

Medio nativo digital El Portal Universitario durante el covid-19 en Puno Perú

Digital native media The University Portal during covid-19 in Puno Peru

Leslie Fiorella Flores-Infantes^{1,a}, María del Rosario Vera del Carpio^{1,b} Javier Arturo Apaza-Quispe^{1,c} y René Jesús Vargas-Irure^{1,d}

¹Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

^aORCID: [0000-0002-8660-6657](https://orcid.org/0000-0002-8660-6657) E-mail: fiorella.floresinfantes@gmail.com

^bORCID: [0000-0002-0106-1716](https://orcid.org/0000-0002-0106-1716) E-mail: mariavera@unap.edu.pe

^cORCID: [0000-0002-7653-1401](https://orcid.org/0000-0002-7653-1401) E-mail: japazaq@unap.edu.pe

^dORCID: [0000-0002-4941-4074](https://orcid.org/0000-0002-4941-4074) E-mail: rvargas@unap.edu.pe

Recibido: 13/01/2023

Aceptado: 15/03/2023

Sección: Artículo Original

Resumen

En esta investigación se examinaron las noticias publicadas por el medio nativo digital El Portal Universitario en la red social de Facebook en el mes de agosto del 2020 durante la primera ola de contagio ocasionada por la pandemia del covid-19 en Puno. El objetivo del estudio fue analizar el uso de los géneros ciberperiodísticos y las características periodísticas digitales como hipertextualidad, multimedialidad, instantaneidad e interactividad. Se utilizó el método de enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo-analítico no experimental. Se emplearon dos técnicas: el análisis de contenido, el cual permite realizar conteos y tabulaciones desde los parámetros que exige el ciberperiodismo en redes sociales, considerando solo aquellas publicaciones relacionadas con la crisis sanitaria y la entrevista estructurada. Luego del análisis, se determinó que el contexto de pandemia fue desfavorable para El Portal Universitario, que contaba con más de 370 mil seguidores y trascendía en el territorio regional, al cambiar su línea editorial de asuntos universitarios, para cubrir más bien, información regional sobre la pandemia por covid-19. Al no ser un tema desde una perspectiva informativa universitaria, evidenció limitaciones profesionales en la calidad de sus contenidos, con desconocimiento de las características propias del medio nativo digital, perdiendo alcance e influencia de sus publicaciones en los seguidores.

Palabras clave: Ciberperiodismo, covid-19, Facebook, Pandemia, Periodismo digital.

Abstract

This research examined the news published by the digital native media El Portal Universitario in the social network Facebook in August 2020 during the first wave of contagion caused by the pandemic of covid-19 in Puno. The objective of the study was to analyze the use of cyberjournalistic genres and digital journalistic characteristics such as hypertextuality, multimediality, instantaneity and interactivity. The quantitative approach method was used with a descriptive-analytical non-experimental design. Two techniques were used: content analysis, which allows counting and tabulation from the parameters required by cyberjournalism in social networks, considering only those publications related to the health crisis, and the structured interview. After the analysis, it was determined that the pandemic context was unfavorable for El Portal Universitario, which had more than 370 thousand followers and transcended in the regional territory, by changing its editorial line of university affairs, to cover rather, regional information about the pandemic by covid-19. Not being a topic from a university informative perspective, it evidenced professional limitations in the quality of its contents, with ignorance of the characteristics of the digital native media, losing reach and influence of its publications in the followers.

Keywords: Cyberjournalism, covid-19, Facebook, Pandemic, Digital journalism.

Cómo Citar:

Flores-Infantes, L. F., Vera Del Carpio, M. del R., Apaza-Quispe, J. A., & Vargas-Irure, R. J. (2023). Medio nativo digital El Portal Universitario durante el covid-19 en Puno Perú. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 14(1), 63–71. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.14.1.834>

Introducción

La globalización ha impulsado cambios en la comunicación masiva. Debido al auge tecnológico, la televisión, la radio y la prensa tradicionales tuvieron que adaptarse a la modalidad digital, lo cual suscitó un nuevo tipo de comunicación con mayor alcance permitiendo que la sociedad se encuentre más informada (Observatorio Digital & Agencia Comunicaweb.com, 2020). Esta nueva plataforma de difusión ha desplazado al modo de ser que McLuhan denominaba *Homus electronicus*, el hombre analógico que recibía el mensaje de modo vertical, por el *Homus digitalis* (Byung-Chul, 2018), quien ahora puede responder el mensaje en simultáneo por medio de audiencias activas que envían comentarios, participan en foros y elaboran contenidos (Díaz-Cerveró & Barredo Ibáñez, 2017). La preeminencia y el dinamismo de la comunicación digital posibilitaron que su campo de acción se extendiera hasta las redes sociales, facilitando la aparición de los prosumidores, los primeros difusores de contenidos en estos espacios (Codina, 2009).

En efecto, en la actualidad los usuarios del medio digital tienen mayor protagonismo en tanto que por su empoderamiento pueden elegir entre una variedad de contenidos y situaciones por transmitir e intervenir (Carpentier, 2011). Los medios nativos digitales orientados al periodismo son de la preferencia de los más jóvenes por ser interactivos y crear nuevos lugares para el ejercicio de la labor periodística (Kirschner & De Bruyckere, 2017), desprendiéndose cada vez más de los soportes tradicionales (Martín Ramallal & Micaletto Belda, 2022). Sin embargo, es de suma relevancia advertir que el medio nativo digital está relacionado con el tratamiento que reciben dichos contenidos, es decir, la manera en que se trabaja la credibilidad, el rigor informativo, la calidad periodística y la ética profesional (Barbeito Veloso et al., 2020).

Según Tandoc et al., (2018), el tratamiento periodístico de las noticias consiste en la manera cómo se brinda información. Como parte de esta actividad, se pueden distinguir dos cualidades: el uso de los géneros ciberperiodísticos y las características periodísticas digitales empleadas. Por un lado, debe entenderse por géneros periodísticos a las formas de expresión que se utilizan para abordar la información (Gargurevich, 1987), entre ellos, el más empleado es el informativo, el cual transmite acontecimientos y datos de forma clara y precisa (Salaverría, 2005). Por tanto, la elección y el manejo del género periodístico demuestra el rigor del profesional a cargo del medio digital. Por otro lado, la recurrencia a las características periodísticas digitales

como la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la instantaneidad le atribuyen calidad al trabajo ciberperiodístico (Salaverría, 2019). En ese sentido, es natural que surjan otros formatos narrativos apoyados en el periodismo de datos como el análisis de videos, los documentales multimedia y los textos de largo formato, dados los diferentes recursos que complementan al contenido (Ballesteros-Aguayo & Chaparro Escudero, 2022).

Por el contrario, el uso deficiente de estas cualidades puede desvirtuar el trabajo periodístico, considerando aún más que a causa de la crisis sanitaria producida por el covid-19, el periodismo tuvo que afrontar nuevos retos. Según Posetti & Bontcheva, (2020), la Organización Mundial de la Salud (OMS) identificó una segunda enfermedad conjunta a la pandemia: la desinfectemia, que consiste en una “sobreabundancia de información, algunas veces precisa y otras no” (p. 2). Esta participación en los diferentes medios refleja la deliberación en la esfera pública, lo que permite la formación de opinión de los ciudadanos (Vera Vera, 2018). Sin embargo, las regiones lejanas a la capital carecieron de esta diversidad de canales, desde donde se puede juzgar y corroborar la información.

La red social conocida como El Portal Universitario es interesante no solo por el considerable número de seguidores, sino por la credibilidad que ganó a través de sus difusiones. No obstante, no entendieron el potencial poder que les confería ser el medio de información más visitado (Vera del Carpio et al., 2021), y con la pandemia, su quehacer en el entorno virtual se restringió solo a subir información, desconociendo la función que debe cumplir todo profesional del periodismo. Referente a la región de Puno se presentaron dos instancias importantes que determinaron la búsqueda de información en internet, la primera estuvo relacionada con el primer caso confirmado de Covid-19, abril del 2020 y la segunda cuando en el hospital regional de Puno colapsó el servicio.

La investigación se centró en analizar el uso de los géneros ciberperiodísticos y las características periodísticas digitales como la hipertextualidad, la multimedialidad, la instantaneidad y la interactividad del medio nativo digital El Portal Universitario, considerando el mes de agosto del 2020 como el período de tiempo de las publicaciones por ser el más álgido de la crisis sanitaria que vivió la región de Puno. El análisis ha permitido reflexionar en el espacio académico y periodístico sobre la pertinencia de su quehacer en una plataforma digital y sobre la necesidad de aplicar los conocimientos del periodismo digital para elaborar, desarrollar,

reestructurar y publicar contenidos informativos de calidad en la región altiplánica; además, este medio se ha convertido en un mal referente del periodismo en el uso de las redes sociales, que va más allá de repostear información. Los requerimientos de esta actividad se centran en la calidad de contenidos que se elaboran para los medios digitales, la misma que se ha incrementado durante el periodo de confinamiento y la formación profesional del periodista digital ha sido importante en este escenario. Por otro lado, la innovación tecnológica digital en los medios nativos es una práctica que aún falta dominar y explicar en el contexto peruano y en las instituciones superiores encargadas de la enseñanza de la comunicación y el periodismo.

Metodología

La investigación se basó en el enfoque cuantitativo. Como refiere Hernandez Sampieri y Mendoza Torres, (2018), este procedimiento consiste en un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos que implican la recolección de datos cuantitativos y cualitativos, los cuales permiten realizar inferencias como resultado de la información. Se aplicó entrevistas estructuradas a dos expertos en periodismo digital sobre el tratamiento periodístico de la información de El Portal Universitario: Rocío Mayuri, licenciada en periodismo en la Universidad Jaime Bausate y Meza, cofundadora del medio nativo digital Prensa Independiente Tacna y Ángel Abimael Apaza Cotrado, bachiller en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, jefe del área de página web y redes sociales de Radio Onda Azul.

El diseño de investigación es no experimental de tipo analítico-descriptivo, de acuerdo con lo propuesto por Rodríguez Jiménez & Pérez Jacinto, (2017), quienes reconocen la naturaleza analítica en la descomposición del todo en sus partes y sus cualidades. Además, su carácter descriptivo se advierte en la búsqueda de respuestas al cómo y al que está sucediendo en torno a los hechos y situaciones. La descripción se realizó de acuerdo con los géneros periodísticos y a las características ciberdigitales. El objeto de estudio estuvo conformado por las 46 publicaciones relacionadas con el covid-19, difundidas entre el 1 al 31 de agosto del 2020. La muestra fue no probabilística, pues se tomó el período más crítico elegido por conveniencia.

Resultados y Discusión

Los resultados del análisis de contenido de las publicaciones informativas relacionadas con el

covid-19, difundidas en El Portal Universitario fueron los siguientes:

Tabla 1

Identificación de los géneros ciberperiodísticos del medio nativo digital El Portal Universitario

GÉNEROS CIBERPERIODÍSTICOS			
		Nº	%
Informativos	Nota Informativa	36	78.3
	Infografía	6	13.0
Interpretativo	Crónica	3	6.5
	Reportaje	0	0.0
Dialógico	Entrevista	0	0.0
	Encuestas	0	0.0
	Debate	1	2.2
Argumentativo	Columna	0	0.0
TOTAL		46.0	100.0

En la tabla 1, se observa que el género ciberperiodístico de mayor uso es la nota informativa, con un 78.3 %, resultado que demuestra la afirmación de Salaverría, 2005 (como se cita en (Flores Infantes, 2022)): “La noticia continúa siendo un género importante en entornos digitales” (p. 62). El texto es el elemento principal en la verificación, pues el uso de otros elementos está en fase de experimentación (Vázquez-Herrero et al., 2019). Siguiendo esa perspectiva, la infografía como género informativo visual fue utilizada en un 13 %. Del género interpretativo se empleó la crónica en un 6.5 %; mientras que el género dialógico solo fue utilizado en su modalidad de debate, con un porcentaje de 2.2 %. Para R. Mayuri (testimonio, 11 agosto 2021), “El género dialógico mediante la entrevista fue importante durante el periodo de crisis. Escuchar la información de primera mano y transmitirla al consumidor es lo que más se ha usado”.

La hipertextualidad es una herramienta que permite la distribución de informaciones de diversos orígenes; esto se refleja y enlaza en los contenidos a través de un medio tecnológico, principalmente, a través de hipervínculos en la web (Arias-Robles & García-Avilés, 2018), la cual fue analizada a través del uso de palabras clave y de los enlaces externos. Según la tabla 2, Las palabras claves o hashtag (#) en cuanto a la organización de contenidos han sido utilizados en un 82.6 %. El posicionamiento de los hashtags (#) es nulo en un 100%, por lo que no buscan incrementar el alcance de sus publicaciones. Asimismo, se puede notar que un 13 % de publicaciones no usa ambos tipos de hashtags (organización de contenidos y de posicionamiento). En ese sentido, A.A. Apaza (testimonio, 12 de agosto 2021), afirma: que “La forma de trabajo en Facebook es

utilizando un hashtag (#Local, #Regional, #Nacional). Iniciar la nota con un hashtag es importante en publicaciones noticiosas”. Por otro lado, se aprecia que el 89.1 % de publicaciones no utiliza enlaces externos, y solo el 10,9 % de las publicaciones incorporó la

etiqueta en los contenidos, la cual según la página de Facebook, citada por Flores Infantes, (2022) “permite redireccionar o enlazar directamente a la página de interés etiquetada” (p.68).

Tabla 2
La hipertextualidad en las publicaciones de El Portal Universitario

	HIPERTEXTUALIDAD									
	Palabras clave o Hashtag						Enlaces Externos			
	Organización de contenidos		Posicionamiento		Ambos		Links		Etiquetas	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Usa	38	82.6	0	0.0	6	13.0	0	0.0	5	10.9
No usa	8	17.4	46	100.0	40	87.0	46	100.0	41	89.1
TOTAL	46	100.0	46	100.0	46	100.0	46	100.0	46	100-0

Tabla 3
La Multimedialidad y la Instantaneidad de las publicaciones de El Portal Universitario

	MULTIMEDIALIDAD e INSTANTANEIDAD													
	MULTIMEDIALIDAD								INSTANTANEIDAD					
	fotos		videos		Infografías		Audio		Transmisiones en vivo		Post último minuto		Ninguno de las anteriores	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Usan	38	82.6	2	4.3	6	13.0	13.0	.0	2	4.3	4	8.7	6	13.0
No usan	8	17.4	44	95.0	40	87.0	46	100	44	95.7	42	91.3	40	87.0
TOTAL	46	100	46	100	46	100	46	100	46	100	46	100	46	100

La multimedialidad es la agrupación de formatos de diversos tipos, como imágenes, texto, sonidos, videos, animaciones y base de datos (Angulo Serrano, 2017). También, debemos agregar que es la generación de realidades virtuales donde se entrelazan movimiento, imagen, sonido y palabra. En el presente estudio, se consideraron cuatro elementos: las fotos, los videos, las infografías y los audios difundidos. Al respecto, según la tabla 3, se aprecia que El Portal Universitario tiene mayor preferencia por el uso de fotografías, pues de 46 publicaciones, el 82.6 % las incorpora en titulares y subtítulos para hacerlas más atractivas. Para R. Mayuri (testimonio, 11 agosto 2021), “La fotografía con un diseño o una frase informativa tiene a veces más rebote o más alcance que una simple foto”. En cuanto a las infografías, se emplearon en un 13 %; mientras que los videos, en un 4.3 %; a pesar de ser un formato exitoso para Facebook, solo se emplearon en transmisiones en vivo.

La instantaneidad se refiere a la actualización de contenidos informativos que son controversiales (Orihuela, 2002). Está relacionada con las transmisiones en vivo y con los posts de último minuto. De acuerdo a la tabla 3, El Portal Universitario solo realizó dos transmisiones en vivo, representado por un 4.3 %; y

utilizaron posts de último minuto en cuatro de ellos, con un 8.7 %. Estas publicaciones se caracterizan por ser breves. Un texto amplio anularía completamente el propósito de la instantaneidad. Tal como afirma A. A. Apaza (testimonio, 12 agosto 2021), “es más fácil leer último minuto: ‘presidente Castillo asume el cargo’ y con solo eso, ya se sabe que está sucediendo algo; los que están en redes sociales se han acostumbrado a la información rápida”. Sin embargo, se aprecia un desinterés por las transmisiones en vivo y por los posts de último minuto, dado que en un 87 %, no son utilizados.

La interactividad se ejecuta entre fuentes de datos y redacción, redacción y público, o entre el mismo público (Palau-Sampio & Sánchez-García, 2020). Se analizó la cantidad de reacciones, comentarios y compartidos que tenían las publicaciones. Según la tabla 3, la interactividad se mantuvo en niveles menores a 200, que atribuye a la cantidad de compartidos en un 93.5 %, lo que indica que la información se replicó con menos frecuencia. Los comentarios fueron utilizados en un 87 %; mientras que las reacciones de los cibernautas sobre las publicaciones refieren un 43.5 %, cifras negativas para este indicador. Sin embargo, existen publicaciones con mayor interactividad, de 200

a 399, tal como se ve en las reacciones con un 26.1 %. En el nivel superior de 400 a 599, el porcentaje de reacciones llega al 13 %, y los comentarios al 6.5 %. Como dice R. Mayuri (testimonio, 11 agosto 2021), “Durante el periodo de confinamiento el consumo de

las redes sociales ha crecido y el tiempo libre ha hecho que las personas sean más cercanas a sus dispositivos tecnológicos, donde el usuario se ha sentido parte de la noticia y no se conformó con ser solo espectador, quiere participar y dejar su opinión”.

Tabla 4*Interactividad de los contenidos informativos sobre el covid-19*

Interactividad	Reacciones		Comentarios		Compartidos	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
< 200	20	43.5	40	87.0	43	93.5
200 a 399	12	26.1	3	6.5	3	6.5
400 a 599	6	13.0	3	6.5	0	0.0
600 a 799	1	2.2	0	0.0	0	0.0
> 800	7	15.2	0	0.0	0	0.0
TOTAL	46	100.0	46	100.0	46	100.0

Tabla 5*Calidad de la redacción periodística en las publicaciones de El Portal Universitario*

El titular Informativo	%	Texto breve	%	Revisión ortográfica	%	Originalidad del texto informativo	%
Más de un hashtag	60.9	Sin titular específico	37	Presenta errores ortográficos	8.7	Copiado	76.1
Solo un hashtag	39.1	Titular claro y directo	63	Sin errores ortográficos	91.3	Elaborado	23.9
TOTAL	100		100		100		100

La calidad de la redacción periodística toma en cuenta cinco criterios de evaluación: el uso de los hashtags, el titular informativo, la brevedad del texto, la ortografía y la originalidad del texto informativo. Se puede observar que un 60.9 % utilizó más de un hashtag al inicio del texto informativo relacionado con el covid-19; mientras que el 39.1 % empleó solo un hashtag. El uso de un titular informativo claro y directo se observa en el 63 % de publicaciones, lo cual está en concordancia con lo que Martín Herrera (2005), sostiene al decir que en la prensa electrónica deben predominar los titulares claros y directos. En las redes sociales, la rapidez es otra característica que el usuario busca para informarse, se convierte en un asiduo lector de titulares; entrar en el cuerpo del texto dependerá si el título le resultó atractivo (Zorrilla Barroso, 1996). Por otro lado, el 37 % de publicaciones no cuenta con un titular específico, estos fueron duplicados-copiados de instituciones como la Red de Salud y el Gobierno Regional de Puno, que emitieron sus notas de prensa desde una óptica institucional. El Portal Universitario no reelaboró la nota, ni le asignó un titular diferente de acuerdo con la narrativa digital.

Los resultados de la revisión ortográfica muestran que un 91.3 % de las publicaciones no incurre en errores ortográficos. Para A.A. Apaza (testimonio, 12 agosto

2021): “Se realizaban las correcciones ortográficas al texto antes de ser publicado en redes”. La revisión ortográfica para un medio digital tiene tal relevancia que va aunado a la credibilidad periodística. Se aprecia que solo el 8.7 % de textos informativos presenta errores ortográficos.

Con relación a la originalidad, el 76.1 % de las publicaciones eran textos informativos copiados de otros medios que cuentan con redactores de contenidos digitales, lo que no puede calificarse como un mérito, en tanto que el 23.9 % de publicaciones presenta informaciones elaboradas por el mismo medio nativo digital. La acción recurrente de copiar y pegar ha llevado a trasladar contenidos informativos que se desarrolla bien en la web, pero en Facebook no recibe el mismo interés. De acuerdo con R. Mayuri (testimonio, 11 agosto 2021), “En el caso de Facebook la narrativa es más ligera, no tan adornada”.

Discusión

El medio nativo digital El Portal Universitario tuvo un origen espontáneo, en medio de reclamos y exigencias estudiantiles en la Universidad Nacional del Altiplano de Puno. En razón a ello, las publicaciones que se difundían tenían un cariz político, y se caracterizaban

por emitirse en directo, llegando incluso a tener hasta 22 000 reproducciones en una hora, fue el caso de la noticia sobre la gresca de estudiantes de las facultades de Ingeniería Agrícola y de Minas (Vera del Carpio et al., 2021). Pero en el contexto de pandemia, el medio cambió su línea editorial, inclinándose por información relacionada con el covid-19, dado que la vida académica había quedado suspendida y las actividades de aprendizaje se desarrollaron de forma virtual. En la región de Puno la red social Facebook es la más importante en la actualidad; tiene la finalidad de relacionar virtualmente a las personas con intereses comunes. Esta red social cuenta con el mayor número de usuarios a nivel mundial, los mismos que siguen incrementándose permanentemente (Serna Martínez & Alvites-Huamani, 2022).

En esas circunstancias, El Portal Universitario utilizó prioritariamente el género informativo, obviando el uso de otros géneros como el dialógico, que caracteriza más al ciberperiodismo por fomentar la interacción con la audiencia y el argumentativo o interpretativo en los que se incluye el punto de vista del redactor (Castillo Valenzuela et al., 2017), que fue poco utilizado y reveló una falta de calidad y pertinencia profesional, debido a que el confinamiento pandémico en Puno exigía información confiable y de primera fuente para ser una publicación óptima que logre un alcance orgánico.

El Portal Universitario evidenció su defectuosa labor periodística y no supo manejar de manera responsable y acuciosa la enorme cantidad de información sobre la crisis sanitaria. Presentó improvisaciones y carencias propias del quehacer. Tampoco realizó un adecuado tratamiento periodístico de la información, pues no recurría a las fuentes para elaborar la noticia, duplicaba el contenido informativo de diferentes medios formales digitales, difundía textos extensos y de un solo formato visual y no aprovechaba la dinamicidad que ofrecen las características periodísticas digitales propias de la red social, recayendo en la ausencia de una regulación efectiva en los medios de información digital provocando la propagación de informaciones falsas (Ballesteros-Aguayo & Chaparro Escudero, 2022). Como indica Navarro Zamora, (2009) “el perfil del emisor de los mensajes ciberperiodísticos debe estar capacitado con elementos que son esenciales” (p.42).

Gracias al avance tecnológico, el enfoque actual del periodismo está pensado para ser distribuido en dispositivos móviles y computadoras (Pérez-Serrano, 2021). En relación a las características periodísticas digitales: la hipertextualidad en El Portal Universitario

insertó demasiadas palabras clave al inicio del texto, dificultando el acceso y búsqueda de la información, lo que evidencia una improvisación respecto de la publicación de contenidos y la inexistencia de una pauta informativa; sobre la multimedialidad, usó solo una estructura visual (foto y texto) impidiendo la dinamicidad de contenidos, similar a un periódico tradicional; por lo que se valoriza más las fotografías respecto al texto, el grafismo frente a las palabras, el color frente al blanco y negro (Quiroz Pacheco, 2014); la instantaneidad, si bien se aprovecha los formatos que ofrece Facebook, la falta de verificación de la información generó la pérdida de credibilidad; finalmente, la interactividad tuvo poca cantidad de reacciones, comentarios y compartidos manteniendo niveles menores a 200, mostrando una radiografía negativa dado que el medio no era frecuentemente visitado y no tuvo un uso adecuado (Salaverría, 2019).

Se suma a ello que la mayoría de los textos tienen más de un hashtag, son extensos, duplicados o copiados de otras fuentes y tienen publicaciones sin titulares específicos; los administradores del medio nativo digital se adecuaron tímidamente al surgimiento del periodismo ciudadano con la aparición de la tecnología de la web 2.0 y 3.0 (Díaz-Cerveró & Barredo Ibáñez, 2017). Con estos resultados, se puede determinar que El Portal Universitario no ha sabido aprovechar esta característica dentro de su comunidad de seguidores.

En cuanto a la calidad de la redacción periodística, la red social Facebook contó con algunos videos, audios y con recursos necesarios para redactar sin límite de caracteres (Colussi & Rocha, 2020). La inmediatez informativa se mantuvo en los rangos más bajos durante la primera ola de contagios, la redacción periodística propia del medio presenta una baja calidad en los contenidos informativos; sobre la correcta escritura, los usuarios son conscientes de que las faltas de ortografía, precipitación y la descortesía devalúan sus mensajes (Martín Ramallal & Micaletto Belda, 2022). Es evidente que, según De la Fuente González (2010), la redacción ha cambiado desde la llegada del internet, al facilitar la reproducción de textos, donde el copiar y pegar de forma cómoda e irresponsable evita la lectura, ignorando a fondo el contenido. El resultado es que cuando no se redacta de acuerdo al medio con estilo, claridad y concisión los prosumidores tienen confusión, distorsionan las percepciones y la comprensión de la realidad e impiden establecer criterios de valor para identificar la información fiable de la espuria (Estrada-Cuzcano et al., 2020).

Es responsabilidad de los administradores de los medios nativos digitales que se orientan al ciberperiodismo asumir un papel de orientación e información con credibilidad que le permitan comprender y discernir. Estudiar los medios nativos digitales es el devenir de la sociedad; por lo tanto, los estudiantes y profesionales del periodismo deben conocer el potencial de estas nuevas tecnologías que están para el beneficio de todos. En la coyuntura actual peruana son los denominados medios alternativos, aquellos que se hallan en las redes sociales, los que están cobrando el verdadero rol periodístico frente a la desinformación de los medios tradicionales.

Conclusiones

Este medio digital que cuenta con más de 370,000 seguidores, si bien en una coyuntura universitaria utilizó algunas características del ciberperiodismo acertadamente, cuando se presentó la pandemia del covid-19 evidenció el desconocimiento profesional para cubrir información sobre la crisis sanitaria, reflejándose el defectuoso manejo de los géneros ciberperiodísticos sobre todo el dialógico, centrándose prioritariamente en el género informativo.

El Portal Universitario no supo aprovechar ni oportuna ni convenientemente, al difundir sus publicaciones, las características periodísticas digitales como la hipertextualidad, la multimedialidad, la instantaneidad y la interactividad.

La redacción periodística no fue original en la mayoría de las publicaciones puesto que usó la de otros medios digitales formales, demostrando una falta de sentido deontológico al no considerar la autoría, reconociendo públicamente los administradores del medio que a veces replicaban información.

La redacción periodística que fue de su autoría presentaba errores, lo cual generó el desinterés de los seguidores en visitar, reaccionar, comentar y compartir los contenidos.

Aunque la calidad de la página es cuestionable, durante el periodo de confinamiento la red social se ha mantenido pese a las críticas de los usuarios sobre su credibilidad y su labor como pseudo periodistas.

Esta experiencia genera la necesidad de reorientar y actualizar contenidos de enseñanza en los currículos de estudio de instituciones superiores de formación de profesionales en medios nativos digitales.

Es necesario implementar normas reguladoras para los medios nativos digitales que respeten la autoría de la fuente informativa y que exista un comportamiento ético.

Conflicto de intereses

Los autores declaramos que no existe conflicto de intereses para la publicación del presente artículo científico.

Referencias

- Angulo Serrano, H. A. (2017). Una nueva forma de hacer periodismo: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano. *Orbis Tertius - UPAL*, 1(1), 155–179. <https://www.biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/ojs/index.php/orbis/article/view/82>
- Arias-Robles, F., & García-Avilés, J. A. (2018). El destino del enlace periodístico: percepción de los editores y aplicación práctica de la hipertextualidad en los medios españoles. *Palabra Clave*, 21(2), 275–309. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.2.2>
- Ballesteros-Aguayo, L., & Chaparro Escudero, M. (2022). Plataformas digitales y bulos en salud: el caso de #SaludSinBulos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 28(2), 249–259. <https://doi.org/10.5209/ESMP.75683>
- Barbeito Veloso, M. L., Perona Páez, J. J., Rodríguez Prieto, V., & Hernández Ruiz, A. (2020). El tratamiento de los contenidos periodísticos y su influencia en la reputación de la prensa española: la campaña electoral de noviembre de 2019 como estudio de caso. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(4), 1305–1324. <https://doi.org/10.5209/ESMP.69925>
- Byung-Chul, H. (2018). *Hiperculturalidad Cultura y globalización*. Herder.
- Carpentier, N. (2011). *A site of ideological-democratic struggle*. Intellect. https://doi.org/10.26530/OAPEN_606390
- Castillo Valenzuela, M. C., Cruces Hernández, L., & Guerra Goglios, M. de los Á. (2017). La Veracidad de la Información Expuesta en las Redes Sociales. *Educación y Tecnología*, 9, 26–40. <http://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/527>

- Codina, L. (2009). ¿Web 2.0, Web 3.0 o Web Semántica?: El impacto en los sistemas de información de la Web [Web 2.0, Web 3.0 or Semantic Web? The impact of Web information systems. *I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*.
- Colussi, J., & Rocha, P. M. (2020). Examining the journalistic genres hybridisation in content published by newspapers on Facebook Live. *The Journal of International Communication*, 26, 20–35.
- Díaz-Cerveró, E., & Barredo Ibáñez, D. (2017). Las posibilidades de participación de los usuarios en los principales cibermedios nacionales mexicanos. *Cuadernos.Info*, 40, 53–69. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1094>
- Estrada-Cuzcano, A., Alfaro-Mendives, K., & Saavedra-Vásquez, V. (2020). Disinformation and misinformation, post-truth and fake news: Conceptual precisions, differences, similarities and juxtapositions. *Informacion, Cultura y Sociedad*, 42, 93–106. <https://doi.org/10.34096/ics.i42.7427>
- Flores Infantes, L. F. (2022). *El tratamiento periodístico de la información en redes sociales: un análisis al medio nativo digital el portal universitario, durante el COVID-19 en agosto 2020, región Puno* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano, Puno]. <https://tesis.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/18551>
- Gargurevich, J. (1987). *Nuevo manual de periodismo*. Causachum.
- Hernandez Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Kirschner, P. A., & De Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>
- Martín Herrera, I. (2005). Ciber redacción periodística. Nuevo lenguaje para un nuevo medio. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, 92, 24–29. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16009207.pdf>
- Martín Ramallal, P., & Micaletto Belda, J. P. (2022). Periodismo y realidad aumentada. Taxonomía y estado del arte de un fenómeno promisorio. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 28(1), 129–142. <https://doi.org/10.5209/esmp.76351>
- Navarro Zamora, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: Interactividad e hipertextualidad. *Comunicar*, 16(33), 35–43. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-003>
- Observatorio Digital, & Agencia Comunica-web.com. (2020). *Transformación digital: negocios y personas*. <https://observatorio.digital/blog/ebook-transformacion-digital/>
- Orihuela, J. L. (2002). Internet: Nuevos paradigmas de la comunicación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(77), 10–13. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i77.1416>
- Palau-Sampio, D., & Sánchez-García, P. (2020). Digital resources in the current journalistic narrative: Uses and limitations of hypertext, multimedia and interactivity. *Communication and Society*, 33(2), 1–16. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.1-16>
- Pérez-Serrano, M. J. (2021). Transformación, desafíos y tendencias en el periodismo actual. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(2), 435–436. <https://doi.org/10.5209/ESMP.75556>
- Posetti, J., & Bontcheva, K. (2020). *Desinfodemia: descifrando la desinformación sobre el COVID-19*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_spa
- Quiroz Pacheco, R. Y. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital las redes sociales como herramientas del periodismo digital. *Cultura: Revista de La Asociación de Docentes de La USMP*, 28, 279–303.
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175–195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en*

- España [excerpt]* (1st ed.). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. https://www.researchgate.net/publication/268810469_Cibermedios_El_impacto_de_internet_en_los_medios_de_comunicacion_en_Espana_excerpt
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *El Profesional de La Información*, 28, e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Serna Martínez, M. A., & Alvites-Huamaní, C. G. (2022). Facebook y su aprovechamiento pedagógico: Percepciones de educandos y educadores de educación básica. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 13(3), 213–223. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.3.756>
- Tandoc, E., Jenkins, J., & Craft, S. (2018). Fake News as a Critical Incident in Journalism. *Journalism Practice*, 13, 1–17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1562958>
- Vázquez-Herrero, J., Vizoso, Á., & López-García, X. (2019). Innovación tecnológica y comunicativa para combatir la desinformación: 135 experiencias para un cambio de rumbo. *El Profesional de La Información*, 28(3), e280301. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.01>
- Vera del Carpio, R., Yucra Mamani, Y. J., & Barrientos Paredes, K. N. (2021). Esfera pública de los universitarios puneños, un análisis a la red social El portal universitario. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 12(1), 65–75. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.1.492>
- Vera Vera, A. M. (2018). Esfera pública y legitimidad del poder. *Comuni@cción: Revista de Investigación En Comunicación y Desarrollo*, 9(2), 110–119. <https://comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/283>
- Zorrilla Barroso, J. M. (1996). *El titular de la noticia: estudio de los titulares informativos en los diarios de difusión nacional* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España]. <https://eprints.ucm.es/1865/1/T20884.pdf>