



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA

## Nuevos medios y medios sociales

<b>Apellidos, nombre</b>	Cabrera Méndez, Margarita (mcabrera@upvnet.upv.es)
<b>Departamento</b>	Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte
<b>Centro</b>	Universidad Politécnica de Valencia



## 1 Resumen de las ideas clave

En este artículo vamos a presentar las características básicas de lo que es un nuevo medio y un medio social, tema muy en boga últimamente pero poco tratado en cuanto a su definición y aplicación.

## 2 Introducción

Según el *Diccionario de la Real Academia Española*, un *medio de comunicación* es un «órgano destinado a la información pública»; derivado de este término surge la expresión *nuevos medios* que podría definirse como el servicio de acceso a la información a través de las nuevas tecnologías.

Los nuevos medios tienen un lenguaje propio y unas características de comunicación y contenidos diferentes a los tradicionales (prensa, radio y televisión). En la actualidad estos nuevos medios, a los que también se podría llamar *digitales*, conviven con los medios de comunicación tradicionales, influyendo cada día más en ellos.

## 3 Objetivos

El objetivo general es explicar cuáles son las características principales de lo que venimos a llamar los 'nuevos medios' y los 'medios sociales', y el cuándo y cómo los utilizamos.

Una vez que los alumnos hayan estudiado el artículo, leyendo con detenimiento todo el material facilitado, deben ser capaces de:

1. Identificar un nuevo medio y un medio social
2. Conocer las características de los nuevos medios
3. Identificar las diferencias entre nuevos medios y tradicionales

Tabla 1. Objetivos del artículo.

## 4 Desarrollo

En realidad los nuevos medios ya no son tan nuevos. La prensa escrita empezó a ofrecer versiones digitales de sus diarios a finales del siglo xx, pocos años más tarde de la existencia de internet, tal y como la conocemos hoy en día.

En un principio, era una copia de la versión en papel publicada en PDF, de ahí pasó a ser una edición de los mismos contenidos, en versión web, una vez al día. Desde entonces, la versión digital de los periódicos ha evolucionado hacia la convivencia actual, en la que la prensa digital tiene sus propios ritmos y modelos, distanciándose cada vez más de la versión en papel.

Esta convivencia de las versiones, en papel y digital, de un mismo periódico suele ser complementaria y exige una diferenciación en el tratamiento de los contenidos para un medio y otro, así como la adaptación de la prensa impresa a las características del medio digital.

Los medios sociales son un derivado de los nuevos medios, son el espacio de información que se genera y comparte a través de las redes sociales de internet. Los ciudadanos utilizan estos canales para convertirse en informadores, bien al margen de los medios de comunicación bien a su sombra.

Las redes sociales cada vez se integran más en la prensa digital, no hay diario que no incluya, en su edición de internet, la opción de compartir o comentar la noticia a través de Twitter o Facebook, por citar solo las más expandidas. La prensa en internet genera blogs para dar protagonismo y voz individual a sus profesionales o incluso a los lectores, y de esa forma compartir experiencias desde un punto de vista más cercano. Los medios sociales tampoco son tan nuevos, los primeros blogs datan de 1997 y Twitter nació en 2006.

### 4.1 Características de los nuevos medios

Vamos a distinguir los nuevos medios de los de toda la vida a través de los elementos diferenciadores que encontramos en ellos. Veamos cuáles son las características de los nuevos medios frente a los tradicionales:

- Favorecen la no intermediación de un medio para la publicación de información.
- Aceleran los procesos de creación, publicación, distribución y discusión de los contenidos.
- El tiempo real sustituye a la periodicidad de los medios tradicionales. Las ediciones ya no se basan en un horario prefijado, sino que se puede publicar cuando surge la información.
- La autoría de los contenidos se ha democratizado, la publicación no es exclusiva de los especialistas de la información contratados por los medios,

sino que el ciudadano se vuelve autor. Cualquiera puede generar información, comentarla y compartirla, la autoría se traslada a la sociedad en lo que viene a llamarse *periodismo ciudadano*. Todos los ciudadanos estamos invitados a aportar comentarios y debatir la información dando nuestro punto de vista o nuestra versión de los hechos.

- Los nuevos medios permiten acceder a la información en cualquier momento y desde cualquier lugar, siempre que se tenga conexión a internet a través de cualquier dispositivo digital.
- La creación puede producirse en tiempo real: las barreras espacio-temporales han desaparecido para la publicación de información.
- La publicación y distribución se apoya en tecnologías digitales, pueden manipularse y permiten la interactividad.
- La información está viva, los usuarios la amplían, corrigen y comparten.

## 4.2 Qué abarca los nuevos medios

Aunque está claro que los nuevos medios hacen referencia a los medios tradicionales en su versión digital, hay que tener en cuenta que no solo abarcan los diarios en internet y las redes sociales, sino que conviven con muchos otros formatos de productos digitales que son también contenedores de información.

Algunos ejemplos de nuevos medios son las páginas web, las aplicaciones para teléfonos inteligentes o tabletas, los juegos en red, el CD-ROM, los DVD, la televisión web, los libros electrónicos, los blogs, la radio digital, los wikis, y todo aquello que permita la interactividad digital.

Cada uno de estos medios tiene sus particularidades –su lenguaje, sus normas de conducta y entresijos– y se hace preciso utilizarlos en función de las necesidades reales, con medida y prudencia.

Hay que aprender a movernos en el nuevo entorno digital. Porque, aunque nuevos, estos medios cuentan ya con un vocabulario propio de la red, una gramática adaptada, unas maneras y hábitos de proceder, unas normas de cortesía, en definitiva, unas costumbres que caracterizan nuestro idioma y su uso en los nuevos medios.

## 5 Qué me debe quedar claro

Debemos entender qué son los nuevos medios, diferenciarlos de los tradicionales y entender que muchas veces la línea entre nuevo medio, medio tradicional y medio social puede ser diminuta o incluso inexistente, porque cada día más se fusionan unos con otros, y suelen ser el resultado de la evolución de unos con otros.

## 5.1 Utilidad

Aunque puedan parecer obvias las definiciones que en este artículo se han hecho, os aseguro que me ha sido difícil encontrar información que de una manera científica y profesional lo hiciera. Todo el mundo utiliza estos términos y pocos se paran a pensar qué significan realmente y a qué hacen referencia. Por lo tanto entendemos que a cualquiera que vaya a publicar en nuevos medios o medios sociales debe tener la clara la diferencia y las características.

## 6 ¿Cuándo utilizaré los conocimientos adquiridos?

¡Siempre!.

El día a día de cualquier profesional y de nuestra vida cotidiana está íntimamente relacionado con la red, los nuevos medios y los medios sociales, con lo cual, siempre será útil saber qué son y qué características tienen los nuevos medios y los medios sociales.

## 7 Bibliografía

- ANDERSON, Chris; WOLFF, Michael (2010) *The Web Is Dead. Long Live the Internet*. Disponible en: [www.wired.com/magazine/2010/08/ff\\_webrip/all/1](http://www.wired.com/magazine/2010/08/ff_webrip/all/1) [fecha consulta: 02/05/2013]
- BARR, Chris (2010) *The Yahoo! Style Guide: The Ultimate Sourcebook for Writing, Editing, and Creating Content for the Digital World*. St. Martin's Griffin.
- BIANCHINI, Adelaide (1999) *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Disponible en: <http://ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.pdf> [fecha consulta: 02/05/2013]
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Diccionario Panhispánico de Dudas. <http://dpd.rae.es/> [fecha consulta: 02/05/2013]
- Eduteka (2003) *Hipertexto; qué es y cómo utilizarlo para escribir en medios electrónicos*. Disponible en: [www.eduteka.org/Hipertexto1.php](http://www.eduteka.org/Hipertexto1.php) [fecha consulta: 02/05/2013]



- El castellano, La página del idioma español. [www.elcastellano.org](http://www.elcastellano.org) [fecha consulta: 02/05/2013]
- FRANCO, Guillermo (2008) *Escribir para la web*. Knight Center for Journalism in the Americas. Disponible en: [http://knightcenter.utexas.edu/Como\\_escribir\\_para\\_la\\_WEB.pdf](http://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf) [fecha consulta: 02/05/2013]
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE (2012) *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- FUNDACIÓN DEL ESPAÑOL URGENTE (2008) *Manual del español urgente*. Madrid: Cátedra.
- Fundéu BBVA, *Estilo, manual de estilo para los nuevos medios*. [www.manualdeestilo.com](http://www.manualdeestilo.com). [fecha consulta: 02/05/2013]
- MARTINEZ, Concepción y ROMERO GUALDA, M<sup>a</sup> Victoria (coord.) (2002). *Lengua española y comunicación*. Ariel, ISBN: 84-344-1291-8
- PALACIOS, M. y DÍAZ NOCI, J. *Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
- Real Academia Española. [www.rae.es](http://www.rae.es) [fecha consulta: 02/05/2012]
- RTVE, *Manual de estilo de RTVE*. <http://manualdeestilo.rtve.es/> [fecha consulta: 02/05/2013]
- ROJO, Guillermo y SÁNCHEZ, Mercedes (2010) *El español en la red*. Madrid-Barcelona : Ariel / Fundación Telefónica.
- Wikileaks. <http://wikileaks.org/> [fecha consulta: 02/05/2013]