

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Estudio comparativo de los medios digitales Soy 502 República y Nómada**

Trabajo de tesis presentado por

**Flor de María Monzón Simón**

Previo a optar al título de

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

Asesor de tesis:

**M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez**

Guatemala, noviembre de 2018

# **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

## **Escuela de Ciencias de la Comunicación**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

### **Consejo Directivo**

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Enrique Campos  
M.S.c Gustavo Adolfo Morán Portillo

### **Representantes estudiantiles**

Anaité Machuca  
Mario Barrientos

### **Representante egresado**

M.A. Johnny Michael Gonzáles Batres

### **Secretaria**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

### **Tribunal Examinador**

M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez	presidente
M.A. Amanda Ballina Talento	revisora
Lic. Edgar Augusto Martínez	revisor
M.A. Carmen Rossana Estrada Barillas	examinadora
M.A. Elpidio Guillén de León	examinador
Dr. Wagner Díaz Choscó	suplente



Universidad de San Carlos de Guatemala 050-18  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 30 de abril de 2018  
Dictamen aprobación 050-18  
Comisión de Tesis

Estudiante

Flor de María Monzón Simón,

Carné: 2107775910101,

Registro académico: 201022578

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.5 del punto 1 del acta 004-2018 de sesión celebrada el 27 de abril de 2018 que literalmente dice:

1.5 Comisión de Tesis acuerda: Aprobar al (la) estudiante Flor de María Monzón Simón, carné: 2107775910101, registro académico: 201022578, proyecto de tesis: ESTUDIO DE OPINIÓN REFERENTE A LOS MEDIOS DIGITALES SOY502, REPÚBLICA Y NÓMADA. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del Normativo para la Realización de Tesis, que literalmente dice:

... “se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Dra. Aracelly Krisanida Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

050-18

Guatemala, 08 de agosto de 2018  
Comité Revisor  
CT-Akmg 057-2018

*Estudiante*

Flor de María Monzón Simón,  
Carné: 2107775910101,  
Registro académico: 201022578  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

*Estimado(a) estudiante*

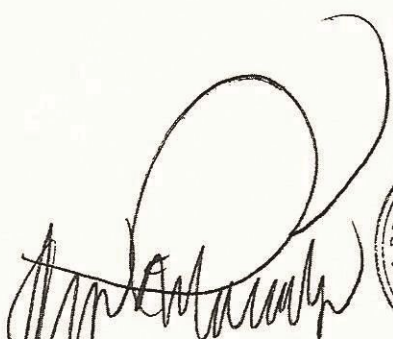
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta comisión nombraron al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: "ESTUDIO DE OPINIÓN REFERENTE A LOS MEDIOS DIGITALES SOY502, REPÚBLICA Y NÓMADA".

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez	presidente(a)
M.A. Amanda Ballina Talento	revisor (a)
Lic. Edgar Augusto Martínez García	revisor (a)

*Atentamente,*

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC



  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis

C.C. comité revisor  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/AiJr

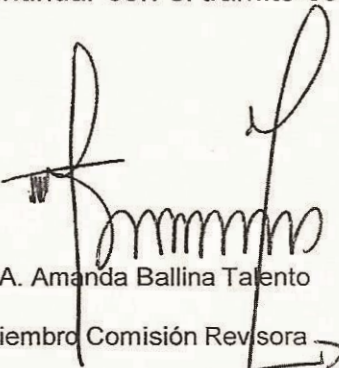
**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora**

Guatemala, 6 de septiembre de 2018

Doctora  
Aracelly Mérida  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Atentamente le informo a usted que la estudiante **Flor de María Monzón Simón** Registro académico **201022578** Carné **2107775910101**. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su **TESIS** cuyo título es: **“Estudio de Opinión referente a los medios digitales Soy502, República y Nómada”**.

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

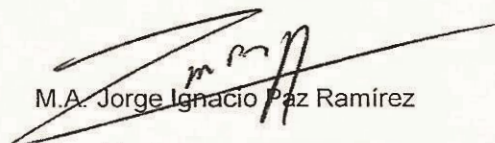


M.A. Amanda Ballina Talento  
Miembro Comisión Revisora

*“Id y enseñad a todos”*



Lic. Edgar Augusto Martínez García  
Miembro Comisión Revisora



M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez  
Presidente Comisión Revisora



Guatemala, 24 de septiembre de 2018  
Tribunal Examinador de Tesis  
CT-Akmg-No.075-18

Estudiante

**Flor de María Monzón Simón**  
Carne 2107 77591 0101  
Registro académico 201022578  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: "ESTUDIO DE OPINIÓN REFERENTE A LOS MEDIO DIGITALES SOOY502, REPÚBLICA Y NÓMADA", siendo ellos:

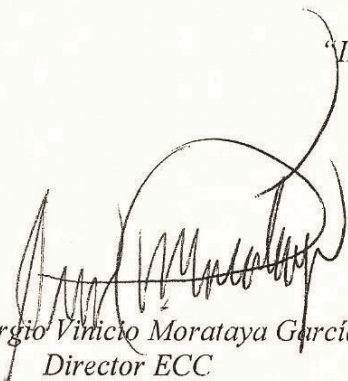
M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez	presidente(a)
M.A. Amanda Ballina Talento	revisor (a)
Lic. Edgar Augusto Martínez García	revisor (a)
M.A. Carmen Rossana Estrada Barillas	examinador (a)
M.A. Elpidio Guillén de León	examinador (a)
M.A. Wangner Díaz Choscó	supiente

La fecha de su examen privado se la estará confirmando la M.Sc. Claudia Molina, secretaria de la escuela a quien ya posee su correo electrónico y número de celular, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
M.Sc. Sergio Viricio Morataya García  
Director ECC



  
Dra. Aracelly Krisandá Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



Autorización Informe final de tesis por asesor derivado a recomendaciones del  
Tribunal examinador

Guatemala 2 de noviembre de 2018

Doctora Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis  
Escuela de ciencias de la comunicación  
Edificio Bienestar Estudiantil  
Ciudad Universitaria, zona 12



Estimada Dra. Mérida:

Me dirijo a usted en referencia a las recomendaciones del Tribunal examinador, hechas durante el examen privado de licenciatura, el (26/10/2018) al informe final de tesis cuyo título es: **Estudio comparativo de los medios digitales Soy 502 República y Nómada** de la estudiante **Flor de María Monzón Simón** carné **2107 77591 0101** Registro académico: **201022578**

Me complace informarle que la investigación contiene las correcciones pertinentes a mi entera satisfacción por lo que procede continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,

*"Id y enseñad a todos"*

  
M.A. Jorge Ignacio Paz Ramírez  
Asesor



# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala 02 de noviembre de 2018  
 Orden de impresión  
 CT-Akmg-No.077-18

*Licenciada*

*Flor de María Monzón Simón,  
 Carné: 2107775910101,  
 Registro académico: 201022578  
 Escuela de Ciencias de la Comunicación  
 Ciudad Universitaria, zona 12*

*Estimada Licenciada*

*Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: Estudio comparativo de los medios digitales Soy 502 República y Nómada, se emite la orden de impresión.*

*Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2° nivel del Edificio M-2.*

*Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.*

*Atentamente,*

*ID Y ENSEÑAD A TODOS*

*M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
 Director ECC*

*Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
 Coordinadora Comisión de Tesis*



*c.c. estudiante*

**"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"**  
 OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



**Para efectos legales, la autora  
es la única responsable del contenido de este trabajo.**

## **Dedicatoria y agradecimientos**

### **A Dios:**

Gracias por ser mi padre, mi guía y quien me anima en cada paso que doy. “Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos. Amén”. Romanos 11:36 RVR

### **A mi familia:**

A mi madre, por ser mi mejor ejemplo de lucha, esfuerzo, amor y valentía.

A mi padre, por ser inspiración en mi vida. “Aunque ya no estés aquí, allá te abrazo, te abrazo en el cielo”. Guardian.

A mis hermanos, por motivarme, aconsejarme y acompañarme en cada etapa de mi vida.

### **A mi asesor:**

Máster Jorge Paz, gracias por su tiempo, asesoría y conocimiento compartido en el proceso.

# Índice

<b>Resumen</b> .....	i
<b>Introducción</b> .....	iii
<b>Capítulo 1</b> .....	1
1 Marco Conceptual .....	1
1.1 Título del tema .....	1
1.2 Antecedentes .....	1
1.3 Justificación.....	2
1.4 Planteamiento del Problema.....	3
1.5 Alcances y Límites .....	4
<b>Capítulo 2</b> .....	5
2 Marco Teórico .....	5
2.1 Teoría del gatekeeper .....	5
2.2 Propuesta de teoría de la comunicación multimedia .....	8
2.3 Internet .....	12
2.3.1 Sitio web.....	13
2.4 Periodismo digital .....	13
2.4.1 Trayecto del periodismo digital.....	15
2.4.2 Características del periodismo digital .....	16
2.5 Las redes sociales y el periodismo digital .....	19
2.6 Periodismo digital en Guatemala .....	20
2.6.1 Soy 502.....	21
2.6.2 República.....	22
2.6.3 Nómada .....	24
2.6.4 Posicionamiento de los medios digitales en Guatemala.....	26
<b>Capítulo 3</b> .....	28
3 Marco Metodológico .....	28
3.1 Método .....	28
3.2 Tipo de investigación .....	28

3.3	Objetivos .....	29
3.3.1	General: .....	29
3.3.2	Específicos: .....	29
3.4	Técnica .....	30
3.5	Instrumento .....	31
3.6	Población y muestra .....	31
3.6.1	Procedimiento.....	31
<b>Capítulo 4</b>	.....	<b>32</b>
4	Análisis de resultados.....	32
	Conclusiones .....	48
	Recomendaciones.....	49
	Bibliografía .....	50
	E grafía.....	51
	Anexos.....	52

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1	Ejemplo tipo de contenido Soy 502 .....	6
Ilustración 2	Ejemplo tipo de contenido República .....	7
Ilustración 3	Ejemplo tipo de contenido Nómada.....	7
Ilustración 4	Secciones multimedia Nómada .....	9
Ilustración 5	Sección multimedia Soy 502 .....	10
Ilustración 6	Elementos multimedia en República.....	11
Ilustración 7	Evolución del periodismo digital .....	15
Ilustración 8	Usuarios activos de plataformas sociales .....	19
Ilustración 9	<i>Twitter</i> Soy 502 .....	22
Ilustración 10	<i>Facebook</i> Soy 502.....	22
Ilustración 11	<i>Facebook</i> República .....	23
Ilustración 12	<i>Twitter</i> República .....	24
Ilustración 13	<i>Facebook</i> Nómada .....	25
Ilustración 14	<i>Twitter</i> Nómada.....	26

## Índice de tablas

Tabla 1 Medios de información .....	32
Tabla 2 Plataformas digitales de preferencia .....	34
Tabla 3 Aspecto más atrayente de medios digitales.....	35
Tabla 4 Aspectos más atractivos de Soy 502 .....	37
Tabla 5 Aspectos más atractivos de República .....	38
Tabla 6 Aspectos más atractivos de Nómada.....	39
Tabla 7 Tiempo de lectura en medios digitales.....	40
Tabla 8 Monitoreo de medios digitales .....	42
Tabla 9 Factores negativos de Soy 502, República y Nómada .....	43
Tabla 10 Interacción en redes sociales.....	46

## Índice de gráficas

Gráfica 1.....	33
Gráfica 2.....	34
Gráfica 3.....	36
Gráfica 4.....	37
Gráfica 5.....	38
Gráfica 6.....	39
Gráfica 7.....	41
Gráfica 8.....	42
Gráfica 9.....	44
Gráfica 10.....	45
Gráfica 11.....	45
Gráfica 12.....	46

## Índice de matriz

Matriz 1 Incursión de los periódicos de Guatemala en la <i>web</i> .....	20
--	----

## Resumen

**Título:** Estudio comparativo de los medios digitales Soy 502, República y Nómada.

**Autor:** Flor de María Monzón Simón

**Universidad y unidad académica:** Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

**Planteamiento del problema:** ¿Cuál es la opinión de los estudiantes de periodismo sobre los medios digitales Soy 502 República y Nómada?

**Técnica:** para el desarrollo del estudio se utilizaron recopilación bibliográfica y encuesta.

**Instrumentos:** se utilizaron fichas bibliográficas para el desarrollo de la investigación.

**Procedimiento:** se desarrolló un estudio de carácter mixto; a través de una investigación bibliográfica documental y recolección de datos mediante encuestas a 68 estudiantes del quinto semestre de la carrera de periodismo (ciclo 2018), jornadas nocturna y sabatina del Plan de Autoformación a Distancia (PAD).

### Resultados y conclusiones

El periodismo digital, surgió gracias al desarrollo de la *internet*. Inicialmente el contenido publicado en los sitios *web* era semejante al de la prensa; sin embargo, paulatinamente fueron adoptando ideas propias de la red, como la hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

Con el transcurrir de los años, los medios digitales se han posicionado como fuentes de información, al igual que la radio y televisión. Además, han ganado preferencia en los usuarios, tal es el caso de los estudiantes del quinto semestre de periodismo, ciclo 2018, quienes mostraron interés por informarse a través de plataformas de noticias, en versión *web*.

Entre la gama de sitios *web* dedicados a la difusión de noticias, existen diferentes factores que influyen en que los lectores tengan afinidad por alguno, entre estos: la forma de utilizar las redes sociales, la credibilidad que generan a través de su contenido y el diseño *web*.

En el estudio comparativo, se concluyó que la aceptación de los medios digitales en objeto de estudio es diferente respecto al género. Las mujeres mostraron más afinidad por Nómada, mientras los hombres lo hicieron por Soy 502. Además, se constató que el uso que las plataformas le dan a las redes sociales es determinante para generar interés en los usuarios.

## Introducción

Los primeros periódicos de Guatemala que incursionaron en la web fueron Prensa Libre, en 1996, y Siglo 21 en 1998. Posteriormente, más medios convencionales como La Hora, El Periódico, y Diario de Centro América, se fueron añadiendo a la red. Sin embargo, años más tarde, surgieron plataformas netamente digitales que antes no tuvieron una versión impresa, radial o televisiva.

Soy 502 surgió en el 2013 con el fin de convertirse en un espacio informativo de referencia para los internautas guatemaltecos, según lo acentúan en su página ([soy502.com](http://soy502.com)). En el mismo año inició República GT, que posteriormente cambió a República ([republica.gt](http://republica.gt)); se autodefinen como un medio de comunicación digital cuyos pilares proponen el rescate y fortalecimiento de valores republicanos. Un año después, en el 2014, inició Nómada ([nomada.gt](http://nomada.gt)), autodefinido como un medio “feminista y fresco”.

En base a estos tres medios, se realizó un estudio comparativo sobre la opinión de los estudiantes del quinto semestre de periodismo, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, en cuanto a diferentes aspectos como: el contenido, diseño web, manejo de redes sociales, frecuencia de las publicaciones, inmediatez, entre otros.

El estudio se desarrolla en cuatro capítulos; el primero, el marco conceptual en el que se describe el tema, los antecedentes, la justificación que originó la elección del problema y el planteamiento del mismo. En el segundo capítulo, se desarrolla la fundamentación teórica en la cual se basa el análisis final de los resultados obtenidos.

El tercer capítulo, marco metodológico, detalla cuál fue el procedimiento, la técnica y los instrumentos utilizados para desarrollar el estudio comparativo; cuyos resultados se describen en el último capítulo, con el análisis, conclusiones, recomendaciones y la bibliografía que fue utilizada en el transcurso del proyecto.



# Capítulo 1

## 1 Marco Conceptual

### 1.1 Título del tema

Estudio comparativo de los medios digitales Soy 502, República y Nómada.

### 1.2 Antecedentes

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, existen estudios relacionados con los medios digitales. Algunos describen cómo ha sido el desarrollo del periodismo local a través de la *web*, mientras otros comparan las características de los medios convencionales y no convencionales.

Barrios (2004), a través de la tesis *Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala* concluye que pocas actividades experimentaron un cambio tan drástico en el último lustro, como el periodismo a través de la *web*. A criterio del autor, en ese periodo el medio más interesado en estar a la vanguardia era Prensa Libre.

García (2013), en el estudio *Periodismo digital en Guatemala, medios convencionales y no convencionales*, detalla que los medios tradicionales utilizan la versión digital como complemento para ampliar la difusión de su información. Mientras el costo económico, impide que los no convencionales utilicen la prensa, radio o televisión como canal de comunicación.

Por su parte, Velásquez (2011), en su proyecto *Agenda propia, recurso alternativo de la prensa para competir con la radio e internet*, detalla que el término “agenda propia” es una técnica utilizada para atraer audiencia y es un recurso de la prensa para competir con otros medios convencionales. En la construcción de esta, intervienen los editores, jefes y reporteros.

Entre otras investigaciones relacionadas a los medios en objeto de estudio, se puede citar la tesis *Saturación publicitaria en páginas web, estudio de caso Soy 502* de Cux (2018), en la que expone que la publicidad ha ganado fuerza en plataformas digitales por la evolución de la *internet*. Además, concluye que el tipo de publicidad incluida con más frecuencia en Soy 502, en ese periodo, eran los *banners* y recomendó al medio tener un balance para no opacar la información.

### **1.3 Justificación**

Las plataformas *web* con sentido periodístico englobadas bajo los términos “periodismo digital” “ciberperiodismo” o “periodismo online”, han surgido y desarrollado en respuesta a diferentes factores; entre estos, la necesidad de los periódicos de adaptarse y no quedarse atrás en el uso de las nuevas tecnologías; la competencia lucrativa con otros medios, así como la demanda de los lectores de tener información en tiempo real.

Al igual que en otros países, las primeras plataformas que surgieron en Guatemala fueron una versión adaptada a la *web*, de periódicos, noticieros radiofónicos o televisivos; tal es el caso de Prensa Libre, Siglo 21 y Al Día; los cuales iniciaron como medios impresos y posteriormente lanzaron su versión digital. Además, Emisoras Unidas, Guatevisión y Canal Antigua, por citar algunos.

Con el pasar de los años surgieron nuevas plataformas netamente digitales, cabe mencionar: Plaza Pública, República (antes República GT), Nómada y Soy 502, entre otras. De éstas, las últimas tres fueron lanzadas en los últimos seis años, bajo diferentes características de forma y contenido.

Soy 502, surgió en el año 2013, periodo en el cual también surgió República, un espacio 100% digital que recientemente fue actualizado pues anteriormente se le conocía como República GT. Un año más tarde, nació Nómada, el 7 de agosto del 2014.

Por el corto tiempo de existencia de los sitios *web* mencionados, existen pocos estudios (principalmente tesis) que ahonden en las características, diferencias y, sobre todo, en la opinión

de los estudiantes sobre su contenido. Por esto, surge el interés de profundizar en el desarrollo que han tenido para posicionarse como fuentes de información, conocer cuáles son sus características de forma y contenido, y principalmente, cuál es la percepción de los universitarios.

Es probable que en los próximos años el número de medios digitales aumente y que los que existen actualmente, evolucionen. Por esta razón, se realizó un estudio que pueda sumar una base teórica sobre el alcance que estos medios de comunicación tienen en la actualidad; además de poder ser utilizado como fuente de información para desarrollar proyectos relacionados al tema.

#### **1.4 Planteamiento del Problema**

Según Sáenz (2011), en Guatemala, el uso de la *internet* para la difusión de noticias se ha establecido y está en constante desarrollo. Entre las primeras plataformas lanzadas en formato digital pueden citarse Prensa Libre, la cual realizó su primera publicación el 17 de enero de 1996 y Siglo 21, que realizó su primera publicación el 2 de enero de 1998.

En contraste al tiempo de existencia de Prensa Libre y Siglo 21; República, Soy 502 y Nómada surgieron en los últimos 6 años. El primero fue República, seguido de Soy 502 y Nómada.

República nació en octubre del 2013; con el objetivo de “fomentar los pilares de un sistema de Gobierno Republicano, Democrático y Representativo” según acentúan en su portal ([republica.gt](http://republica.gt)), sitio donde también resaltan que su filosofía descansa en los principios de libertad individual, imperio de la Ley, derecho a la propiedad privada y la libre empresa en una economía del mercado, entre otros.

Por su parte, Soy 502 inició sus publicaciones en el 2013. En su página ([soy502.com/](http://soy502.com/)) resaltan que el número 502 se incluye por ser el código que identifica el área de Guatemala; también describen que su sitio está diseñado para difundirse en un ambiente digital y servir a una audiencia que demanda información multimedia de calidad, en una plataforma fácil de navegar donde los contenidos pueden compartirse a través de redes sociales.

Nómada nació el 7 de agosto del 2014, según el portal (nomada.gt) su contenido es fresco, con rigor, estético y feminista. Se auto describen como “activistas de la transparencia de los medios” y resaltan que sus fondos provienen de publicidad, eventos, socios y lectores.

Aunque las tres plataformas son recientes, es evidente la diferencia en el contenido de sus publicaciones. Nómada podría catalogarse como un medio “más liberal” e “investigativo”: mientras República y Soy 502, generalmente se caracterizan por ser “más inmediatos” y con información de menor extensión.

Para establecer cuál es la percepción de los estudiantes del quinto periodismo sobre estos medios; en cuanto a la afinidad con su contenido, percepción del diseño *web*, manejo de redes sociales, entre otros factores, se desarrolló el estudio para responder a la interrogante: **¿Cuál es la opinión de los estudiantes de periodismo sobre los medios digitales Soy 502, República y Nómada?**

## **1.5 Alcances y Límites**

**Objeto de estudio:** se realizó un estudio comparativo de los medios digitales Soy 502, República y Nómada.

**Ámbito Institucional:** medios digitales Soy 502, República y Nómada.

**Ámbito poblacional:** estudiantes del quinto semestre de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos. Jornada nocturna y Plan de Autoformación a Distancia (PAD).

**Ámbito temporal:** Se realizó el estudio entre febrero-julio del 2018.

**Límites:** en el estudio no se tomaron en cuenta medios digitales creados antes del 2013 y que previamente contaron con versión impresa. Tampoco se evaluó la opinión de estudiantes que no pertenecían al quinto semestre de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

## Capítulo 2

### 2 Marco Teórico

#### 2.1 Teoría del *gatekeeper*

En su libro Teoría del Periodismo, Felipe Pena de Oliveira (2009), describe que la teoría del *gatekeeper* (portero o guardabarrera, en español) se basa en que las personas son quienes deciden si reciben la información o la bloquean. Es decir, son ellos quienes determinan qué será noticia, a través del filtro de la aceptación.

Según Pena (2009), el término surgió en 1947, elaborado por Kurt Lewin, para referirse a un tema ajeno al periodismo; sin embargo, en 1950 el teórico David Manning White, la aplicó a ese concepto. Además, el autor describe la importancia del papel que juega el periodista en la elección del contenido, quien elige la publicación u omisión de un acontecimiento.

Pero, además del periodista, el receptor o lector también puede jugar un papel de “portero” de información. Soto (2016: blogs.elconfidencial.com) publicó un artículo de opinión el cual tituló “¿A cuántas de estas estupideces dedicaste unas horas de tu vida?” haciendo referencia al poder que las redes sociales nos dieron para manejar la actualidad. Es decir, serían ahora los usuarios los “*gatekeepers*” del poder, pues para él las redes sociales abrieron acceso a nuevas fuentes de conocimiento y, por lo tanto, cada uno sería “jefe de la redacción”.

Aunque el artículo de Soto era una crítica al tipo de contenido que el público consumía, lo cual determinó a través del monitoreo de tendencias de diversos medios; afirmó que el acceso a la prensa a través de redes sociales, genera un nuevo tipo de censura, que los lectores crean con sus “*clicks*”.

Referente a la postura de David White, sobre esta teoría, es importante mencionar que si bien, cada periodista cuenta con un criterio individual para seleccionar el contenido que publicará; este

también lo elige dependiendo de la identidad de cada medio; lo cual influye, directa o indirectamente, en “el filtro” “portón” o “barrera” que dará paso a la difusión u omisión de la información. Es decir, cada plataforma cuenta con parámetros determinados sobre el tipo de contenido al que darán mayor relevancia.

Soy 502 (soy502.com), en su sitio *web* destacan cuál es el tipo de contenido que publican: “buscamos estar en el centro de la conversación de nuestra audiencia, proponiéndole criterio en la noticia política, pasión en el deporte, enfoque en la tecnología y buen gusto en estilo de vida. Ofrecemos información de actualidad y entretenimiento en formatos gráficos y dinámicos”.

### Ilustración 1 Ejemplo tipo de contenido Soy 502

---

<p><b>PARA SORPRENDERTE</b></p> <p><b>Erizos hallan botella de licor en parque de Alemania y se emborrachan</b></p>  <p>La Policía y varios vecinos de</p>	<p><b>PARA REÍR</b></p> <p><b>Baby Einstein, la bebé que conquista las redes con su peculiar "look"</b></p>  <p>Taylor McGowan, una pequeña de 18 meses de edad ha sido la</p>	<p>TE PUEDE INTERESAR AI +VISTO</p>  <p>La incomprendible y graciosa celebración de Alemania en redes</p> <p>¿Qué hace un ruso luciendo la camiseta de Carchá en el Mundial?</p> <p>La historia del aficionado mexicano "secuestrado" por una</p>
---	---	---

Fuente: Soy 502.com

República (republica.gt), se auto describe: “para el desarrollo socioeconómico de Guatemala estamos convencidos que es vital el velar por el derecho constitucional a la propiedad, y la libertad de empresa en una economía de mercado”; además resaltan que sus pilares están fundamentados en un Sistema de Gobierno republicano, democrático y representativo.

## Ilustración 2 Ejemplo tipo de contenido República

Economía



Se abre posibilidad para que Guatemala se adhiera a TLC con...

Braulio Palacios - 22 junio, 2018



Ejecutivo recomienda techo de Q88.9 millardos para presupuesto 2019

Braulio Palacios - 21 junio, 2018



Kevlaraman, el "Uber" con guardaespaldas y camionetas blindadas

Braulio Palacios - 20 junio, 2018

Fuente: República.gt

Nómada (nomada.gt), se define así: “creemos en la estética y somos feministas, pues activamos por la igualdad de derechos entre mujeres y hombres” dando especialmente atención al contenido que impulse la igualdad de derechos y la estética. Esto se refleja en los temas que generalmente abordan, promoviendo la igualdad, además de tratar asuntos “de libertad cultural”.

## Ilustración 3 Ejemplo tipo de contenido Nómada

NÓMADA *n*



RESPUESTAS

### Notas más leídas

- 1 Ben Kei Chin: "Nadie tiene que dar explicaciones sobre sus preferencias sexuales"
- 2 ¿Y ahora cómo follaremos las feministas?
- 3 Martín Rodríguez: "Yo tampoco tengo que dar explicaciones sobre mis preferencias sexuales"
- 4 Los demisexuales somos más que una nueva etiqueta
- 5 ¿Cómo ayudar? Aquí hay 7 albergues donde podemos aportar
- 6 Mi experiencia sexual con una persona Down

### Secciones

- 1 Entender la política
- 2 La corrupción no es normal
- 3 Somos todas
- 4 Identidades
- 5 Guatemala urbana
- 6 Guatemala rural
- 7 Sexo Avenida
- 8 De dónde venimos
- 9 Blogs
- 10 Gastro

Fuente: nomada.gt

## 2.2 Propuesta de teoría de la comunicación multimedia

Las opciones multimedia son herramientas esenciales en el desarrollo y “éxito” de las nuevas tecnologías. Actualmente la *web* ofrece la posibilidad de insertar imágenes, videos, audios, y contenido interactivo; lo cual podría influir en el grado de aceptación del contenido ofrecido en la red a los receptores.

Referente a esto, el profesor Alejandro López Beltrán de la Universidad Autónoma de México (UNAM), desarrolló una propuesta teórica de la comunicación multimedia, la cual surge a partir de la teoría de la comunicación de masas. Planteando que “los medios audiovisuales serán rebasados por otras tecnologías quienes otorgan una mayor participación de los sentidos, en la experiencia comunicativa”. (López, 2013: 14)

Por ejemplo, se plantea que en algún momento los libros, las revistas y los diarios impresos irán en desuso para ser sustituidos por nueva tecnología que brinda versiones en línea con el mismo contenido. “Las tecnologías impresas están sentenciadas a desaparecer, las nuevas tecnologías exhiben claramente la imposibilidad de los medios impresos para continuar”. (López, 2013: 14)

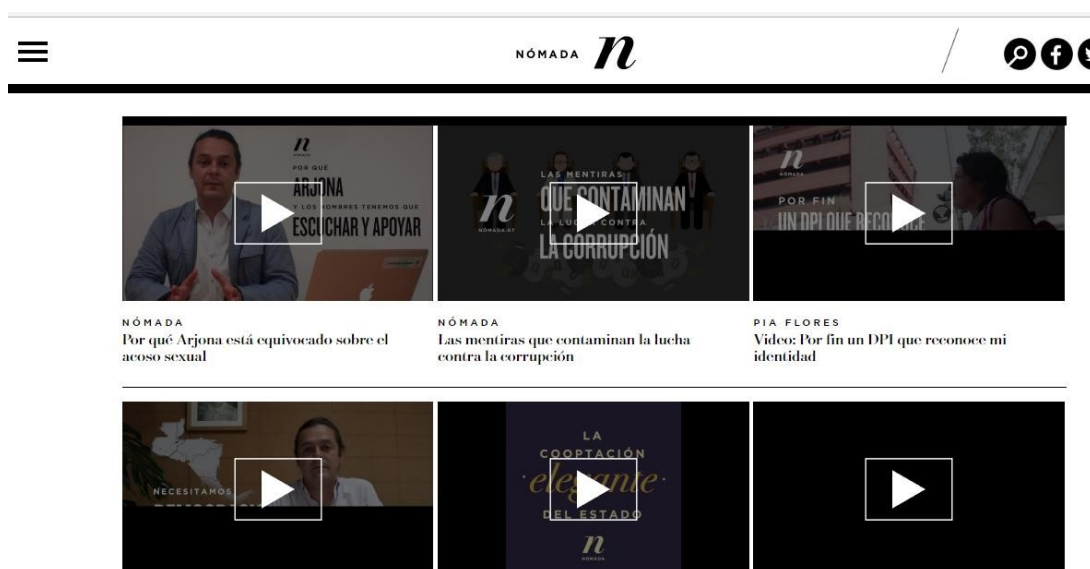
El Diccionario de la Real Academia Española (dle.rae.es) define al término “multimedia”: como un adjetivo “que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información”. En la actualidad los complementos multimedia, como fotografías, audios, videos se han convertido en piezas elementales del contenido publicado en la *internet*.

Al respecto, D'Adamo (2007), menciona que hay diferencia entre la naturaleza de los medios convencionales y digitales, pues la televisión y la radio son instrumentos “monovalentes” que transmiten imágenes y sonidos, mientras que el ordenador es parte de un mundo multimedia, interactivo y polivalente.



A diferencia de los medios impresos, como la prensa, los sitios de noticias “online” han ido dándole especial importancia a estos complementos. Algunos, incluso, tienen apartados especiales como es el caso de Soy 502 y Nómada, que tienen cada uno una sección denominada “videos” y “audiovisuales” respectivamente. Y aunque no tiene un espacio especial, República también utiliza este tipo de complementos en algunas de sus publicaciones. (Ver ilustraciones 4, 5 y 6)

#### Ilustración 4 Secciones multimedia Nómada



Fuente: nomada.gt

## Ilustración 5 Sección multimedia Soy 502

NOTICIAS	DINERO	FÚTBOL	+ DEPORTES	CIENCIA & TEC	TRENDING	FAMA	VIDA	VOCES	FOTOS	VIDEOS
----------	--------	--------	------------	---------------	----------	------	------	-------	-------	--------

### VIDEOS



Fuente soy502.com

En República, generalmente el contenido se acompaña de imágenes, tuits, publicaciones de *Instagram* o *Facebook*, audios, entre otros; que nos es posible adherir a través de los periódicos impresos. Además, podrían ser estos complementos los que le den soporte al grado de aceptación de cierto contenido, en determinado público objetivo.

Al respecto (Castañeda, 2002: 142) menciona: “a la inversa de la impresión en papel, la entrega de información por computadora parece ofrecer ventajas tanto para el proveedor de la información como para el lector”.

## Ilustración 6 Elementos multimedia en República

### ¿Ha muerto Maradona?, las redes explotan con imágenes y audios

Por Luis Gonzalez - 26 junio, 2018



### El audio a su pareja Rocío Oliva

Además, en las redes también circula un supuesto audio enviado por Maradona a su pareja Rocío Oliva, donde le habla para tranquilizarla y pedirle que reenvíe el mensaje para que todos sepan que se encuentran bien.



Fuente: República.gt

### 2.3 *Internet*

*Internet* es según (Dominick, 2000: 326): “la red de redes de computadoras. Se puede pensar en un sistema que combina computadoras de todo el mundo dentro de una gran computadora que se puede operar a través de una computadora personal”.

Talens detalla: “*internet* no es una red de computadores, similar a esa red de área local que conecta unas cuantas máquinas en la oficina, sino la madre de todas las redes, un entramado electrónico anárquico que se ha extendido incontrolablemente alrededor del globo y que conecta a una inmensidad de redes de características y localización muy distintas”. (1998: 2)

Castañeda (2002), detalla que la historia de la *internet* se remonta en los siguientes acontecimientos:

En 1957 el presidente de los Estados Unidos Dwight David Eisenhower, creó la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPA) con la cual pretendían lanzar satélites de vigilancia y comunicaciones, así como crear sistema de intercepción de misiles y diseñar estaciones espaciales y una base en la luna; sin embargo, poco tiempo después (al año siguiente) fue creada la NASA, absorbiendo todos los proyectos espaciales de ARPA.

A raíz de esto, ARPA se tuvo que ocupar de las computadoras y telecomunicaciones, lo cual en ese entonces no aparentaba tener mayor relevancia, tiempo después los científicos crearon la Red de comunicaciones ARPANET, que evolucionó y se convirtió en lo que hoy se conoce como *Internet*.

Posteriormente la Red fue entregada a la iniciativa privada. Los primeros servidores de ARPANET se conectaron en 1969 entre Cambridge y California, un año más tarde ya había 15 servidores. Una vez que se multiplicó el número de nodos, muchas personas de diversos medios empezaron a utilizar la Red para medios personales, sin embargo, en ese entonces era un espacio de información restringida y privilegiada.

Años más tarde, en 1990, apareció el *World Wide Web*, inventado por Tim Berners-Lee, el cual simplificó el uso de la Red, que se empezó a popularizar en la mitad de la década de los 90.

Según Talens (1998), la *World Wide Web*, abreviado frecuentemente como WWW o W3 es el servicio que más ha popularizado el uso de *internet*; que sirve como un integrador de información basado en páginas de hipertexto, escritas en lenguaje HTML, el cual consecutivamente permite incluir información multimedia como imágenes, sonidos, videos, entre otros.

### **2.3.1 Sitio *web***

Partiendo del término WWW, surge el concepto de “sitio *web*” que es un conjunto de páginas *web* desarrolladas en código HTML, relacionadas a un dominio de *Internet* el cual se puede visualizar en la *World Wide Web* (www) mediante los navegadores *web* o también llamados *browser* como ser *Chrome*, *Firefox*, *Edge*, *Opera* entre otros.

Según (Cux, 2018:30), “la página *web* se considera un depósito de información en línea y de gran escala donde los usuarios realizan búsquedas por medio de los navegadores en la *web*”.

## **2.4 Periodismo digital**

El término periodismo, es según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades.

Benítez (2000), afirma que el periodismo es un fenómeno de comunicación social que dejó de ser una actividad humana secundaria y complementaria; su evolución responde al progreso de los seres humanos y su necesidad por saber lo que acontecía en el ámbito que los rodeaba.

La actividad periodística pasó por diferentes etapas en las cuales autores como Felipe Pena de Oliveira (2009) en su libro Teoría del Periodismo y Raúl Rivadeneira (2005) con La Opinión Pública, coinciden:

- Manifestaciones orales
- Noticia manuscrita
- Desarrollo y revolución de la imprenta
- Noticias impresas (periódicas)

Ahora bien, otra de las etapas que revolucionó la actividad periodística fue el “periodismo digital” o también conocido como “ciberperiodismo”.

Edo (2009), menciona que en la década de los 90's los medios de comunicación, (sobre todo la prensa), se fueron incorporando a la red para abrirse nuevas posibilidades expresivas para el periodismo con la creación de modelos informativos distintos. En sus inicios el periodismo digital era similar al utilizado por los periódicos en su versión impresa; sin embargo, más adelante fueron incorporando imágenes, videos, entre otros.

Talens (1998), añade que la *internet* obligó a los medios de comunicación de masas a replantearse su papel en el espacio informativo. El cambio de formato permitió a los periódicos y revistas digitales ciertas características que se diferenciaban de la versión en papel. Por ejemplo, las noticias obsoletas dejaron paso a las de mayor actualidad, sin estar limitados por un cierre de edición como en los medios impresos.

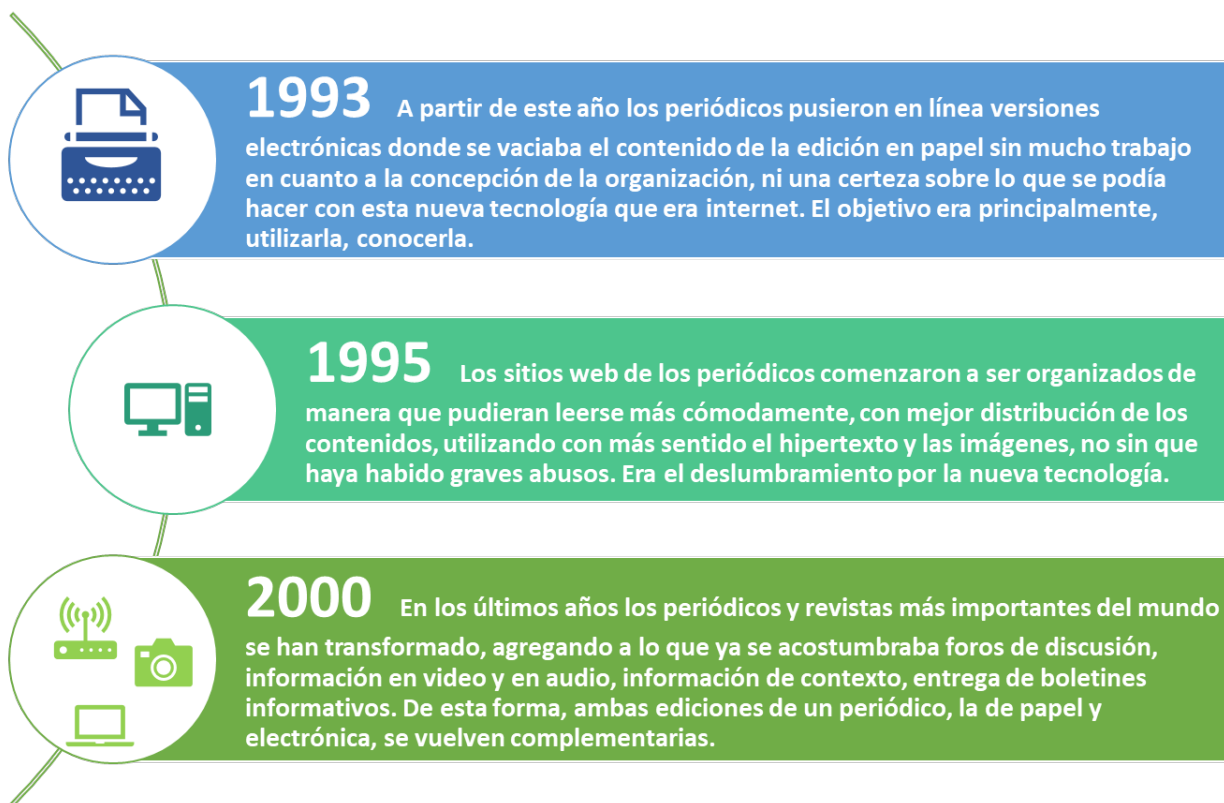
La prensa de Estados Unidos (EE. UU) fue la primera en utilizar la *internet* como nueva plataforma para difundir noticias. Según Islas (2002), en 1993 lanzaron su versión electrónica el *San José Mercuri News*, *The Washington Post* y la *Revista Time*; en 1994, 78 periódicos ya estaban en línea, entre éstos los más importantes de EE. UU. En 1995 habían alrededor de mil diarios en *internet* y para 1998 la suma ya superaba los 4500 sitios *web* periodísticos.

Islas (2002), agrega que, en la actualidad, los sitios *web* de periódicos y revistas, los más importantes de mundo, se han transformado, agregando foros de discusión, información en audio y video, contenido exclusivo del sitio y de forma cada vez más actualizada con inmediatez.

### 2.4.1 Trayecto del periodismo digital

Como se ha mencionado en el estudio, inicialmente el contenido que se ofrecía en las plataformas digitales era únicamente una versión adaptada “idéntica” a lo que se podía apreciar en los periódicos impresos; sin embargo, esto se fue transformando. Castañeda (2002), menciona las siguientes etapas:

#### Ilustración 7 Evolución del periodismo digital



Elaboración Propia. Fuente de contenido: Castañeda (2002) “Explorando el ciberperiodismo Iberoamericano”

## 2.4.2 Características del periodismo digital

Las características del periodismo digital, como la posibilidad de acceder a contenido adicional a través de enlaces, el espacio para interactuar, o la oportunidad de tener complementos multimedia como videos y audios; permiten que haya una amplia diferencia con los medios tradicionales.

Diversos autores han coincidido en varios aspectos que distinguen el periodismo digital del impreso. Aunque en ocasiones existen variaciones en los nombres que se les otorga, básicamente las ideas son similares, este es el caso de Edo (2009), Interiano (2016) y Salaverría (2005) quienes nombran de diferente forma las cualidades, pero la percepción es la misma.

- **Hipertexto**

En ocasiones, el contenido de los medio de comunicación genera interés en el público, a tal grado que son atraídos a conocer más del tema o bien, buscar información adicional. Es así como el hipertexto es uno de los aspectos que más aventaja a las plataformas digitales, pues ofrecen la posibilidad de acceder a más información a través de enlaces o *links*, incluidos en el texto.

A diferencia de los medios impresos, los sitios *web* no tienen límite de tiempo y espacio. En el caso de la prensa el lector tiene acceso al contenido de las páginas del periódico; en la radio o televisión, el público dispone únicamente de la información que se le ofrece en un momento concreto.

Si bien, cada página de *internet* cuenta con una idea propia de cómo enlazar al lector a otro contenido que podría interesarle; el fin es el mismo: darle más información de la que pueden ver en la pantalla, aún cuando esta sea de años anteriores.



En este aspecto, Soy 502 generalmente enlaza a sus usuarios con los términos “te puede interesar”, República lo hace con la frase “te recomendamos leer”; Nómada, lo hace a través de enlaces en las mismas palabras que forman parte del cuerpo del texto, resaltandolas de un color distinto, para que el lector reconozca que al presionarlas tendrá información extra o la base de donde se obtuvo la información. (Ver anexo 1)

- **Hipermedia**

Según Edo, “pero cuando además de las series visuales del periodismo escrito se utilizan el sonido, el video y los gráficos interactivos y se ofrece al público una información periodística que se puede considerar multimedia, no podemos referirnos solo al hipertexto. Puesto que se utilizan todos los soportes hay que hablar del hipermedia que, aplicando las mismas técnicas, hace compatibles el texto, el sonido, las imágenes fijas o en movimiento y los gráficos”. (2009: 41)

A diferencia del hipertexto, este termino se refiere a los distintos compoteneses que se enlazan por hipervínculos; además de permitir incluir gráficos, audios y videos. Como resalta Aleu (2017), las imágenes, grabaciones de voz, videos, entre otros elementos multimedia, han permitido que más personas logren estar interconectadas alrededor del mundo.

Interiano (2016), se refiere a este aspecto como “multimedia” agregando que los sitios virtuales son una especie de fusión de medios tradicionales como la prensa, la radio y la televisión; además de infografías y otros recursos visuales que se utilizan de complemento en el contenido.

Por su parte (Salaverría, 2005: 32), cataloga a esta característica como “multimedialidad” y la define como “la capacidad, otorgada por el soporte digital, de combinar en un solo mensaje al menos dos de los tres siguientes elementos: texto, imagen y sonido”.

Para Salaverría (2005), el término multimedia no aplica, pues este también puede referirse a la prensa y la televisión. Por lo tanto, multimedialidad es un concepto que va más allá.

- **Inmediatez**

Hoy en día es posible obtener información en tiempo real, además de poder recibir información de “última hora” para la cual, los medios digitales de la actualidad tienen diferentes opciones. Algunos, envían mensajes a través correo electrónico, siempre y cuando el lector se haya suscrito a un boletín de noticias; o notificaciones en las propias PC, igualmente, siempre que el usuario otorgue el permiso a través de la configuración de las páginas; además del uso de las redes sociales, que permiten compartir información a la brevedad, después de haberse publicado la información.

En el caso de Soy 502, República y Nómada, no existe la opción para suscribirse y recibir información de última hora en el correo electrónico; sin embargo, en el caso de República y Soy 502, la inmediatez se refleja en las redes sociales y en la actualización que hacen en sus portales.

- **Interactividad**

En este aspecto juegan un papel importante las redes sociales, además de que cada sitio generalmente cuenta con un espacio para que los lectores opinen sobre las noticias, reportajes, entrevistas, u otro tipo de contenido, en el propio sitio *web*. Esta es otra de las características que aventaja a los medios digitales de los tradicionales. En la prensa, no es posible tener un espacio para emitir ideas relacionadas con las notas; en la televisión y la radio, sí es posible, aunque limitadamente pues el público opinará, siempre y cuando, el locutor o el periodista le de espacio de hacerlo.

- **Universalidad**

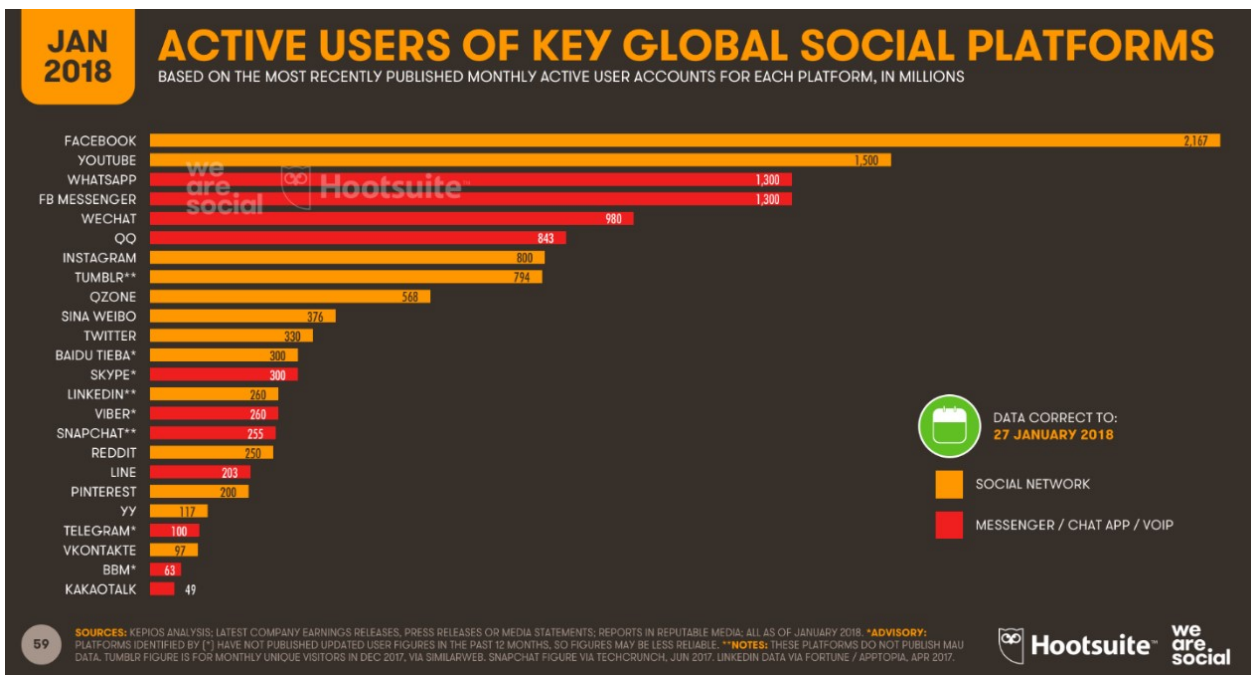
Atinadamente, Interiano (2016) incluye la universalidad como característica del periodismo digital. Pues gracias a la *internet*, las personas pueden ingresar a un medio de comunicación en cualquier lado del mundo, eliminando las distancias de tiempo y espacio.

## 2.5 Las redes sociales y el periodismo digital

Las redes sociales surgieron como plataformas de interacción entre personas; a raíz del sitio classmates.com (en 1995) cuyo fin fue desde un principio que los usuarios pudieran encontrar a compañeros de estudio, incluso desde el jardín de infantes. Posteriormente nacieron, otros sitios como sixdegrees.com; LinkedIn (2002), MySpace (2003), Hi5 (2003), Facebook (2004), YouTube (2005), Twitter (2006), WhatsApp (2009), Instagram (2010), Snapchat y Google+ (2011), por citar algunos. De estas, sin embargo, según el sitio marketingdecontenidos.com algunas de las más exitosas, por su crecimiento continuo y popularidad son Facebook e Instagram.

Según un estudio de las empresas We Are Social (wearesocial.com) y Hootsuite, hasta principios del 2018, Facebook contaba con 2167 millones de usuarios activos; YouTube con más de 1500 millones, Instagram, más de 800 millones; Twitter más de 320 millones, LinkedIn, más de 260 millones y Snapchat, más de 255 millones.

Ilustración 8 Usuarios activos de plataformas sociales



Fuente: marketingdecontenidos.com

Además de ser herramientas de interacción personal, algunas han sido optimizadas por empresas, instituciones y organizaciones como medios de comunicación.

Para los periodistas, las redes sociales son una herramienta de recolección y difusión de información. Tal como afirma una publicación de ABC (abc.es) titulada “Cómo influyen las redes sociales en el periodismo”: “Las redes sociales se han convertido en un vehículo de distribución incomparable para la incalculable cantidad de contenido que hay en *internet*, y de hecho han ocasionado la creación de más vídeos, textos, blogs, fotografías, infografías, etc”.

Además, las redes sociales son elementos que permiten al periodismo digital cumplir con dos de sus características principales: la inmediatez y la participación de los usuarios (interacción).

## 2.6 Periodismo digital en Guatemala

A continuación, se presenta una cronología sobre la incursión de los principales medios de comunicación a través de la *internet*:

**Matriz 1 Incursión de periódicos de Guatemala en la *web***

Versión digital	Periódico	Plataforma <i>Web</i>	Versión impresa
1996	Prensa Libre	prensalibre.com	1951
1998	Siglo 21	s21.gt/	1990
2000	Diario La Hora	lahora.com.gt	1920
2003	El Periódico	elperiodico.com.gt/	1996
2003	D. de Centroamérica	dca.gob.gt/	1880

Fuente: elaboración propia. Contenido: Jorge Mario Barrios Ochoa (2004), “Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo en Guatemala”

Según García (2013), la primera página de noticias del país fue la de Prensa Libre; que en sus inicios podía calificarse como un periodismo digital incipiente, en etapa inicial de lo que posteriormente sería complementado con contenido multimedia.

A diferencia de los medios anteriores, los cuales lanzaron su primera versión impresa antes del siglo XXI, algunos medios de comunicación se introdujeron a través de la *web*. Entre estos República, Soy 502 y el Nómada, objetos de análisis en el presente estudio.

### **2.6.1 Soy 502**

Esta plataforma fue creada en el año 2013, bajo este nombre, por ser el código de área de Guatemala. Según su sitio *web* (soy502.com) son un espacio que busca convertirse en referencia informativa para internautas guatemaltecos, incluyendo a quienes están en el extranjero.

Su diseño se caracteriza por estar orientado a una audiencia que demanda información multimedia de calidad mundial, en una plataforma con diferentes opciones para navegar desde cualquier dispositivo. Su público objetivo son jóvenes urbanos entre 18 a 35 años, catalogados como ABC+.

- **Redes sociales Soy 502**

Hasta el 14 de enero del 2018, 2 millones 200 mil personas habían dado “me gusta” a su fan page de *Facebook*. En la misma fecha, en *Twitter* contaban con 299 mil seguidores. Poco más de cinco meses después, al 3 de julio, la fan page contaba con más de 2 millones 300 mil “me gusta”, es decir 100 mil más que la primera fecha de consulta. Respecto a *Twitter*, en la segunda fecha citada, contaban con 344 mil seguidores, 45 mil más.

En promedio, publican 74 veces en *Twitter*; de estas alrededor de 55 se utilizan para compartir enlaces de notas publicadas en su portal; y 50 en *Facebook*, de éstas la mayoría fueron para compartir noticias de su sitio *web*.

## Ilustración 9 Twitter Soy 502



Fuente: @soy\_502

## Ilustración 10 Facebook Soy 502



Fuente: es-la.Facebook.com/Soy 502

### 2.6.2 República

Esta plataforma surgió en octubre del 2013 bajo el nombre República GT, fue el primer diario 100% digital. Según expone el portal (republica.gt) los pilares del medio proponen el rescate y fortalecimiento de valores republicanos.

El sitio *web*, fue actualizado, cambiando su nombre a República, pero con la misma dirección *web*. Entre su contenido incluyen generalmente elementos multimedia que complementan la información, como imágenes, videos o documentos.

- **Redes sociales República**

Hasta el 14 de enero del 2018, República contaba con más de 152 mil personas que habían indicado que les gustaba su página de *Facebook*. En la misma fecha, en *Twitter* contaban con más de 21 mil seguidores. Tras más de cinco meses, al 3 de julio, la fan page contaba con más de 161 mil “me gusta”, una diferencia de 9 mil. En *Twitter* el número de seguidores era de 24 mil, con un incremento de 3 mil.

Un total de 124 publicaciones se realizan en promedio diariamente en *Twitter*; de estas alrededor de 10 se hacen para compartir notas de su portal, el resto para compartir información sin ningún enlace. Por su parte en *Facebook* fueron 46, de estas 22 fueron para difundir noticias y artículos de opinión publicados en su sitio *web*, las otras se realizaron para compartir información sin enlace, además de videos en vivo.

### Ilustración 11 Facebook República



Fuente: es-la.*Facebook.com/republicaguatemala*

Ilustración 12 *Twitter* República



Fuente: @republicagt

### 2.6.3 Nómada

Nómada fue fundado en agosto del 2014 por Martín Rodríguez Pellecer. En el sitio *web*, (nomada.gt), destacan que el equipo lo integran 20 personas, y una comunidad de 150 mil seguidores en redes sociales y un millón de visitas trimestrales.

Según refirió Carolina de Assis en el sitio *web* del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas (2017: knightcenter.utexas.edu), Rodríguez afirmó que la fundación de Nómada se dio pensando en un medio que ayudara a “avanzar a la sociedad de vanguardia, más transparente, más abierta al mundo y más progresista”.

Entre las secciones y temas centrales de Nómada, se incluye: política, temas sociales del país urbanos y rurales, cuestiones de identidad, feminismo y sexualidad.



- **Redes sociales Nómada**

Hasta el 14 de enero del 2018, Nómada contaba con más de 148 mil personas que habían indicado que les gustaba su fan page de *Facebook*. En la misma fecha, en *Twitter* contaban con 86 mil seguidores. Al 3 de julio, la fan page contaba con 157 “me gusta”, un aumento de 9 mil respecto a la segunda fecha de consulta. En *Twitter* el crecimiento fue de 3 mil, pues contaba a la fecha mencionada con 89 mil seguidores.

En promedio, las publicaciones de *Twitter* diariamente son 30; de éstas, 17 son para compartir el contenido de su portal; pero este es el mismo en dos o tres ocasiones, es decir el total de notas nuevas publicadas por día son en promedio 7. En *Facebook* se comparten diariamente 7 publicaciones, que corresponden a enlaces del contenido de su sitio *web*.

**Ilustración 13 Facebook Nómada**



Fuente: [es-la.facebook.com/nomadagt](https://es-la.facebook.com/nomadagt)

## Ilustración 14 Twitter Nómada



Fuente: @nomadagt

### 2.6.4 Posicionamiento de los medios digitales en Guatemala

En el informe “Los medios digitales: Guatemala” publicado en el 2013, *Open Society Foundations*, destacó que para ese periodo el desarrollo de la infraestructura básica para el acceso a *internet* se encontraba en etapa inicial; por lo tanto, un nuevo modelo emergente de periodismo de investigación, dependiente de plataformas digitales, aún tenía impacto limitado. Como ejemplo de este tipo de periodismo mencionan a Plaza Pública.

Además, hacen referencia a los sitios *web* más populares, al 2013, según Alexa (Alexa.com) una herramienta que proporciona datos de tráfico, clasificaciones globales y otra información referente al comportamiento de navegación de usuarios individuales en los sitios *web*. Para ese año, las plataformas que completaban el listado eran: *Facebook*, *Google*, *Google Guatemala*, *Windows Live*; *YouTube*, *Yahoo!*, *MSN*, *Blogger.com*, *Wikipedia* y *Taringa*.

Ninguno de los sitios de noticias nacionales, figuraba en los puestos más altos de preferencia; el más cercano era Prensa Libre, ubicado en el puesto 11, seguido de El Periódico en el 19.

Sin embargo, con el paso de los años los “medios digitales” han ganado posición pues cinco años más tarde, Alexa.com incluye entre los diez sitios “más populares” a cuatro de los sitios *web* de noticias nacionales: Prensa Libre, Soy 502, ChapinTV y Publinews. Nómada y República, no aparecen en el listado de los 50. (Ver Anexo 5)

Con esto se deduce que el “impacto limitado” al cual hacía referencia *Open Society Foundations*, no es el mismo en la época actual; pues cada vez más la relevancia que los sitios *web* de noticias tienen para los usuarios se refuerza.

## **Capítulo 3**

### **3 Marco Metodológico**

#### **3.1 Método**

El estudio se realizó en base a la opinión de un grupo de estudiantes de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos; a partir de esto se desarrollaron las conclusiones del tema evaluado: el uso de las plataformas digitales Soy 502, República y Nómada.

El método utilizado fue el inductivo, que consiste en basarse en premisas o enunciados singulares para plantear enunciados universales. Éste se usa generalmente en las ciencias sociales y se caracteriza por ir de lo particular a lo general.

En ese caso, el método fue aplicable al estudio pues a raíz de las respuestas que dieron los estudiantes del quinto semestre de periodismo, jornada sabatina y nocturna; se desarrollaron las conclusiones generales del tema; sin evaluar al 100% de los estudiantes de la carrera técnica, pues se dejaron fuera estudiantes del primer y tercer semestre.

#### **3.2 Tipo de investigación**

El estudio fue de carácter mixto.

Fue cuantitativo pues se utilizó información numérica, para elaborar los resultados del estudio. Por ejemplo, después de que los universitarios respondieran a las preguntas, se hizo un conteo de datos para poder representar a través de gráficas las respuestas brindadas para cada interrogante y exponer de forma más clara los resultados. Tal como afirma (Piloña, 2017: 13): “una investigación

de carácter cuantitativo pone énfasis en la recolección de datos con instrumentos que faciliten el acopio, el ordenamiento, la codificación, sumarización y el análisis estadístico de los mismos”.

También fue de tipo cualitativo, pues una parte del estudio se basó en la recolección de datos bibliográficos para conocer y desarrollar información teórica y conceptual relacionada con el tema. En este caso, se buscaron fuentes que proporcionaran antecedentes y datos sobre los medios digitales y las teorías propuestas en la tesis.

El mismo autor enfatiza que el enfoque mixto de una investigación “reúne las ventajas de ambos enfoques ya que, sin perder las ventajas de cuantificar los datos, toma en cuenta los aspectos cualitativos del fenómeno”.

### **3.3 Objetivos**

#### **3.3.1 General:**

Comparar la opinión de los estudiantes del quinto semestre de periodismo de la Universidad de San Carlos, sobre los medios digitales Soy 502 República y Nómada.

#### **3.3.2 Específicos:**

- Indagar si los estudiantes prefieren recurrir a medios digitales como fuente de información, o a medios tradicionales como prensa, radio y televisión.
- Determinar si los estudiantes leen con frecuencia el contenido de alguna o de todas las plataformas en objeto de estudio: Nómada, República y Soy 502.

- Distinguir cuál de las tres plataformas Soy 502, República o Nómada, es mejor evaluada por los estudiantes de periodismo, tomando en cuenta las respuestas a las preguntas planteadas a través de la encuesta.
- Identificar cuáles son los aspectos que influyen en la decisión de los estudiantes para leer el contenido de la plataforma digital de su preferencia (diseño *web*, tipo de contenido, uso de elementos multimedia, etc.).
- Establecer si hay algún aspecto que los estudiantes califiquen negativamente en los medios, objeto de estudio.

### 3.4 Técnica

Para el desarrollo del estudio se utilizó recopilación bibliográfica y encuesta.

La recopilación documental tiene como finalidad obtener información en diversos escritos sobre el desarrollo histórico y las características del tema central, los medios de comunicación digital; se consultarán fuentes diversas como tesis, libros, revistas y documentos *web*.

También se determinó el uso de encuestas que permitieron brindarle una serie de opciones a los estudiantes incluidos en el estudio, con el objeto de conocer su opinión sobre distintos elementos relacionados a las tres plataformas digitales que forman parte del objeto de estudio.

Según Piloña (2017), la encuesta es la técnica que se utiliza para adquirir información de un grupo o parte de una población, esta consiste en indagar o interrogar a determinadas personas a través de un cuestionario que se prepara previamente, se califica y es sometido a prueba según los objetivos que se quieran alcanzar.

### **3.5 Instrumento**

Para ejecutar las técnicas seleccionadas se utilizaron fichas bibliográficas donde se escribió ordenadamente la información recopilada, para facilitar la consolidación, redacción y análisis del contenido. Por su parte el cuestionario sirvió para interrogar a los universitarios a través de encuestas.

### **3.6 Población y muestra**

La población del estudio la abarcaron los estudiantes del quinto semestre de periodismo, ciclo 2018, de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La muestra se estableció a conveniencia, tomando en cuenta a la totalidad de alumnos asignados a las jornadas nocturna y PAD, siendo en total 94.

#### **3.6.1 Procedimiento**

El instrumento se aplicó a los estudiantes del quinto semestre de periodismo, de las jornadas nocturna y PAD, durante el desarrollo del curso de Estadística Aplicada.

Posteriormente los datos obtenidos fueron tabulados, para la elaboración de gráficas donde se presentan los resultados que reflejan la opinión de los estudiantes.

## Capítulo 4

### 4 Análisis de resultados

Las encuestas se desarrollaron durante el curso Estadística Aplicada a cargo del Licenciado Hugo Pérez Caal, quien destacó que los estudiantes inscritos, en base a las actas de fin de curso eran: 51 en la jornada nocturna (22 hombres y 29 mujeres) además de 43 en el PAD (18 hombres y 25 mujeres), siendo en total 94 alumnos. De ellos, fueron encuestados 68 universitarios, quienes se encontraban presentes en el aula al momento de desarrollar el trabajo de campo.

1. ¿Generalmente, a qué tipo de medio de comunicación recurre para informarse?

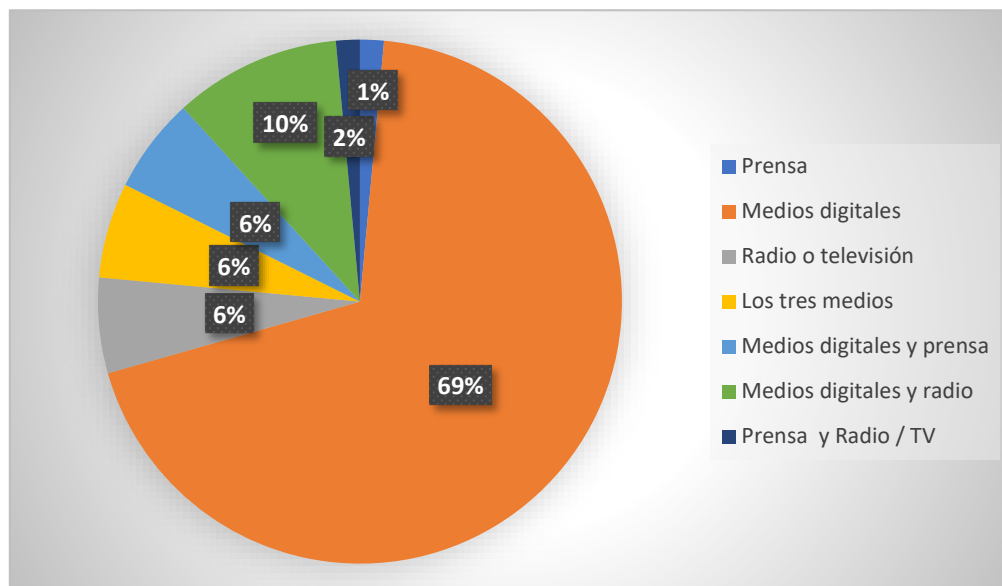
**Tabla 1 Medios de información**

<b>Respuestas</b>	<b>% Mujeres</b>	<b>% Hombres</b>	<b>%</b>
Prensa	0%	1%	1%
Medios digitales	41%	28%	69%
Radio o televisión	4%	1%	6%
Los tres medios	3%	3%	6%
Medios digitales y prensa	4%	1%	6%
Medios digitales y radio	9%	1%	10%
Prensa y Radio / TV	0%	1%	1%
<b>Total</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia



**Gráfica 1**



Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

De los estudiantes encuestados, el 69% afirmó que los medios digitales son la fuente a la que más recurren para informarse, además un 24% afirmó que simultáneamente prefieren las fuentes digitales y alguno de los medios convencionales detallados en la encuesta: prensa, radio o televisión. Con esto se deduce que los universitarios prefieren acceder a la internet para informarse.

Esto coincide con lo planteado por López (2013), quien desarrolló una propuesta teórica relacionada con la comunicación multimedia; afirmando que en algún momento los diarios impresos irán en desuso para ser sustituidos por nueva tecnología que da mayor participación a los sentidos.

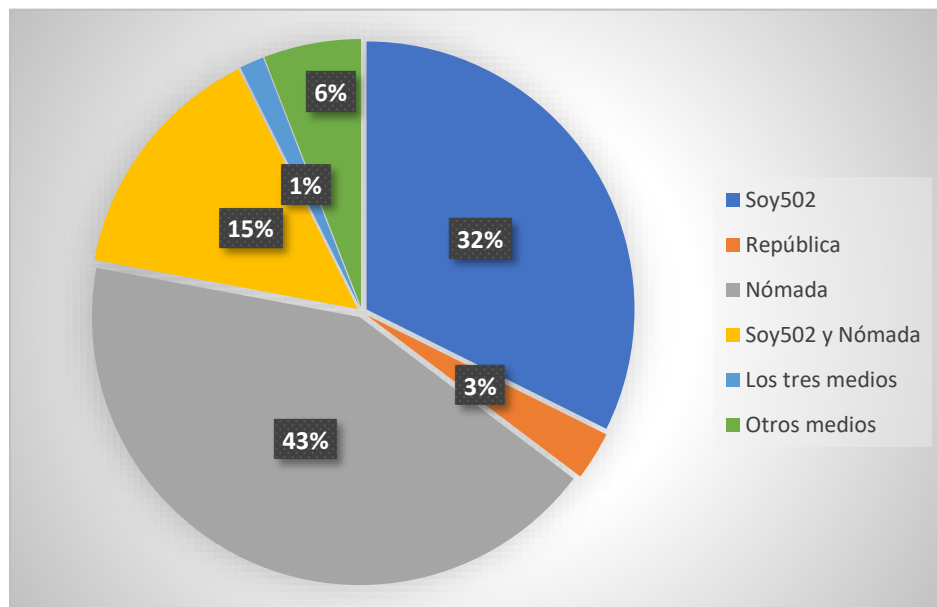
2. ¿Cuál es la plataforma en versión digital de su preferencia? Si no está en este listado, puede añadirla.

**Tabla 2 Plataformas digitales de preferencia**

Respuestas	% Hombres	% Mujeres	%
Soy 502	16%	16%	32%
República	1%	1%	3%
Nómada	12%	31%	43%
Soy 502 y Nómada	1%	13%	15%
Los tres medios	1%	0%	1%
Otros medios	6%	0%	6%
<b>Total</b>	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 2**



Fuente: elaboración propia

### Interpretación:

Los estudiantes que seleccionaron la opción “otro” indicaron que sus medios digitales de preferencia son Emisoras Unidas, El Periódico y Prensa Libre (2), los cuales no forman parte del objeto de estudio.

A nivel general, Nómada tuvo mayor porcentaje de aceptación; sin embargo, al obtener los resultados por género se constató que quienes mostraron más interés por este medio fueron las mujeres. Nómada se autodefine como un medio “feminista”, con lo cual se deduce que los estudiantes que expresaron su gusto por la plataforma también podrían ser afines a este pensamiento, basado en exigir la igualdad de derechos de las mujeres frente a los hombres.

Por su parte, los hombres mostraron más interés por Soy 502, es decir, el contenido que ellos generan puede resultar más atractivo para este grupo. Mientras República, tuvo un porcentaje menor de preferencia, respecto a los otros dos medios en objeto de estudio.

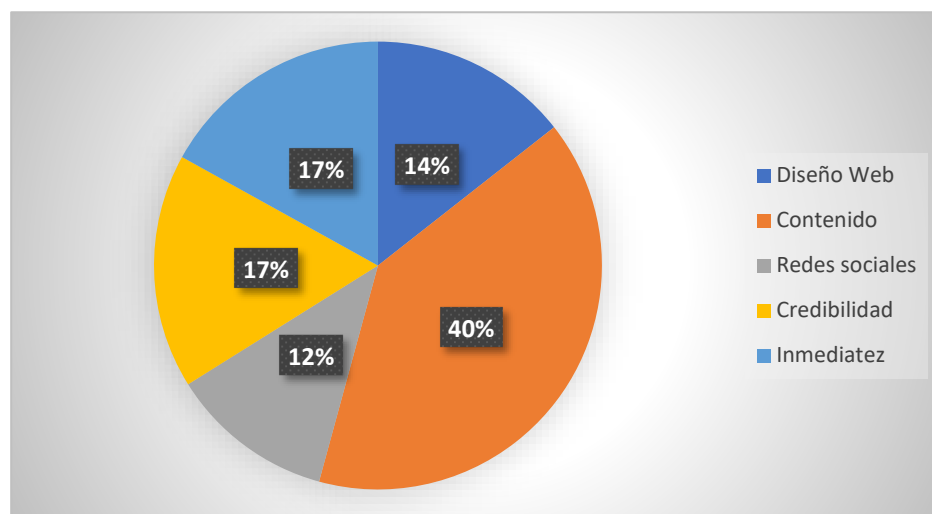
3. ¿Cuál es el aspecto que más le atrae del medio seleccionado en la pregunta anterior? Puede marcar más de una opción.

**Tabla 3 Aspecto más atrayente de medios digitales**

Respuestas	% Hombres	% Mujeres	%
Diseño <i>Web</i>	7%	8%	14%
Contenido	11%	29%	40%
Redes sociales	6%	6%	12%
Credibilidad	5%	12%	17%
Inmediatez	8%	9%	17%
<b>Totales</b>	<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 3**



Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

En este aspecto también se evidencia una diferencia respecto al género, pues se constató en las encuestas, que las estudiantes valoran más el contenido, seguido de la credibilidad; por su parte los hombres le dan más relevancia al contenido y a la inmediatez.

Lo anterior también permite deducir que para las mujeres Nómada es un medio con mayor credibilidad que Soy 502 y República; mientras Soy 502 es una plataforma con mayor inmediatez.

### **Respuesta por cada medio:**

En las tablas y gráficas presentadas a continuación (por cada medio), se incluyen únicamente los datos de las personas que indicaron tenerlos como plataforma de su preferencia. Por ejemplo, en la tabla 4 y gráfica 4, el 100% son todos los estudiantes que indicaron que Soy 502 es su sitio preferido.

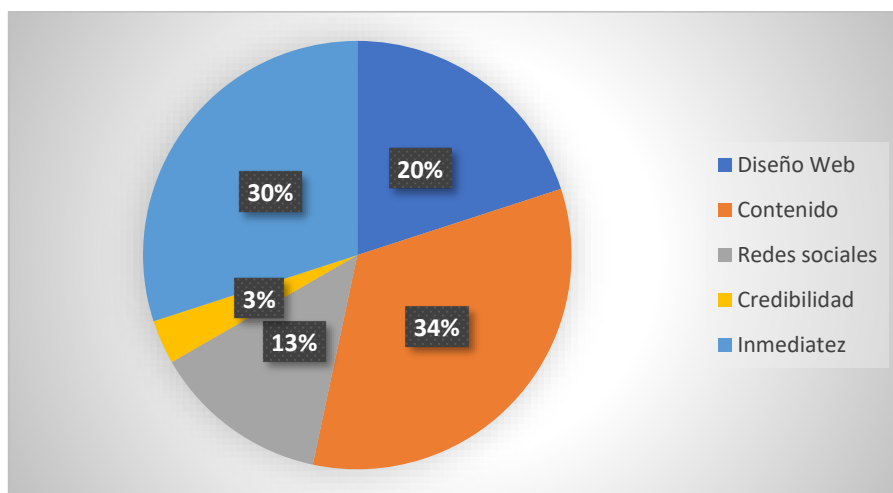
## Soy 502

**Tabla 4 Aspectos más atractivos de Soy 502**

Respuestas	%
Diseño <i>Web</i>	20%
Contenido	33%
Redes sociales	13%
Credibilidad	3%
Inmediatez	30%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 4**



Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

La inmediatez y el contenido son los aspectos más favorables de Soy 502, según el grupo de estudiantes que lo seleccionó como medio de su preferencia. Además, destaca que la credibilidad no es uno de los puntos fuertes de este medio.

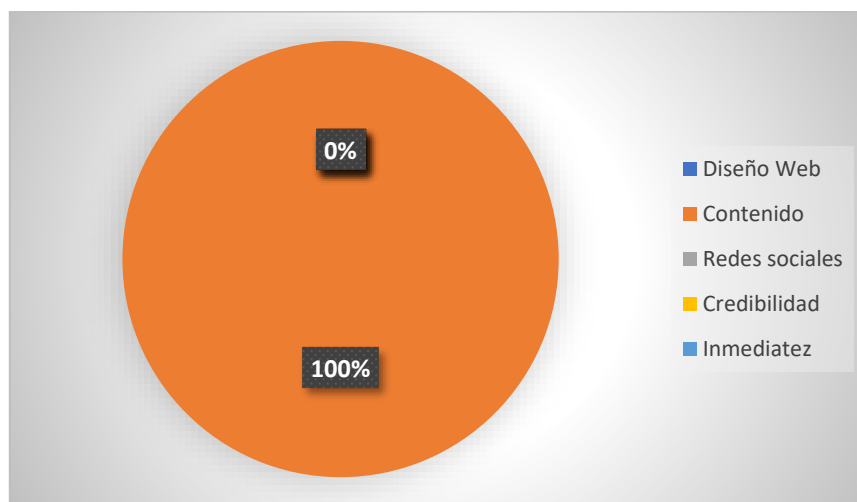
## República

**Tabla 5 Aspectos más atractivos de República**

Respuestas	%
Diseño <i>Web</i>	0%
Contenido	100%
Redes sociales	0%
Credibilidad	0%
Inmediatez	0%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 5**



Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

Las únicas dos personas que seleccionaron a República, como medio de su preferencia, indicaron que el aspecto que más valoran es su contenido. Ninguno seleccionó otro aspecto de forma como el diseño *web* o el uso de redes sociales. Además, se pudo constatar que, a diferencia de Soy 502 y

Nómada; el diseño *web* de República es uno de los factores que menos atrae a los estudiantes para la lectura de su contenido. (Ver gráfica 12)

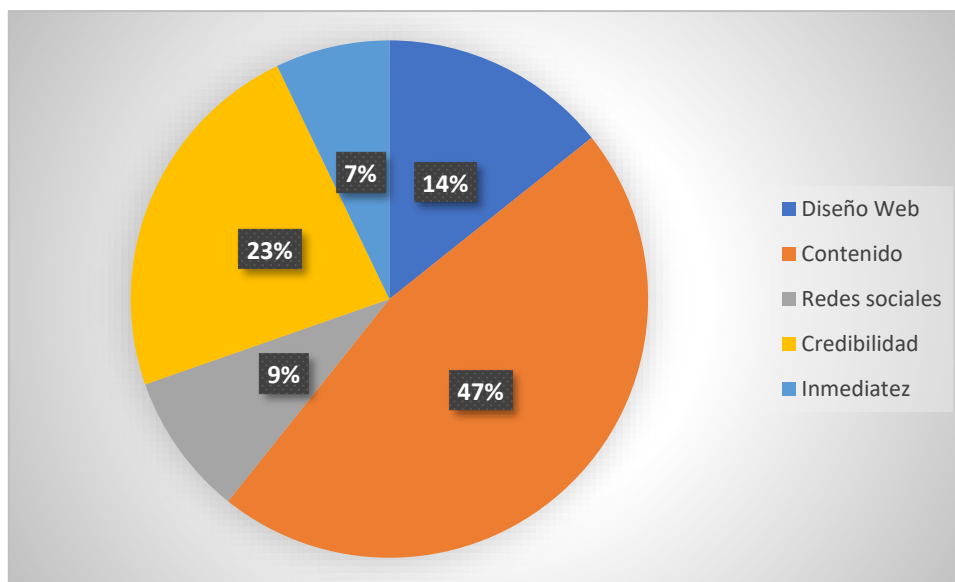
## Nómada

**Tabla 6 Aspectos más atractivos de Nómada**

Respuestas	%
Diseño <i>Web</i>	14%
Contenido	46%
Redes sociales	9%
Credibilidad	23%
Inmediatez	7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 6**



Fuente: elaboración propia

## Interpretación:

De Nómada, los aspectos que más son valorados son el contenido y la credibilidad; seguido del diseño *web*. Mientras el uso de sus redes sociales e inmediatez son poco estimadas; esto podría ser porque Nómada es un medio investigativo, cuyo contenido generalmente son reportajes, entrevistas o videoblogs.

Además el valor que le dieron los universitarios a las redes sociales de Nómada, podría deberse a que ellos son un medio con menor número de publicaciones en sus redes sociales; en comparación con Soy 502 y República; pues según lo observado durante el periodo en que se desarrolló el estudio: en promedio, las publicaciones de *Twitter* diariamente son 30; de éstas, 17 son para compartir el contenido de su portal; pero este es el mismo en dos o tres ocasiones, es decir el total de notas nuevas publicadas por día son en promedio 7. En *Facebook* se comparten diariamente 7 publicaciones, que corresponden a enlaces del contenido de su sitio *web*.

4. ¿Cuánto tiempo dedica diariamente, a la lectura de contenido en el medio de su preferencia?

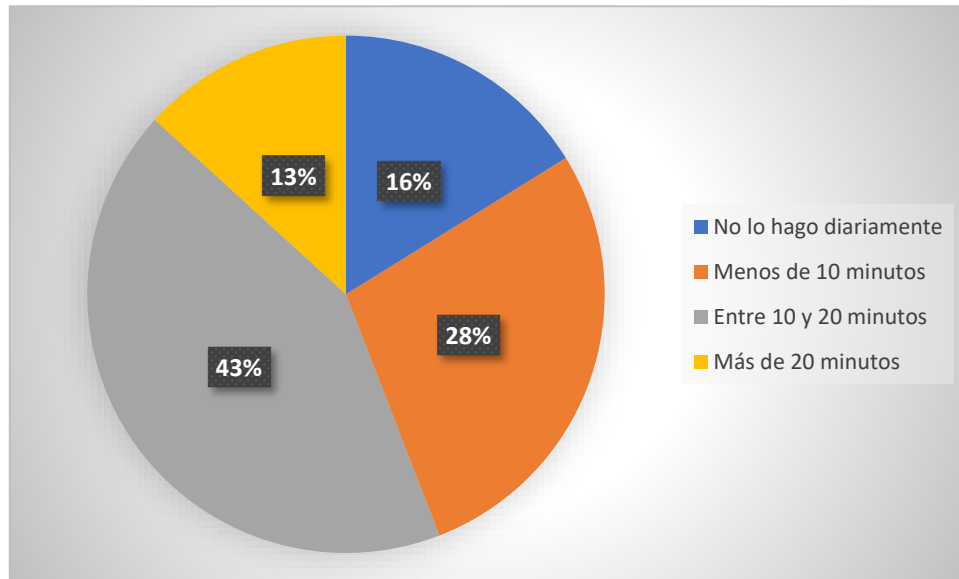
**Tabla 7 Tiempo de lectura en medios digitales**

<b>Respuestas</b>	<b>% Hombres</b>	<b>% Mujeres</b>	<b>%</b>
No lo hago diariamente	7%	9%	16%
Menos de 10 minutos	15%	13%	28%
Entre 10 y 20 minutos	12%	31%	43%
Más de 20 minutos	4%	9%	13%
<b>Totales</b>	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia



**Gráfica 7**



Fuente: elaboración propia

### **Interpretación:**

Más del 80% de estudiantes dedica un tiempo diariamente a la lectura de contenido en medios digitales. Esto confirma la respuesta que los estudiantes dieron sobre la preferencia de los medios digitales como fuente de información, en la pregunta 1. (Ver tabla 1 y gráfica 1)

El 60% del grupo de estudiantes que no lee diariamente contenido en sitios *web*, afirmó que cuando lo hacen es a través de publicaciones en redes sociales que les interesan; es decir, las redes sociales constituyen una herramienta para atraer a los estudiantes a leer, especialmente cuando una persona no ingresa por cuenta propia a revisar qué acontecimientos o información pudieran interesarle.

En este aspecto, se puede determinar que Soy 502 tiene más ventaja para lograr atraer al público que lee con menos frecuencia, a través del atractivo que generen en sus redes sociales. Nómada y República, tienen menos posibilidades, pues como anteriormente se constató, el uso de las redes de ambos no constituye un factor determinante para incentivar a la lectura de su contenido.

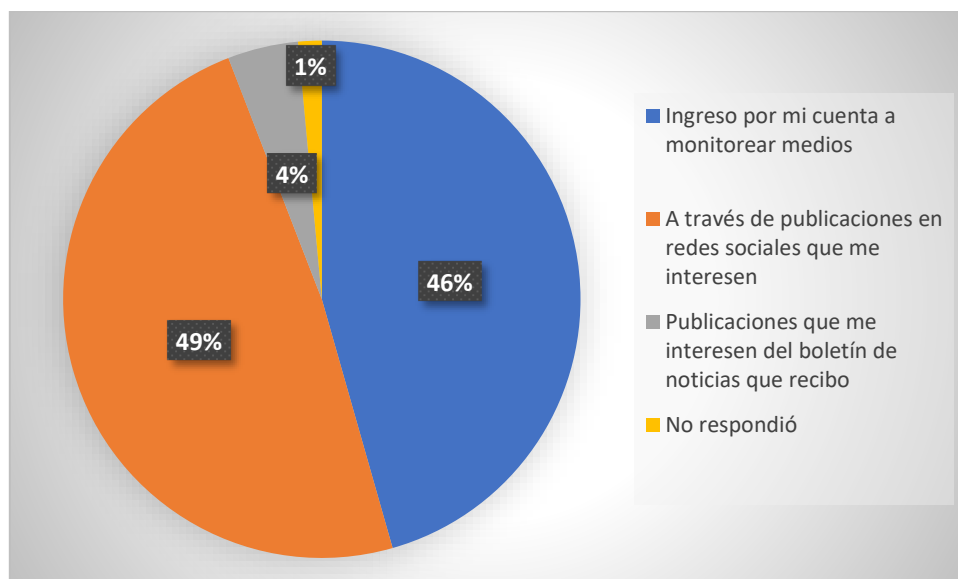
5. ¿Generalmente, qué factor le motiva a leer información a través de un medio digital?

**Tabla 8 Monitoreo de medios digitales**

Respuestas	% Hombres	% Mujeres	%
Ingreso por mi cuenta a monitorear medios	15%	31%	46%
A través de publicaciones en redes sociales que me interesen	22%	26%	49%
Publicaciones que me interesen del boletín de noticias que recibo	0%	4%	4%
No respondió	1%	0%	1%
<b>Totales</b>	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 8**



Fuente: elaboración propia

## Interpretación:

Las redes sociales constituyen una herramienta para incentivar a la lectura del contenido; como planteó Juan Soto Ivars (2016) en su artículo de opinión ¿A cuántas de estas estupideces dedicaste unas horas de tu vida? a través de El Confidencial: las redes sociales nos dan “poder” para manejar a la actualidad, es decir nos dan acceso a nuevo conocimiento para manejar la actualidad, pues ya depende del usuario si bloquea o deja pasar la información a la cual enlazan.

En este apartado se constató que el manejo que los medios de comunicación les den a sus redes sociales, son determinantes para que los usuarios accedan o pasan por alto la gama de información que publican.

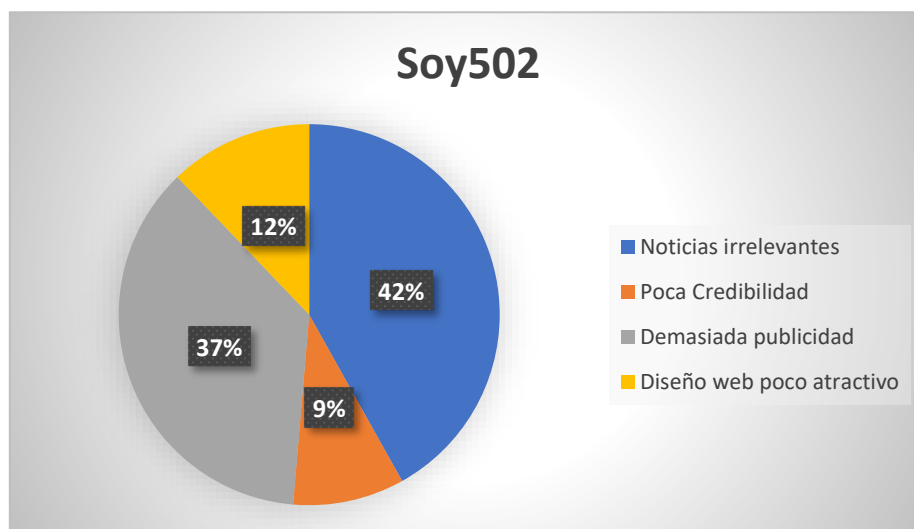
6. Seleccione si hay algún aspecto que le desagrade de los siguientes medios, puede marcar más de uno.

**Tabla 9 Factores negativos de Soy 502, República y Nómada**

<b>Medio</b>	<b>% Noticias irrelevantes</b>	<b>% Poca Credibilidad</b>	<b>% Demasiada publicidad</b>	<b>% Diseño <i>web</i> poco atractivo</b>
Soy 502	42%	9%	37%	12%
República	16%	9%	16%	59%
Nómada	7%	15%	4%	74%

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 9**



Fuente: elaboración propia

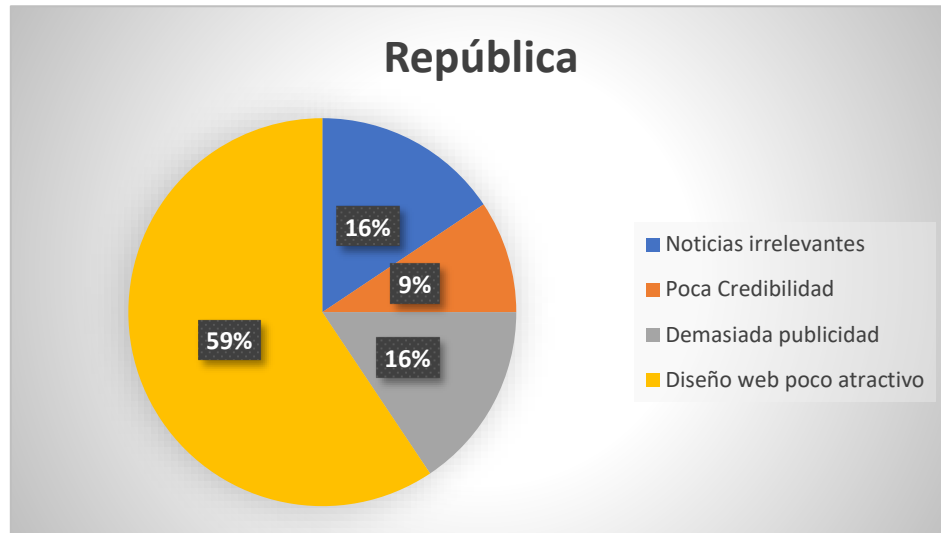
**Interpretación:**

Las noticias irrelevantes y la publicidad son los aspectos peores calificados para Soy 502; pero, de los que marcaron que el medio publica notas irrelevantes, el 50% marcó que es su plataforma de preferencia, respecto a República y Nómada; denotando que a pesar de considerar algún contenido como “no importante” esto no influye para que los universitarios dejen de leer su contenido.

Observando las redes sociales de Soy 502, las reacciones positivas se dan en las noticias que afectan directamente a los usuarios o bien temas de interés, como el tránsito, política o deporte; mientras los temas de farándula o notas “insólitas” son las que más tienden a recibir comentarios negativos que cuestionan la poca relevancia que tienen.

A diferencia de “las noticias irrelevantes” las cuales no influyen totalmente para que los estudiantes dejen de leer el contenido de Soy 502; la credibilidad sí lo hace pues se constató que todos los universitarios que marcaron que la información del portal tiene “poca credibilidad”, no lo marcaron como medio de su preferencia; algunos seleccionaron a Nómada, República e incluso Plaza Pública.

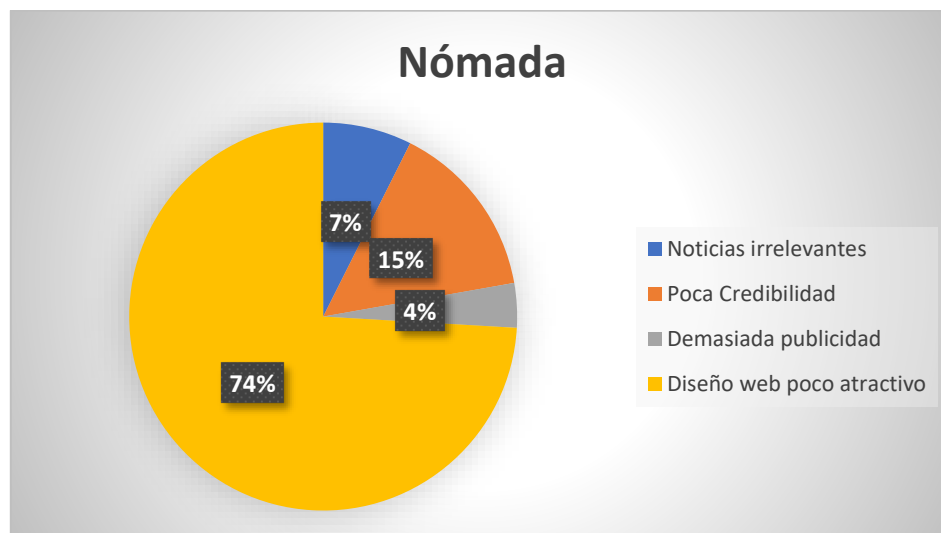
Gráfica 10



Fuente: elaboración propia

De República, el aspecto peor calificado fue el diseño *web*, pues a criterio de los estudiantes, este es poco atractivo. Además, la cantidad de publicidad y las noticias irrelevantes son los otros factores calificados negativamente, aunque con menor porcentaje respecto al del diseño *web*.

Gráfica 11



Fuente Elaboración propia

### Interpretación:

El aspecto peor calificado para Nómada fue el diseño *web*, según los estudiantes encuestados este no es atractivo; del grupo que coincidió con esta aseveración, el 55% seleccionó a Soy 502 como medio de su preferencia. El otro 45% a pesar de señalar este aspecto negativamente, seleccionaron a Nómada como su plataforma favorita.

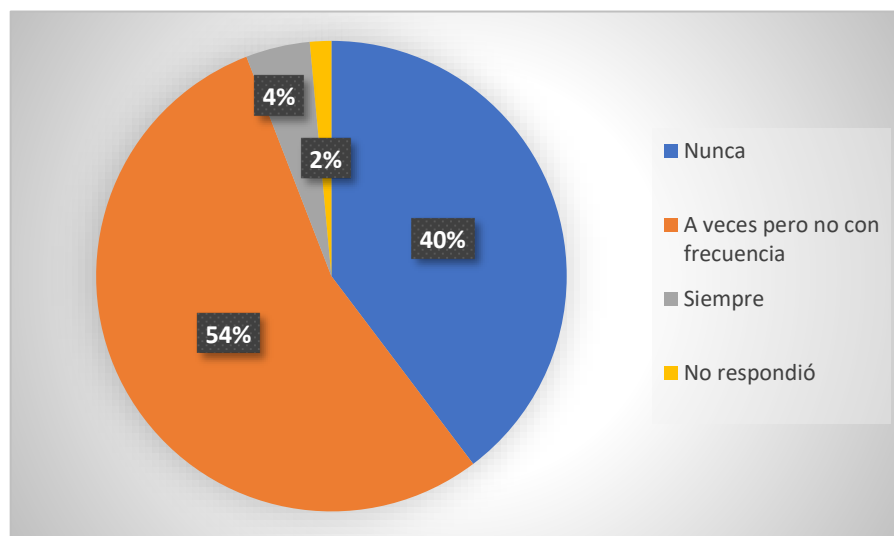
7. ¿Opina usted en redes sociales de alguna plataforma de noticias en su versión digital?

**Tabla 10 Interacción en redes sociales**

Respuestas	% Hombres	% Mujeres	%
Nunca	13%	26%	40%
A veces, pero no con frecuencia	22%	32%	54%
Siempre	3%	1%	4%
No respondió	0%	1%	1%
<b>Total</b>	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 12**



Fuente: elaboración propia

**Interpretación:**

Se determinó que los estudiantes de periodismo encuestados generalmente participan en las redes sociales, aunque no con frecuencia.

Además, a través de la observación del uso que las tres plataformas (Soy 502, República y Nómada) se observó que Soy 502 es el sitio que más genera interacción a través de las redes sociales; mientras que Nómada lo genera en menor medida, sin embargo, ellos tienden a originar más comentarios en su propio portal.

## Conclusiones

- Los estudiantes del quinto semestre de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos, ciclo 2018, prefieren recurrir a los medios digitales como fuente de información, a diferencia de los medios convencionales como la prensa, radio y televisión.
- Se determinó que más del 80% de estudiantes dedica diariamente, tiempo para consultar contenido en línea; además se constató que el uso que los medios le den a las redes sociales juega un papel predominante para generar interés para que los universitarios accedan a determinada información.
- El medio digital de preferencia es diferente respecto al género. Las mujeres mostraron mayor afinidad por Nómada, mientras los hombres, por Soy 502. Por su parte, República, no fue calificado como medio de preferencia de alguno de los grupos mencionados.
- A raíz de las respuestas obtenidas en las encuestas, se determinó que el contenido es el aspecto que más influye en los estudiantes para elegir su medio de preferencia; el segundo factor más influyente también es diferente respecto al género pues las mujeres afirmaron que después del contenido, valoran más la credibilidad, mientras los hombres resaltaron que la inmediatez es más relevante.
- Los aspectos calificados negativamente para cada medio fueron: noticias irrelevantes y demasiada publicidad para Soy 502; mientras República y Nómada tienen diseño *web* poco atractivo, según el criterio de los estudiantes.



## Recomendaciones

- Para los estudiantes que no calificaron a las plataformas digitales, como medio de su preferencia; se les recomienda visitar con más frecuencia los sitios *web* para estar actualizados en cuanto a las características y formas de hacer periodismo a través de la *internet*.
- A los medios de comunicación, que utilizan la *internet* para informar; se les sugiere optimizar al máximo las redes sociales, generando contenido nuevo constantemente, pues se concluyó que esto es un factor determinante para atraer a los lectores.
- A los medios digitales que fueron parte del estudio, se les sugiere generar contenido de interés para ambos géneros; teniendo así mayor alcance de su contenido.
- A los estudiantes se les recomienda, seguir valorando la credibilidad de los medios de comunicación. Evitando darle realce e importancia al contenido ocioso y carente de veracidad, para seguir fortaleciendo la responsabilidad de los medios.
- A Soy 502 se le sugiere evaluar las reacciones de los lectores sobre el contenido que puede resultar poco relevante, para no perder credibilidad, además de velar por no saturar las páginas con publicidad, al grado de desmotivar a que los lectores dejen de recurrir a su contenido.

## Bibliografía

- Anleu, A. (2017). *Aportes de la red social Facebook en el campo de la comunicación digital*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Barrios, J. (2004). *Desarrollo, evolución y estado actual del periodismo digital en Guatemala*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Benitez, J. (2000). *Los Orígenes del periodismo en nuestra América*. Argentina: LUMEN.
- Castañeda, E. (2002). *Explorando el Cyberperiodismo Iberoamericano*. México.
- Cux, E. (2018). *Saturación publicitaria en páginas web: estudio de caso Soy 502*. Tesis de Licenciatura en Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- DAdamo, O. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. España: MCGrawHill.
- Dominick, J. (2000). *La dinamica de la comunicación masiva* . McGraw Hill.
- Edo, C. (2009). *Periodismo Informativo e Interpretativo* . México: Alfaomega, Grupo Editor.
- García, J. L. (2013). *Periodismo Digital en Guatemala: Medios convencionales y no convencionales en internet*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Interiano, C. (2016). *ABC del Periodismo*. Guatemala : Fenix.
- Miralles, A. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Grupo Norma.
- Ochoa, M. (2004). *Desarrollo, evolución y Estado actual del periodismo digital el Guatemala*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Pena, F. (2009). *Teoría del Periodismo* . México: Alfaomega.
- Piloña, G. (2017). *Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo*. Guatemala.
- Rivadeneira, R. (2005). *La Opinión Pública: análisis estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas.

- Sáenz, Y. (2011). *El periodista digital en los medios Prensa Libre, El Periódico, Siglo XXI, Diario La Hora: Perfiles y Retos*. Tesis Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. España: EUENSA.
- Talens, S. (1998). *Internet Redes de Computadores y Sistema de Información*. Madrid: Paraninfo.
- Velásquez, K. Y. (2011). *Agenda propia, recurso alternativo de la prensa escrita para competir con la radio e internet*. Tesis Licenciatura en Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. .

## **E grafía**

- Assis, C. d. (2017). *Knight Center*. Obtenido de <https://knightcenter.utexas.edu>
- López, A. (2013). *Facultad de Artes y Diseños UNAM*. Obtenido de Nueva teoría de la comunicación multimedia: <http://blogs.fad.unam.mx>
- Soto, (2016). *El Confidencial*. Obtenido de [blogs.elconfidencial.com](https://blogs.elconfidencial.com)
- We are social*. (Abril de 2018). Obtenido de [wearesocial.com](https://wearesocial.com)

## Anexos

### Anexo 1 Hipertexto en el contenido de Nómada

NÓMADA *n*



*Un niño carga un costal camino a Aldea Guadalupe, a ocho kilómetros a pie de la Zona Cero.  
FOTO: CARLOS SEBASTIÁN*

¿Cómo es morir con odio y ser enterrado con amor? Aster Vera estuvo en la inhumación de 172 personas sin nombres y apellidos encontrados en el antiguo destacamento militar de San Juan Comalapa, Chimaltenango aniquilados entre 1980 y 1985, entre actividades y ceremonias fueron sepultadas las osamentas.

Love, Simon, según Ana Samayoa, de la comunidad LGBTQ+, es una película de amor gay adolescente, pero diferente a otras que se refieren a “salir del closet”. Ella te explica por qué es distinta. ¿Ya la viste?

Fuente Nómada.gt

## Anexo 2 Hipertexto en contenido de Soy 502

El equipo *blue* no lo dejará marchar tan fácil y, en caso de que el capitán de Bélgica decidiera abandonar la institución, estaría dispuestos a negociar y aumentar el valor de transferencia por encima de los **220 millones de dólares**.

• **TE PUEDE INTERESAR:**



Fuente: Soy502.com

### Anexo 3 Hipertexto en contenido de República

QUE LAS INSTALACIONES DE LA ESCUELA DE FUTBOL QUE EL **BARCELONA** TIENE EN EL PAÍS SE ENCUENTRAN A 40 KILÓMETROS DEL LUGAR DE LA ERUPCIÓN.

La FCB Escola inició con la recolección de alimentos básicos no perecederos, artículos de higiene personal y de primeros auxilios, además de agua, pañales y ropa.

También puedes leer:

Se eleva a 70 el número de víctimas por erupción del Volcán del Fuego

TweetAutoridades confirman que el número de víctimas mortales por la tragedia se ha elevado a 70, mientras los Cuerpos de Socorro siguen con las acciones de rescate a dos días de la erupción del Volcán de Fuego, según detalló la Agencia Guatemalteca de Noticias. El Hospital General San Juan de Dios informó este día sobre ... Sigue leyendo

República GT, información de Guatemala

0

Fuente: república.gt

Te recomendamos leer:

- ¿Qué adquisición estatal se finiquitó el día de la final de... 15 julio, 2018
- Los 18 pasos que todo guatemalteco en el exterior debe saber... 15 julio, 2018
- Resumen semanal: las ocho noticias que debes saber 15 julio, 2018
- Cinco momentos claves y tres inéditos que permitieron a Francia ser... 15 julio, 2018

### Anexo 4 Cambio de República GT a República



Fuente: Facebook.com/republicaguatemala/videos

## Anexo 5 Sitios más visitados según Alexa

	Site	Daily Time on Site	Daily Pageviews per
1	<a href="http://Google.com.gt">Google.com.gt</a> Buscador que enfoca sus resultados para este país y a nivel internacional tanto en español como... <a href="#">More</a>	14:14	15.35
2	<a href="http://Google.com">Google.com</a> Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... <a href="#">More</a>	7:26	8.69
3	<a href="http://Youtube.com">Youtube.com</a> YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... <a href="#">More</a>	9:02	4.95
4	<a href="http://Thestartmagazine.com">Thestartmagazine.com</a> The quickest growing news and media mobile site, providing targeted and personalized news and e... <a href="#">More</a>	4:51	4.10
5	<a href="http://Prensalibre.com">Prensalibre.com</a> El diario líder en Guatemala, lleva a todos los guatemaltecos dentro y fuera de país lo más imp... <a href="#">More</a>	5:08	2.35
6	<a href="http://Facebook.com">Facebook.com</a> A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... <a href="#">More</a>	9:58	3.85
7	<a href="http://Soy502.com">Soy502.com</a> Espacio informativo de referencia sobre Guatemala, noticias, deportes, tecnología, espectáculos... <a href="#">More</a>	3:04	1.72
8	<a href="http://Chapintv.com">Chapintv.com</a>	3:14	1.94
9	<a href="http://Wikipedia.org">Wikipedia.org</a> A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Sh... <a href="#">More</a>	4:09	3.16
10	<a href="http://Publinews.gt">Publinews.gt</a>	7:05	2.46

Fuente: Alexa.com

## Anexo 6 Encuesta

**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**



**Tesis de grado: Estudio de opinión sobre medios digitales.**

El objetivo de este cuestionario es conocer la opinión de los estudiantes de periodismo de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, sobre las plataformas digitales Soy502, República y Nómada.

**Género:** Masculino  Femenino  **Edad:** \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** A continuación, se presenta una serie de preguntas conteste marcando con una "X" la respuesta de su elección.

1. Generalmente, a qué tipo de medio de comunicación recurre para informarse

Prensa  Medios digitales  Radio o televisión  Otro: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es la plataforma en versión digital de su preferencia? Si no está en este listado, puede añadirla:

Soy502  República GT  Plaza Pública  Nómada  Otra: \_\_\_\_\_

3. Cuá es el aspecto que más le atrae del medio seleccionado en la pregunta anterior. Puede marcar más de una opción.

Diseño web  Contenido  Redes sociales  Credibilidad  Inmediatez  Otro: \_\_\_\_\_

4. Cuánto tiempo dedica **diariamente**, a la lectura de contenido en el medio de su preferencia

No lo hago diariamente  Menos de 10 minutos  Entre 10 y 20 minutos  Más de 20 minutos

5. Generalmente qué factor le motiva a leer información a través de un medio digital.

Ingreso por mi cuenta a monitorear los medios de comunicación   
 A través de publicaciones en redes sociales que me interesen   
 Publicaciones que me interesen del boletín de noticias que recibo en mi correo  De qué medio : \_\_\_\_\_  
 Otro: \_\_\_\_\_

6. Seleccione si hay algún aspecto que le desagrada de los siguientes medios, puede marcar más de uno.

	Noticias irrelevantes	Poca Credibilidad	Demasiada Publicidad	Diseño web poco atractivo	Otro:
Soy502					
República					
Nómada					

7. ¿Opina usted en redes sociales de alguna plataforma de noticias en su versión digital?

Nunca  A veces, pero no con frecuencia  Siempre

**¡Gracias por su colaboración!**