

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA DE COMUNICACIÓN



IMPORTANCIA DE LA REVISTA DIGITAL EN EL PERÚ

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

CINTHIA TERESA SANDOVAL VARGAS

ASESOR

CECILIA LOURDES VIDAURRE NIETO

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2020

ÍNDICE

RESUMEN

ABSTRACT

I. INTRODUCCIÓN.....	5
II. MARCO TEÓRICO.....	8
1. Importancia de la revista digital.....	8
1.1 Definición.....	8
1.2 Inicios de la revista digital.....	9
1.3 Revista digital en el Perú.....	9
2. Características de la revista digital.....	11
2.1 Hipertextualidad.....	11
2.2 Multimedialidad.....	12
2.3 Interactividad.....	12
2.4 Universalidad.....	13
2.5 Instantaneidad.....	13
3. Ventajas de la revista digital.....	13
III. CONCLUSIONES.....	14
REFERENCIAS.....	15

RESUMEN

La aparición del internet hizo que el periodismo se adapte a las nuevas tecnologías. Esto permitió la aparición de medios de comunicación en formato digital, tal es el caso de la revista que encontró en la red una forma de brindar información rápida, completa, flexible y economía.

Este presente trabajo de investigación tiene como objetivo general dar a conocer la importancia de la revista digital en el Perú y como objetivos específicos, identificar las características de la revista digital y explicar las ventajas que tiene una revista digital.

La investigación es de tipo bibliográfica, ya que para la recolección de información se recurrió a libros online, tesis, artículos, páginas web y blogs.

Finalmente se llegó a la conclusión que la importancia de la revista digital recae en la innovación del periodismo, pues las personas pueden aprovechar las herramientas que ofrecen las nuevas tecnología para buscar y producir información.

Palabras claves: Periodismo digital, revista digital

ABSTRACT

The emergence of the internet made journalism adapt to new technologies. This allowed the emergence of media in digital format, as is the case of the magazine that found on the network a way to provide fast, complete, flexible and economic information.

This research paper has as its general objective to know the importance of the digital magazine in Peru and as specific objectives, identify the characteristics of the digital magazine and explain the advantages of a digital magazine.

The research is of a bibliographic type, since for the collection of information was used online books, thesis, articles, websites and blogs.

Finally, it was concluded that the importance of the digital magazine lies in the innovation of journalism, as people can leverage the tools offered by new technology to search for and produce information.

Keyword: Digital journalism, digital magazine

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el internet y las nuevas tecnologías como medio de información y comunicación han evolucionado, eso ha causado una gran revolución en la era digital.

El periodismo digital supo consolidarse de forma satisfactoria en el panorama comunicativo como una medio de gran difusión. Desde que los periódicos crearon su edición digital son varias las publicaciones digitales que encontramos en la red. Además son varios los lectores que han migrado de un medio a otro. (Pérez, 2016)

Gracias a la globalización las personas buscan acceder a la información de forma rápida, flexible y economía, lo que originó la aparición de ediciones digitales de varios medios tradicionales, como es el caso de las revistas.

La revistas digital es una publicación periódica que tiene gran acogida porque reúne las principales características propias del periodismo digital, como es el hipertexto, la multimedia y la interacción. Además por su gran accesibilidad y bajo costos de publicación. (Torres, 2010)

En la web se puede encontrar una variedad revistas. Según el tipo de información estas pueden ser: políticas, académicas, deportivas, de entretenimiento, científicas, sociales y culturales; por ellos sus lectores van en aumento, ya que acceden a ella por diferentes motivos. Eso ha permitido que su evolución sea notable no sólo como medio informativo sino también académico.

Según cifras de comScore y National Readership Surveys las revistas digitales del Reino Unido como BBC Good Food Radio Times, OK! y Time Out son las de mayor número de audiencia, gracias a que encontraron en la web, una nueva forma de comunicación.

En España, Yunquera en su tesis " Desarrollo de las publicaciones digitales y nuevos soportes informativos: historia y evolución de las revistas y diarios digitales en España, 1994-2014" se evidencia cómo las empresas editoriales se fueron incorporando a los formatos digitales, ya que los usuarios buscan acceso a la información de forma rápida, a cualquier hora y lugar. Pues quieren tener el control de acceso de los contenidos a través de sus aparatos electrónicos.

En el 2014 en México, un estudio del Departamento de Investigación de Merca2.0, indicó que en el año anterior el volumen de ventas para revistas impresas descendió 14.4% con respecto al 2012. El principal motivo de la baja del tiraje fue consecuencia de la creciente tendencia de los lectores por consumir información a través de medios online por encima de canales impresos.

Además, según los beneficios de la revista digital el 32% dijo que prefiere el formato digital por el simple hecho de que las puede llevar a todos lados en dispositivos móviles. El 28.4% accede a ella por su rápida disponibilidad, 22.5 % por su contenido extra que ofrece a diferencia de la versión impresa, el 8.6 % por el precio, el 5.9% por que ofrece más artículos y el 4,5% por otros motivos.

En Colombia , el Estudio de Medios Digitales realizó una investigación dirigida por Germán Rey y José Luis Novoa donde se analizaron 650 medios informativos digitales, en la cual se determinó que el 25% de ellos eran versiones digitales de otros medios por lo publicaban el mismo contenido del medio original , mientras el 75% producían su propio contenido.

En el 2019 el estudio " Consumo de medios" realizado por Ipsos Perú demostró que los medios online tienen una presencia relevante en el share de medios. El 55 % del tiempo que emplean las personas para consumir información es a través de medios tradicionales, mientras que el 45 % restante se realiza mediante medios digitales. Eso quiere decir que siete de cada diez peruanos prefieren los recursos digitales.

Es evidente cómo los medios digitales han ocupado un lugar importante en la preferencia de los usuarios, es por eso que nos cuestionamos ¿Cuál es la importancia de la revista digital en el Perú?

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal dar a conocer la importancia de la revista digital en el Perú y como objetivos específicos, identificar las características de la revista digital y explicar las ventajas que tiene una revista digital.

La realización de este trabajo es importante para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo porque explica las ventajas del uso de la revista digital como medio de comunicación masivo y además sirve como fuente de información para futuros trabajos.

El tema tiene relevancia social, pues el uso de las revistas digitales, además de beneficiar a los lectores por su variedad e información contribuye por la preservación del medio ambiente, ya que no requieren papel ni tinta para su distribución.

Las implicancias prácticas de la investigación permitirán el buen uso del internet como medio para recibir y difundir información completa e instantánea sobre un determinado tema.

Asimismo, cumple con la línea de investigación en la USAT denominada "Innovación en Comunicación y Desarrollo Humano, ya que se adapta al nuevo contexto de convergencia de los nuevos modelos de transmisión de información, utilizando la revista digital como medio informático que innova el proceso comunicativo del hombre.

II.MARCO TEÓRICO

1. LA IMPORTANCIA DE LA REVISTA DIGITAL EN EL PERÚ

1.1. Definición

Una revista es una publicación periódica con artículos escritos por diversos autores, estas pueden ser especializadas en un determinado tema o tocar varios temas y tratarlos en profundidad. Su circulación puede ser semanal, quincenal o mensual. (Ledesma, 2014)

La revista es conocida por su terminología en inglés “magazine” que significa depósito, un lugar donde se almacenaban artículos y elementos importantes de diversos orígenes. Por ello es considerada un almacén temático, un medio con artículos, reportajes, escritos sobre acontecimientos actuales, destinados a personas con gustos variados (Domínguez, 2012)

Con el avance de la tecnología surge un nuevo soporte para la revista: su formato digital que puede visualizarse en la red y diferencia de la versión física o impresa aprovecha al máximo las nuevas herramientas que ofrece el periodismo digital. Pues se permite agregar animaciones, multimedia e hipervínculos que mejora su diseño y la hace más interactiva.

Las revistas al adaptarse a formato digital se vuelven en publicaciones instantáneas conectadas con el enorme flujo de información, eso hace que se transfiera al público mediante correo electrónico, página web o un archivo digital. Además se ajusta a las necesidades de los lectores para cumplir con el objetivo de entretenerlos e informarlos desde cualquier lugar. (Ramírez, 2019)

1.2 Inicios de las revistas digitales

Las primeras revistas digitales nacieron en las universidades, con la intención de llevar información del papel a las computadoras de manera gratuita. En 1976 salió en la red, el primer prototipo de revista digital llamado "Chimo", que fue editada por el Instituto de Tecnología de Nueva Jersey en Estados Unidos de América.

En 1987 aparece la primera revista con distribución por Internet: New Horizons in Adult Education. Editada por el proyecto Syracuse University Kellogg y se distribuyó a través de BITNET de forma gratuita, luego fueron apareciendo en la red otras publicaciones relacionadas a la medicina, matemáticas e informática. Pero fue hasta el año 1993 que el proyecto el proyecto Journal Storage daría el paso para transformar las revistas físicas en formatos digitales, lo que permitió ahorrar espacio, reducir costos y universalizar la información.

Las empresas editoriales han incorporado los formatos digitales a sus sistemas de producción editorial, sin dejar de lado la versión física. Las publicaciones digitales, han conseguido reducir los costes de producción en relación a los medios impresos. (Yunquera, 2014)

Con el pasar del tiempo son varios los medios tradicionales que encontramos en la red. Algunas son la versión digitalizada de las revistas impresas y otras son creadas exclusivamente para su distribución online. Además existe un sin número de plataformas donde se distribuyen publicaciones digitales; como los blogs de contenidos especializado, plataformas que recogen contenido de los sitios web y redes sociales.

2.1 Las revistas digitales en el Perú

Salaverría (2015) manifiesta que en los últimos 20 años gracias a la llegada del internet, las empresas periodísticas en el Perú tuvieron que reorganizar su funcionamiento, transformar su trabajo y mejoraron su relación con las audiencias, por ello se han adaptado a los nuevos medios digitales.

El primer medio de comunicación peruano que apareció en internet fue la revista Caretas, fundada en 1950 por Doris Gibson. Es una revista semanal de contenidos periodísticos sobre la realidad y actualidad peruana. El 12 de enero de 1995 fue su primera publicación digital, al inicio fue una imitación de la versión impresa, y no fue hasta el año 2005 que adaptó su diseño y estructura informativa en la red.

En el año 2002 los grupos editoriales se unieron y comenzaron con la digitalización de sus revistas como es el caso de la revista ¡HOLA!. Entre otras revistas que son conocidas tanto por su versión impresa como digital. Ese mismo año apareció en la red Pueblo Continente, una revista trujillana multidisciplinaria e interdisciplinaria que incluye trabajos de docentes e investigadores de otras universidades e instituciones del Perú y el mundo, convirtiéndose en la primera revista peruana con distribución exclusiva online.

En el Perú actualmente podemos encontrar más 25 revistas en versión digital. Algunas son de noticias de actualidad, arte, historia, empresas, inmobiliarias, internet y tecnología, política, economía, negocios y todo tipo de actividades

La importancia la revista digital se evidencia en la cantidad de publicaciones instantáneas conectadas con el enorme flujo de información que se produce en la web. Además que aprovecha al máximo la multimedia, lo que hace de la revista algo más interactivo de lo que se puede observar en la versión física. Se ajusta a las necesidades de sus lectores y cumple con su objetivo de informar y entretenerlos en cualquier momento y lugar. (Gil, 2015)

3. CARACTERÍSTICAS DE LA REVISTA DIGITAL

La revista digital cumple con todas las características del periodismo 2.0 como lo es la hipertextualidad, la multimedia, interacción, universalidad e instantaneidad.

2.1 Multimedialidad

La multimedialidad es la composición de texto, gráficos, audio y diferente contenido audiovisual. Se debe tener en cuenta que no es necesario que aparezcan todos juntos, sino que lo más relevante, pues la multimedia existe cuando hay una combinación coherente que refuerce y complemente la publicación. (Valls, 2015)

La multimedia no consiste en la publicación de un video y un texto que diga lo mismo o varias imágenes parecidas que cuenten el desarrollo de una historia. Sino en articular y exponer estos los contenidos multimedia de manera coherente y atractiva para enriquezca la búsqueda el público. (Ledesma, 2014)

Una revista digital es multimedia cuando hace uso de las opciones que ofrecen las nuevas tecnologías para que las publicaciones sean acompañados de imágenes, gráficos, audios o vídeos que complementen el mensaje

2.2 Hipertextualidad

Cuando se habla de hipertextualidad se refiere a la estructura discursiva que surge cuando al leer un texto encontramos hipervínculos que se nos llevan a distintas piezas textuales y/o audiovisuales sobre el mismo tema a través de enlaces con el fin complementar la información (Valls ,2015)

El hipertexto es un elemento clave en el entorno digital, pues le da al lector la posibilidad de ampliar su búsqueda informatica, de contextualizar la noticia y le da libertad de elegir las secciones o información adicional a través de enlaces (Pérez, 2016)

Por otro lado Galinus (citado en Cavassa ,2018) expresa que una publicación digital en relación a la hipertextualidad tiene las siguientes características:

- Debe tener la opción de ampliar y brindar un marco conceptual a la información, no sólo propio sino de diferentes medios, lo que permitirá contrastar la información.
- Los enlaces deben estar en el cuerpo de la noticia, para que estén en el contexto y la ubicación sea clara.
- Para complementar y contextualizar las noticias, es necesario que los hipervínculos tengan relación temporal para que el usuario recorra de forma clara e intuitiva. Es decir los enlaces deben permitir consultar al instante las noticias anteriores, y así el usuario pueda ordenar de los hechos de una noticia.

La hipertextualidad es entonces la variedad de enlaces informativos que encontramos en la primera búsqueda que nos lleva a información relacionada para completar nuestra investigación.

2.3 Interactividad

La interactividad genera un enorme feedback entre receptor y el emisor, pues genera dinamismo y permite crear una proximidad con el periodista. Además permite que los lectores puedan opinar, sugerir, cuestionar o aportar información (Pérez, 2016)

Para Valls (2015) la interactividad puede ser de selección, personalización o participación.

- La interacción de selección se da cuando el usuario posee una capacidad para elegir la página que lee y navega.
- La interacción de personalización aparece cuando el usuario no se somete a lo predefinido sino el decide su itinerario de búsqueda

- La interacción es de participación, cuando el usuario asume el rol de interlocutor donde pueda dar su opinión, e interactúa con el emisor del contenido y con otros usuarios.

2.4 Universalidad

Es una característica de cualquier medio digital, pues al estar en la red hace que las publicaciones lleguen a todas partes sin límites de espacio y puede tener alcance a cualquier parte del mundo.

Una revista electrónica puede ser editada en determinado lugar y los lectores de cualquier parte del mundo pueden acceder a ella, eso aumenta significativamente la cantidad de usuarios que puede tener cualquier publicación, pues podrá ser consultada de manera rápida.

2.5 Instantaneidad

Los contenidos de la publicación pueden ser actualizadas de forma periódica con un mayor facilidad, por ello pueden ser transmitidos, reproducidos y almacenados de forma simple y rápida. Además los usuarios pueden acceder inmediatamente después que hayan sido publicadas, incluso antes; como el caso de algunas revistas ofrecen pre publicaciones de los artículos que serán incluidos en los próximos edición.

3. VENTAJAS DE LA REVISTA DIGITAL

La revista digital como medio de comunicación e información ofrece beneficios tanto a los usuarios como a los editores.

- Son económicas, pues los gastos de producción, impresión y distribución son reducidos, lo que permite que su accesibilidad sea de forma gratuita o un precio por debajo de la versión impresa.

- Son ecológicas, pues al no requerir el uso del papel, ni de componentes químicos para su impresión, se logra evitar la tala de árboles y la deforestación; y eso contribuye al cuidado del medio ambiente y los ecosistemas.

- Permite una fácil edición, pues los editores o redactores pueden manejar el contenido de las publicaciones porque no existen las limitaciones de espacio, cosa que suele suceder en los medios impresos. Además que el material puede ser modificado o ampliado.

- Presenta alta disponibilidad, pues el usuario puedes tener varias ediciones de diferentes editoriales y contenidos. Además de acceder a ella en cualquier momento y lugar.

III. CONCLUSIONES

1. La importancia de la revista digital en el Perú recae en la innovación del periodismo, pues la adaptación de los medios tradicionales a los formatos digitales, ha permitido que las personas aprovechen al máximo las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías no solo para recibir información sino también para producir.

2. La revista digital presenta todas las características del periodismo digital como es el hipertexto, la multimedia la interacción, universalidad e instantaneidad; lo que llama la atención de los lectores, pues además de enriquecer su búsqueda, brinda información más completa y dinámica.

3. El uso de la revista digital como medio de comunicación o información tiene las siguientes ventajas: Bajo costo de producción y distribución; contribuye con el medio ambiente ya que no requieren el uso de papel ni tinta. Son de fácil edición y no tiene limitaciones de espacio, cosa que suele suceder en los medios impresos. Además presenta alta disponibilidad, pues el usuario acceder a ella en cualquier momento y lugar.

REFERENCIAS

Caceda, M. (s.f). Revista Digital. Atavist. Recuperado de <https://monicacacedaquispe.atavist.com/revista-digital>

Cavassa, P. (2018). *Análisis del lenguaje periodístico en los portales digitales de los diarios deportivos Depor, Libero, El bocon y todo Sport*. (Tesis de pregrado). Universidad de Lima

Domínguez, E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. México: Red Tercer Milenio

Gil, Lina. (8 de septiembre del 2015). Importancia de una Revista Digital [Mensaje en blog]. Recuperado de <http://linamariagil.blogspot.com/2015/09/importancia-de-una-revista-digital.html>

Hernández A & Varela K. (2015). *Propuesta de una revista digital sobre emprendimiento en Venezuela*. (Tesis de pregrado). Universidad Central de Venezuela.

Herrera, C. (2017). *Propuesta de una revista digital ("Tiempo Universitario") para estudiantes de la facultad de comunicación social de la Universidad de Panamá*. (post grado). Universidad de Panamá.

Ledesma, D. (2014). *Fundamentación de la propuesta de una revista digital para la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Noguez, O (16 de Agosto del 2016). Revistas impresas o digitales. ¿Qué buscan los consumidores en ellas? .Mercado 2.0. Recuperado: <https://www.merca20.com/revistas-impresas-digitales-buscan-los-consumidores-en-ellas/>

Olaya, M. (2019). Consulta Revista Digital. Calameo. Recuperado de: <https://es.calameo.com/read/0058500458445e1764964>

Yunquera,J.(2014). *Desarrollo de las publicaciones digitales y nuevos soportes informativos HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LAS REVISTAS Y DIARIOS DIGITALES EN ESPAÑA. 1994-2014* (tesis doctoral). Universidad Carlos III de Madrid, España.

Pérez, P (20 de Abril del 2018). El periodismo en la era digital. El País. Recuperado de :
https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html

Revistas Digitales – Qué Son, Ventajas Y Cómo Elaborarlas. Digital-Editorial. Recuperado de: <https://digital-editorial.com/revistas-digitales/>

Ramírez,J.(2019).Revista Digital. Calameo. Recuperado de:
<https://es.calameo.com/read/005850783d8c15ce1b141>

Rojos, K. (24 de Abril del 2019).Ipsos: El 55% del tiempo de consumo aún ocurre en medios tradicionales. Gestión. Recuperado:
<https://gestion.pe/economia/empresas/55-consumo-ocurre-medios-tradicionales-264968-noticia/>

Salaverría, R. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. España: Editorial Ariel

Torres, C. (2010). *Revista digital*. Universidad Técnica de Ambato. Especialización en Bibliotecología y documentación. Documento de trabajo. Fecha de consulta: Julio 29 de 2012). Recuperada de http://issuu.com/icarolinatj/docs/revista_digital3

Valls, M. (19 de Noviembre del 2015). Hipertextualidad, interactividad y multimedialidad.

María Valls Arnau. Recuperado de: <https://mvallsa.wordpress.com/about/>