferente usando ciertas herramientas del sensacionalismo, sin pasar a lo vulgar o satanizar la información, en la mayor parte de sus publicaciones usan un lenguaje formal y cuidan mucho el contenido audio visual que suben a la página.

Por otro lado, todos los entrevistados coincidieron en un punto de vista que al usar el sensacionalismo y amarillismo se puede llegar a mas personas, es decir que mas personas se interesen en visitar y seguir sus páginas. En su contenido audio visual los tres medios digitales usan un lenguaje semi formal, el objetivo de los 3 medios es el mismo mantener informados a sus seguidores.

III. CONCLUSIONES

Tras lo expuesto en el análisis de caso se permite llegar a las siguientes conclusiones, que el estilo periodístico de cada medio digital es importante es como su sello ante sus seguidores, el periodismo sensacionalista y amarillista no va a desaparecer de la noche a la mañana.

Facebook sirve como un canal de información siendo la red social con más usuarios activos a nivel mundial, y aparte de ser una red social es también un medio de comunicación donde el periodismo digital tiene un amplio espacio para seguirse desarrollando, en un futuro muchos serán los medios digitales que encontremos, pero debemos tener en cuenta al momento de buscar información hacerlo de una fuente que brinde información veraz que contemple los principios del periodismo.

Las paginas analizadas demuestran que si bien es cierto el periodismo amarillista es un arma de dos filos que entretiene, pero a su vez no contempla los principios básicos del periodismo, el periodismo amarillista y sensacionalista no va a desaparecer de la noche a la mañana, es por eso que como profesionales que ejercemos esta noble labor demos tratar de evitar usar estas herramientas.

Auto educar a la población a consumir noticias reales que no incentiven al morbo ni banalicen la vida social de las personas, que no denigren ni violen los derechos de las personas esta en nosotros empezar por el cambio.