



DOI: 10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366

URL: <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/914>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIAMUC

ISSN: 2588-0748

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 6308 Comunicaciones Sociales

PAGINAS: 359-366



Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales

Transformation of journalism towards digital platforms

Transformação do jornalismo em plataformas digitais

José Bladimir Guarnizo Delgado¹; Danilo Eduardo Villarroel Silva²; Kleber Renato Romero Quiroga³

RECIBIDO: 20/06/2022 **ACEPTADO:** 10/07/2022 **PUBLICADO:** 01/08/2022

1. Diploma Superior en Diseño de Proyectos; Diploma Superior en Evaluación de la Calidad de las Instituciones de Educación Superior; Diploma Superior en Gerencia con Programación Neurolingüística; Diploma Superior en Gestión y Planificación Educativa; Maestría en Gerencia Educativa; Especialista en Imagen Corporativa; Magister en Comunicación Corporativa; Licenciado en Comunicación Social con Mención en Televisión; Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; jguarnizo@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-5314-5738>
2. Especialista en Imagen Corporativa; Magister en Comunicación Corporativa; Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social; Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; dvillarroel@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0002-7246-9620>
3. Especialista en Imagen Corporativa; Magister en Comunicación Corporativa; Licenciado en Comunicación Social; Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; rromero@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-9632-9318>

CORRESPONDENCIA

José Bladimir Guarnizo Delgado

jguarnizo@ueb.edu.ec

Bolívar, Ecuador

RESUMEN

El entorno comunicativo del mundo de hoy en el que las redes sociales y las plataformas de comunicación brindan un nuevo panorama al quehacer periodístico, el profesional del siglo XXI requiere ser capacitado para afrontar la convergencia de medios, así como la migración de las actividades tradicionales al entorno digital, la historia demuestra que cuando el entorno evoluciona, el manejo de la información, las rutinas laborales y las actividades del periodismo deben adaptarse a las actualizaciones producto de las invenciones. Así sucedió con el surgimiento de la imprenta, del telégrafo de los medios tradicionales y de la plataforma digital. La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental, ya que nos vamos a ocupar de temas planteados a nivel teórico como es Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesauro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis. La transformación del periodismo tradicional a lo digital, no es algo que se deba tomar a la ligera o ser muy simplista, ya que no es solo pasar de un medio impreso a una página web, requiere de una transformación del contenido y de quienes hacen ese contenido, para quien va dirigido, cuáles son las características del consumidor, como se diseña la noticia que se va a presentar y que elementos visuales se deben incluir para llamar la atención. La ventaja que tiene el periodismo digital es que les llega más rápido a multitudes de personas al instante, por el acceso más que todo a la telefonía móvil y redes sociales, por ellos los esfuerzos de los medios periodísticos digitales es enfocarse en la difusión de información por las redes.

Palabras clave: Periodismo, Digital, Social, Internet, Información.

ABSTRACT

The communicative environment of today's world in which social networks and communication platforms offer a new panorama to journalistic work, the 21st century professional needs to be trained to face media convergence, as well as the migration of traditional activities to digital environment, history shows that when the environment evolves, information management, work routines and journalism activities must adapt to the updates resulting from inventions. This was the case with the emergence of the printing press, the telegraph of traditional media and the digital platform. The methodology used for this research work is framed within a bibliographic review of a documentary type, since we are going to deal with issues raised at a theoretical level such as the Transformation of journalism towards digital platforms. The technique for data collection is made up of electronic materials, the latter such as Google Scholar, among others, relying for this on the use of certified descriptors endorsed by the UNESCO thesaurus. The information obtained here will be reviewed for further analysis. The transformation of traditional to digital journalism is not something that should be taken lightly or be very simplistic, since it is not just going from a printed medium to a web page, it requires a transformation of the content and of those who do that. content, for whom it is directed, what are the characteristics of the consumer, how the news to be presented is designed and what visual elements should be included to attract attention. The advantage of digital journalism is that it reaches crowds of people faster instantly, due to access above all to mobile telephony and social networks, for them the efforts of digital journalistic media is to focus on the dissemination of information through the networks.

Keywords: Journalism, Digital, Social, Internet, Information.

RESUMO

O ambiente comunicativo do mundo actual, no qual as redes sociais e as plataformas de comunicação oferecem um novo panorama ao trabalho jornalístico, o profissional do século XXI precisa de ser formado para enfrentar a convergência dos media, bem como a migração das actividades tradicionais para o ambiente digital, a história mostra que quando o ambiente evolui, a gestão da informação, as rotinas de trabalho e as actividades jornalísticas devem adaptar-se às actualizações resultantes das invenções. Foi o caso da emergência da imprensa gráfica, do telégrafo dos meios de comunicação tradicionais e da plataforma digital. A metodologia utilizada para este trabalho de investigação está enquadrada numa revisão bibliográfica de tipo documental, uma vez que vamos tratar de questões levantadas a um nível teórico como a Transformação do jornalismo para plataformas digitais. A técnica de recolha de dados é constituída por materiais electrónicos, estes últimos como o Google Scholar, entre outros, contando para isso com a utilização de descriptores certificados, endossados pelo thesaurus da UNESCO. A informação aqui obtida será revista para uma análise mais aprofundada. A transformação do jornalismo tradicional em jornalismo digital não é algo que deva ser tomado de ânimo leve ou muito simplista, uma vez que não se trata apenas de passar de um meio impreso para uma página web, requer uma transformação do conteúdo e daqueles que o fazem. conteúdo, para quem é dirigido, quais são as características do consumidor, como é concebida a notícia a ser apresentada e que elementos visuais devem ser incluídos para atrair a atenção. A vantagem do jornalismo digital é que atinge multidões de pessoas mais rapidamente, devido ao acesso sobretudo à telefonia móvel e às redes sociais, para elas o esforço dos meios de comunicação jornalística digital é concentrar-se na difusão da informação através das redes.

Palavras-chave: Jornalismo, Digital, Social, Internet, Informação.

Introducción

En un contexto marcado por la Cuarta Revolución Industrial o Industria 4.0, donde los protagonistas son los algoritmos, la inteligencia artificial (IA) y la automatización de las redacciones, la plataformización está cobrando cada vez mayor protagonismo en la transformación digital a la que se enfrentan medios y empresas periodísticas en el seno de su organización. Se trata del conjunto de servicios digitales que identifican oportunidades y validan estrategias de desarrollo de las actividades laborales o económicas mediante la interacción del usuario (Sánchez Gonzales & Canavilhas, 2022).

El entorno comunicativo del mundo de hoy en el que las redes sociales y las plataformas de comunicación brindan un nuevo panorama al quehacer periodístico, el profesional del siglo XXI requiere ser capacitado para afrontar la convergencia de medios, así como la migración de las actividades tradicionales al entorno digital. Se habla de un cambio que implica el dominio de nuevos lenguajes, características y comportamientos de los usuarios, así como nuevos esquemas de producción en donde se combinan el texto, el audio y el vídeo bajo una nueva forma de contar historias: la narrativa transmedia (Barrios Rubio & Zambano Ayala, 2015).

El periodismo ha sido objeto de cambio constante desde sus inicios; e audiencia y el medio han sido los causantes de los diferentes procesos de producción, contexto, las modificaciones en los distribución y comercialización de la información. La historia demuestra que cuando el entorno evoluciona, el manejo de la información, las rutinas laborales y las actividades del periodismo deben adaptarse a las actualizaciones producto de las invenciones. Así sucedió con el surgimiento de la imprenta, del telégrafo de los medios tradicionales y de la plataforma digital. En todos los momentos históricos donde se señala una revolución, un

descubrimiento o variaciones en los sistemas de comunicación, el periodismo se ha esforzado en aprender de las nacientes herramientas, de las actitudes del público y del consumo de datos para adaptar su modelo de negocio a un patrón sustentable y rentable que cumpla con los hábitos de una sociedad susceptible a la novedad (Puente Martínez, 2019).

El periodismo en el entorno digital ha sido llamado periodismo digital en general debido al medio por el cual se accede a sus contenidos, tal como se denominó periodismo radial al desarrollado para las ondas hertzianas y periodismo televisivo al difundido mediante este aparato. Los cambios tecnológicos son constantemente un reto a afrontar por las empresas de medios de comunicación en el mundo y pueden englobarse en cuatro dimensiones: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa. El principal proceso de adaptación de las empresas de comunicación se ha denominado convergencia digital e implica, tal como una convergencia cultural, procesos de cambios en los modos de producción y consumo de los medios (Angulo Giraldo, 2019).

Con el escenario digital se pone de manifiesto una nueva articulación discursiva del periodismo que obliga a pensar en formas novedosas de narrar las historias, donde los recursos multimedia, hipertextuales e interactivos traen consigo una serie de adecuaciones a las fórmulas periodísticas, a los géneros. Las plataformas y dispositivos digitales constituyen otro de los retos frente a los tiempos de consumo y concentración en las lecturas en la red, las que, en su mayoría, no han logrado pasar de lecturas en la red a lecturas en red, que supondría un lenguaje completamente hipertextual (Pérez et al., 2016).

Metodología

La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental, ya que nos vamos a ocupar de

temas planteados a nivel teórico como es Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis.

Resultados

Tabla 1. Diferencias entre el periodismo tradicional y digital.

Periodismo tradicional	Periodismo digital
Se caracteriza por darle una mayor importancia a que se incluya en el equipo a profesionales especializados que puedan hacerle frente a la creciente necesidad de darle sentido a los nuevos espacios que desde los medios digitales se les brinda a los usuarios. Por tanto, el periodismo digital y sus profesionales requieren de mayores capacidades para dar cuenta de un rigor estratégico en la construcción del texto, que es clave para su validez y confianza, para poder transmitir conocimiento a partir de las facilidades que les son otorgadas por los avances TIC a los lectores (usuarios).	El grado de especialización vendrá de la mano del tipo de género periodístico y no del aumento de recursos a disposición tanto para el profesional de este sector como para el usuario, quien accede a los medios digitales estableciendo patrones de búsqueda y construcción del conocimiento de forma multi-lineal, desde los diferentes niveles de profundidad antes expuestos

Fuente: Elaboración Propia. Tomado de (Amaiquema Vera, 2018).

Tecnologías digitales

La revolución tecnológica, que da inicio en los años cincuenta del siglo XX después de la Segunda Guerra Mundial, se identifica por la expansión de la ciencia y su entrada en los procedimientos de producción, puntar una gran diferencia con los tiempos precedentes, por lo cual se puede indicar que no cabe duda que los progresos tecnológicos en la historia han transformado las sociedades. La premura de los constantes cambios es acelerada y origina escenarios en los que la innovación e inmediatez van por delante de cualquier cosa. Es ese, esencialmente, uno de los atributos propios de esta revolución tecnológica, el empleo inmediato de las innovaciones. Por otra parte, el adelanto tecnológico ha incorporado valor, ha forjado mayor incrementado y productividad en la competitividad en la colectividad actual (Moreira Cedeño, 2021).

Plataformas digitales

Uno de los usos más relevantes de las tecnologías digitales son las plataformas digitales, mismas que son estimadas como el principal medio al momento de difundir información de manera virtual, funcionando como el canal de comunicación. Actualmente, se logra observar grandes cambios en los contenidos, en las prácticas de producción, en la respuesta de la audiencia y en los paradigmas de negocios que se efectúan con las peculiaridades y demandas de la era digital.

Esta nueva modalidad de comunicación ha reformado a la sociedad en sus gustos, ideas y objetivos, haciéndose cada día más exigente y demandante en los aspectos comunicacionales que espera tener. Lo que radica en la imprescindible y constante preparación de los profesionales de la comunicación en un universo transformado por las tecnologías digitales. En tal virtud, la presencia de la tecnología en la humanidad no

se manifiesta por simple casualidad, sino por la necesidad perenne de instituir un arquetipo de profesional conforme a la actual sociedad competitiva en su cambio de época (Moreira Cedeño, 2021).

Acceso a la web

La accesibilidad web se deriva al cómodo acceso de todo usuario a una web. Se puede mencionar entonces que, un sitio web es accesible cuando está perfilado para que cualquier individuo ya sea con discapacidad o no, logre navegar en esa página sin ningún inconveniente. Lo que se procura al momento de crear sitios web accesibles es descartar las barreras que intenten frenar a estos usuarios al sentarse frente a una pantalla. En conclusión, hacer de internet y los sitios web un territorio más fácil y satisfactorio para todos (Moreira Cedeño, 2021).

Características de las TICs

Tabla 2. Características de las TICs.

Inmaterialidad	Componentes textuales, visuales, auditivas y audiovisuales, de datos fijos y en movimiento
Interconexión	Se remite a distintas maneras de conexiones, las cuales permitirán el acto de la comunicación en el que han surgido nuevas condiciones comunicativas y expresivas
Interactividad	La comunicación se centraliza más en el receptor, ejerciendo una función esencial en la construcción comunicador evolucionaria.
Instantaneidad	Fracciona los muros de lugar y tiempo
Creación de nuevos lenguajes expresivos	Hace referencia a que asienten nuevos contextos expresivos, como es el caso de los multimedia e hipermedia, los que a su vez crean nuevos dominios alfabéticos, fomentando la alfabetización en el lenguaje multimedia e informático
Disolución de la linealidad expresiva	Apunta a que los mensajes tienden a constituirse no de forma lineal, sino de modo hipertextual, lo que acarreará una sucesión de consecuencias significativas, como son la desestructuración del discurso, la transferencia del peso de la comunicación del autor al texto, el reto de saltar de la comercialización de la información a su gestión, y la construcción del significado de manera disímil en función de la navegación hipertextual ejecutada por el receptor.
Diversidad	Hace hincapié a que no existe una única tecnología valedera, sino contrario, se goza de la pluralidad de ellas, las que deben que, por el ser aprovechadas su cumbre.
Innovación	La Comunicación Social se presenta como una carrera abierta al descubrimiento, como un abanico accesible al uso de la adaptabilidad y, con ello, el surgimiento y creación de nuevas ideas para llevar la información, o los diferentes trabajos comunicacionales, a otro nivel de manera optimizada.
Excelentes parámetros de calidad, sonido e imagen	Indica la calidad con que alcanzan transferir la información y, sin lugar a duda, se ha obtenido por la digitalización de las señales visuales, sensoriales y de fundamentos y por las significativas mejoras que se han presentado en el ámbito técnico, de programas y plataformas que permiten nuevas alternativas de producción de calidad de contenido, usado para las comunicaciones.
Potenciación, audiencia segmentaria y diferenciada	Trata de que se comprenda como una especialidad de los programas y medios el estar a cargo de las demandas y características de los receptores, es decir, en el lugar de los medios televisivos, estimular una desmembración de audiencias, según sea conveniente. Esto, incita al comunicador a saber conocer al público objetivo que se le presente, todo tipo de ambiente. También el caso de las comunidades virtuales y redes sociales, o se fracciona el concepto de cultura de masas y se sobrepone la cultura de la segmentación de las audiencias en destino de los intereses y condiciones de los que participan.

Fuente: Elaboración Propia. Tomado de (Moreira Cedeño, 2021).



El dilema del periodismo tradicional

Con el crecimiento de Internet y el desarrollo continuo de las TIC, la web no sólo sirve como una herramienta de comunicación estática y unidireccional, sino que va más allá y está convirtiéndose en un espacio de interactividad multidireccional y dinámico. A raíz de la burbuja de las puntocom en 2001, Tim O'Reilly acuñó el concepto de Web 2.0, que se caracteriza por la colaboración necesaria de los usuarios, y ofreció una lista de ejemplos para distinguir entre la Web 1.0 y la Web 2.0 (Duan, 2014).

En la era de la Web 1.0 los propietarios de las webs contaban con un dominio completo de los contenidos, la comunicación consistía básicamente en la lectura de los contenidos con lo que los usuarios no podían añadir comentarios, respuestas, ni citas, sino que recibía la información de forma pasiva. La relación entre la web y sus usuarios era la misma que la de la comunicación de masas, es decir, el modelo de emisor-receptor. La estructura se refiere a una pirámide donde el emisor se sitúa en la posición más alta y la difusión se realiza de arriba a abajo hasta llegar a la población general o usuarios (Duan, 2014).

La Web 2.0, que es un fenómeno relativamente reciente, se populariza por las aplicaciones más influyentes: Wikis, blogs y las redes sociales que representan respectiva y exactamente las tres dimensiones de la comunicación en la Web 2.0.

- Wikis: combinación de lectura y escritura. Es un espacio abierto que permite la redacción y elaboración de los contenidos por cualquier usuario. Se presenta el valor de la colaboración que es el factor clave de la era de Web 2.0.
- Blog: puede definirse como un espacio web personal. Se presenta el valor de personalización de la Web 2.0, o, mejor dicho, el diseño centrado en los usuarios. Los servicios de información online no sólo se orientan a targets con perfiles

demográficos profesionales o económicos similares, sino que se orientan a individuos. Los usuarios pueden seleccionar y producir las ideas, datos o información según su demanda e interés.

- Las redes sociales: se refiere a la dimensión de vinculación social, a través de la publicación de los contenidos, los usuarios pueden crear una comunidad y comunicarse (Duan, 2014).

A diferencia de lo que sucede en los medios tradicionales, ahora es posible evidenciar “una relación transformativa entre el usuario del medio y el medio de comunicación”. La interactividad en la web vuelve al sujeto un prosumidor y rompe el esquema funcional mediático unidireccional del emisorreceptor-mensaje. El sitio web sigue bajo control del medio, pero es el usuario el que decide qué quiere leer, qué quiere comentar, qué sitios desea visitar o qué información desea compartir. Esta modificación teórica también replantea el oficio del periodismo. Las redacciones conformaron equipos exclusivos para la web, con periodistas „multimedia polivalentes: expertos en el uso de herramientas digitales y capaces de operar a cualquier hora y en cualquier plataforma digital (Martínez Semanate, 2016).

Tipos de periodistas polivalentes en las redacciones de los medios digitales:

- Polivalencia tecnológica: Es el profesional que utiliza aplicaciones, programas y hardware para producir y gestionar contenidos en diferentes plataformas. Por ejemplo, un periodista que domina aplicaciones y a la vez es experto en edición de video, audio, fotografía a través de programas especializados.
- Polivalencia mediática: Es el profesional que diseña y produce en diferentes lenguajes. Por ejemplo, el periodista que cubre un evento y envía avances para llenar las diferentes plataformas (impreso y digital). Además, hace uso de la tecnología como teléfonos inteligentes,

redes sociales, tablets, etc... para informar lo que ocurre en tiempo real.

- Polivalencia temática: Es el profesional que se encarga de generar informaciones para diferentes secciones del medio. Por ejemplo, editores web que se encargan de revisar y generar contenidos para distintas secciones como política, deportes, cultura etc (Martínez Semanate, 2016).

Periodismo digital en Ecuador

- El formato digital en la prensa ecuatoriana aún se ve enmarcada por la necesidad de incluir ciertos elementos del periodismo convencional (fotos, vídeos, audios, etc.) son considerados simplemente como accesorios en el periodismo digital. Sin embargo, es pertinente acotar que el uso de aquellos elementos constituye una parte fundamental para la redacción de los contenidos informativos.
- Existen 13.2 millones de personas en territorio nacional con acceso a internet, de las cuales 11 millones de ecuatorianos tienen una cuenta personal en la RSD como Facebook, por su parte la RSD Twitter acoge a 800 mil usuarios, mientras que Instagram alcanza 3.1 millón de internautas en el territorio nacional.
- Alcazar (2017) planteo un ranking de páginas y medios web más visitados en Ecuador, donde se encuentra en primer lugar y en ambas listas, la palestra digital de diario "El Comercio" www.elcomercio.com seguido por diario "El Universo" www.eluniverso.com en segundo lugar y "Ecuavisa" www.ecuavisa.com en tercer lugar.
- La ciudadanía ecuatoriana en general, tiende a centrar su búsqueda en redes sociales, videos, interacciones y noticias, no obstante, el consumo digital va evolucionando día a día al utilizar más

recursos y formatos digitales. Tomando en cuenta los resultados estadísticos donde vemos el alcance de las plataformas web, es necesario que los periodistas aprendan a forjar un espacio en las plataformas digitales, donde las redes sociales son más que una herramienta, son la conexión inmediata con el mundo, donde hay que aceptar la dinámica de la audiencia. Algo que promovió y aumentó el uso de la red para mantenerse informado, es la inmediatez con lo que se receipta la noticia, la colectividad constantemente busca enterarse lo que está ocurriendo en el momento; lo de ayer desaparece ante el usuario digital.

- Un 70% de los medios digitales de Ecuador actualizan diariamente sus contenidos informativos. Los periódicos digitales, tanto matriciales como nativos digitales, son los que cumplen con el criterio de inmediatez y con este mismo criterio actualizan las redes sociales de las que disponen (Martínez Gómez, 2019).

Conclusión

La transformación del periodismo tradicional a lo digital, no es algo que se deba tomar a la ligera o ser muy simplista, ya que no es solo pasar de un medio impreso a una pagina web, requiere de una transformación del contenido y de quienes hacen ese contenido, para quien va dirigido, cuáles son las características del consumidor, como se diseña la noticia que se va a presentar y que elementos visuales se deben incluir para llamar la atención. La ventaja que tiene el periodismo digital es que le llega más rápido a multitudes de personas al instante, por el acceso mas que todo a la telefonía móvil y redes sociales, por ellos los esfuerzos de los medios periodísticos digitales es enfocarse en la difusión de información por las redes, la web continua pero no es tan interactiva como la red social, a la par que el medio periodístico digital enfrenta otros retos y es como ser un negocio lucrativo, a diferencia del sistema de perio-

dismo tradicional impreso, donde el medio obtiene ingresos por la venta y los clasificados, el medio digital tiene que captar las suscripciones de los clientes, ya que estos sistemas tienden a ser abiertos, lo que implica un gran esfuerzo a la par de ofrecer publicidad y tener una gran cantidad de seguidores que permitan una rentabilidad. Ya el periodismo no se centra solo en los conocimientos adquiridos en las aulas de clase, ahora hay formación en cuanto a colocar contenido en redes sociales, para lo cual el periodista debe estar familiarizado y capacitado, ya que, sino el periodismo digital no podrá ser exitoso, lo que se resume en que primero debe cambiar el periodista para que el medio cambie.

Bibliografía

- Amaiquema Vera, C. E. (2018). Periodismo digital y su incidencia en la formación profesional de los estudiantes del cuarto semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO]. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/5239/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000035.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Angulo Giraldo, M. Á. (2019). Cambios y continuidades en la transformación digital de los medios de comunicación peruanos. Análisis de las tesis peruanas sobre periodismo digital. *Emprende y Transforma*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.33829/emprendeytransforma-0101-2019-11-20>
- Barrios Rubio, A., & Zambrano Ayala, W. R. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas-Rumbos y Sentidos de La Comunicación*, 13(26), 221–240.
- Duan, Y. (2014). La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital [Universidad Autónoma de Barcelona]. https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2014/hdl_2072_240247/trabajo_final_del_master_de_DUAN_YILIN_.pdf
- Martínez Gómez, B. C. (2019). Periodismo independiente en plataformas digitales [UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2932/1/T-ULVR-2629.pdf>
- Martínez Semanate, R. A. (2016). Medios impresos y aproximaciones al periodismo digital [UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12455/1/UPS-QT09696.pdf>
- Moreira Cedeño, O. G. (2021). Impacto de las tecnologías digitales en el Periodismo y su repercusión en los futuros profesionales de la Comunicación Social [UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54594/1/Impacto de las tecnologías digitales en el Periodismo y su repercusión en los futuros profesionales de la Comunicación Social.pdf>
- Pérez, E. G. B., Vázquez, G. H. M., Villarreal, M. Á. B., & Morales, C. E. V. (2016). Hacia la evolución de los géneros periodísticos. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 3(5).
- Puente Martínez, G. S. (2019). El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR-MATRIZ]. [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El periodista en la era digital transformaciones y cambios d.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez Gonzales, H. M., & Canavilhas, J. (2022). Presentación. *Anàlisi*, 66, 3–8. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3549>

CITAR ESTE ARTICULO:

Guarnizo Delgado, J. B., Villarroel Silva, D. E., & Romero Quiroga, K. R. (2022). Transformación del periodismo hacia las plataformas digitales. *RECIAMUC*, 6(3), 359-366. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.359-366](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.359-366)

