

# Canales de acceso a la información. Un recorrido por su interés científico a partir de las publicaciones en Wos y Scopus durante las dos últimas décadas

**Channels of access to information. A tour of its scientific interest from the publications in Wos and Scopus during the last two decades**

DE LA TORRE DÍAZ, Patricia<sup>1</sup>  
VIZCAÍNO-LAORGA, Ricardo<sup>2</sup>

## Resumen

El objetivo de este artículo es describir cómo ha evolucionado el interés científico (2004-2021) en torno a los canales de acceso a la información, detectar las lagunas, los centros de interés, tendencias metodológicas e investigadores principales para plantear las líneas de investigación que serían necesarias abordar. Las investigaciones se centran mayoritariamente en las redes sociales y el periodismo digital. No destacan autores o instituciones concretas. La técnica predominante es la cualitativa y el interés ha ido aumentando con el tiempo.

**Palabras clave:** difusión, canales de distribución, acceso a la información, periodismo.

## Abstract

The objective of this article is to describe how scientific interest has evolved (2004-2021) around the channels of access to information, detect gaps, centers of interest, methodological trends and main researchers over time to propose the lines of research that would be necessary to address. The research focuses mainly on social networks and digital journalism. In the subject under study, they do not stand out. specific authors or institutions. The predominant technique is qualitative and interest has been increasing over time.

**Key words:** dissemination, distribution channels, access to information, journalism.

---

## 1. Introducción

Los quioscos y puestos de venta de periódicos fueron tradicionalmente el principal punto de acceso a la información (entendida de manera profesionalizada) que tenía la sociedad a su alcance (Rodríguez Infiesta, 2016), pero a mediados de los años 90, la World Wide Web se popularizó y se comenzaron a desarrollar sistemas de publicación (también profesionales) alternativos al papel (Boczkowski, 2006).

---

<sup>1</sup> Doctoranda. Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa. Universidad Rey Juan Carlos. España. p.delatorre@alumnos.urjc.es

<sup>2</sup> Profesor Titular. Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa. Universidad Rey Juan Carlos. España. ricardo.vizcaino@urjc.es

Las nuevas tecnologías supusieron una evolución de los procesos de difusión de las noticias (Boczkowski, 2006). Gracias a Internet, el número de proveedores de noticias se multiplicó generando gran variedad de ventanas donde informarse (Casero-Ripollés, 2010). Además, la aparición de las *tablets*, los *smartphones*, los blogs y las redes sociales añadieron nuevas formas de consumo de noticias digitales (Marta-Lazo et al. 2020).

### 1.1. Sobre el concepto de acceso a la información

La web ha democratizado las audiencias que han modelado nuevos hábitos de consumo informativo y canales de distribución sobre todo en los más jóvenes que los consideran un soporte cotidiano y habitual en sus vidas (Tuñez, Martínez y Abejón, 2010). Este proceso de democratización ha afectado al ecosistema informativo, incluyendo pérdida de credibilidad, desórdenes informativos y opacidad (García-Galera, Mercedes del Hoyo-Hurtado y Blanco-Alfonso, 2020), porque el concepto de información se ha visto ampliado desde la información profesionalizada, incluidas tendencias solo propias de éste como el periodismo de precisión (Tejedor y Dador, 2019) o el periodismo de soluciones (Villalobos, 2020) llegando al periodismo desprofesionalizado del periodismo ciudadano (Nuñez-Encabo, 2013; Salvat, 2021).

Nos encontramos en un momento en el que los contenidos fluyen por diferentes dispositivos, aplicaciones y plataformas (Yunquera Nieto, 2016). Los avances tecnológicos han permitido que la distribución y el acceso a los contenidos se diversifique cambiando los hábitos de consumo.

Diversos autores como Codina, 1995; Fuentes i Pujol et al., 2000; Abadal, 2002 y López-Carreño, 2004 han estudiado las fuentes de acceso a contenidos dentro del cibermedio. A su vez, se han realizado investigaciones acerca de la consulta fuera del cibermedio (Centelles, 2005, Martínez-Rubio, 2008; Abadal y Guallar, 2010; Rodríguez-Martínez, Codina y Pedraza-Jiménez, 2010). Estos son los canales alternativos a la web como newsletters, instrumentos para compartir información en plataformas sociales, sindicación de contenidos, widgets, aplicaciones y alertas que ofrecen los medios de comunicación para acceder a sus contenidos. Algo que según Ivars-Nicolás (2012) es una tendencia creciente que sitúa la noticia del diario en un espacio más allá del propio cibermedio y que cada usuario comparte con su comunidad.

La distribución y el acceso multi-plataforma de contenidos parece ser el modelo de comportamiento (Lacasa Mas, Victoria Mas y Fernández Díez, 2012 y Cantón Molina, 2017).

Las redes sociales son uno de los instrumentos más destacados de los últimos años y podemos encontrar estudios específicos publicados en torno a ellas como herramientas de distribución online de la oferta informativa como el publicado por los autores García Orosa y López García en 2016, Campos Freire en 2008 o el de Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García y Martínez-Fernández en 2016. Pero existen muchos más como buscadores (García Romero, Ruiz San Román y Serrano Oceja, 2018; Gutiérrez Merelles y Maestro Espínola, 2015; Iglesias-García y Codina, 2016) podcast (Gil Castañeda, 2020) o nuevos dispositivos como los iWatch (Silva-Rodríguez, López-García y Toural-Bran, 2017). El estudio Digital News Report de Reuters (2022) señala que los algoritmos de redes sociales y buscadores (62%) aumentan su ventaja frente a las marcas de los medios (50%) para acceder a noticias.

Lo expuesto hasta aquí refleja, por un lado, cómo el acceso a la información ha ido evolucionando hacia una disparidad cada vez mayor de posibilidades y, por otra parte, como esta multiplicidad exigiría un estudio científico acorde con la importancia de dichas temáticas. El estudio que aquí se presenta acomete la revisión de la literatura científica relativa a los canales de acceso a la información en Internet de los últimos 18 años, con el fin de comprobar las tendencias seguidas y tratar de aportar luz de hacia dónde deberían dirigirse los estudios actuales. Un intervalo que comienza en un momento (2004) en el que podemos hablar de prensa digital estabilizada, según el Informe Anual de la Profesión Periodística de la Asociación de Editores de Diarios Españoles. No obstante, cabe mencionar algunos precedentes anteriores, aunque alguno se ocupe de la

distribución de la información en medios reproducidos en soporte papel. En 1996, estudios como el de Díaz Guell se habían centrado en analizar la distribución de la prensa en España, si bien analizó únicamente la prensa impresa. Un estudio pionero, que ya se ocupa de la distribución digital fue el de Fuentes I Pujol, Jiménez y González (2000). Su artículo “Servicios y sistemas de acceso a la información periodística en Internet” proponía facilitar recursos que simplificaran la recuperación de noticias emitidas por Internet. Estos autores analizaron las diferentes tipologías de servicios y sistemas de acceso a información periodística mediante la descripción de ejemplos concretos. Así, hablaban de consulta directa del medio, servicios de suministro de titulares, de seguimiento de prensa y elaboración de dossiers personalizados, además de servicios de acceso a información periodística retrospectiva.

El presente estudio es relevante al mostrar qué interés ha tenido a partir de este momento la literatura científica que trata este ámbito. De esta forma, se pretende extraer y organizar lo publicado en años posteriores para así comprender los enfoques que ha recibido el objeto de estudio. Los resultados permitirán conocer la tipología de los textos y hacia dónde van los estudios que tratan esta cuestión.

---

## 2. Metodología

En el presente artículo se realiza un análisis de contenido cuantitativo de los artículos publicados durante el periodo 2004-2021 por dos de las bases de datos bibliográficas más relevantes: Scopus y WOS a través de búsquedas en inglés y español. Introduciendo criterios explícitos y reproducibles, podemos ver la evolución de la literatura al respecto, qué se investiga, cómo se aborda y si existe mayoría de estudios que trate este tema en algún país, institución o algún otro dato señalable.

El método para desarrollar esta revisión sistemática de literatura se fundamentó, en términos generales, en las directrices establecidas por Brereton, Kitchenham, Budgen, Turner y Khalil (2007), enfocadas en la realización de SLR en ingeniería de software y las indicadas por Sánchez Meca (2010) en el artículo “Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis”.

En los últimos años las revisiones de literatura sobre ciencias sociales, específicamente periodismo digital, han tomado auge como artículos de investigación. Encontramos referentes como la revisión bibliográfica de Periodismo Digital de Ramón Salaverría (2019) o la de centrada en el impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales de Alfonso, I. B., Galera, C. G., & Calvo, S. T. (2019). Otros autores con publicaciones recientes de este tipo son: Molina, I., Camargo, N., Guerrero, A., & Magallanes, L. (2018), López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á. A., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019), Marta-Lazo, C., Rodríguez Rodríguez, J. M. y Peñalva, S. (2020) y Valverde-Berrocoso, J., González-Fernández, A., & Acevedo-Borrega, J. (2022).

Dadas las dimensiones del trabajo se han seguido parcialmente los criterios PRISMA-P (Moher *et al.*, 2015). A continuación se describen las fases del método definido para esta revisión sistemática de literatura.

### 2.1. Formulación del problema y planificación

La etapa de planificación consistió en orientar las búsquedas en bases de datos. Partiendo de las preguntas de investigación, palabras clave, elección de bases de datos y criterios de delimitación de las búsquedas.

- **Recursos de búsqueda:** Base de datos Scopus (BD-S) y base de datos WoS (BD-W).
- **Categorías y palabras clave:** Difusión, canales de distribución, acceso a la información, periodismo; Diffusion, channels of distribution, information access, journalism.
- **Periodo temporal:** 2004 a 2021 incluido
- **Criterios de búsqueda:** tipo de documento: artículos; idioma: español o inglés.

- **Criterios de inclusión:** relación con la temática a partir de selección bietápica: titular y resumen para posteriormente lectura del artículo.

Se asumió un “enfoque centrado en el protocolo”, es decir, que las estrategias de búsqueda estaban definidas antes de iniciar la revisión.

## 2.2. Búsqueda de los artículos potenciales, selección en base a los criterios y evaluación de la calidad. Cálculo del tamaño del efecto

La expresión de búsqueda fue construida a partir de operadores booleanos y fue refinada con la inclusión de sinónimos, formas alternativas de escritura de los términos, y otras palabras o frases clave identificadas en los registros bibliográficos obtenidos al utilizar las expresiones de búsqueda booleana. En concreto, se utilizaron las siguientes:

("Journalism" Or "Periodismo") And ("Diffusion" Or "Difusión" Or "Chanel Of Distribution" Or "Canales De Distribución" Or "Acceso A La Información" Or "Information Access"). Se excluyen por conveniencia otros posibles términos más globales.

Por defecto, la base de datos de SCOPUS realiza la búsqueda por título del artículo, resumen o palabras clave. La de WOS busca por tema (Título. Abstract, Palabras clave de autor y KeyWords Plus®).

El resultado obtenido al utilizar la ecuación de búsqueda en las dos fuentes seleccionadas fue un conjunto de 557 registros bibliográficos de documentos científicos potencialmente relevantes.

A continuación se procedió a eliminar duplicados, dando como resultado 509.

Los registros resultantes se sometieron a una selección preliminar a partir de la revisión del título del documento para seleccionar aquellos que hacían mención explícita a la temática. Los que pasaron esta selección (131) se sometieron a otra detallada que consistía en una lectura del resumen, 41 documentos pasaron este segundo filtro

## 2.3. Extracción de datos y síntesis de resultados

El siguiente paso consistió en identificar las características relevantes de cada artículo para clasificar y describir el contenido de los artículos seleccionados.

Con los datos obtenidos del registro de SCOPUS y ISI Web of Science (WoS) disponemos de: título de la publicación, autor/es, área o temática, año de la publicación, palabras clave, el idioma, tipo de documento y resumen. Ello nos permite realizar un análisis acerca de la evolución de estas publicaciones y las posibles relaciones entre los autores. A esto le sumamos, como parte del análisis de contenido, los métodos utilizados para desarrollar la investigación y los resultados/conclusiones.

Para llevar a cabo esta fase hemos creado una base de datos que incorpora toda la información extraída tras las búsquedas y que nos permite realizar el análisis.

---

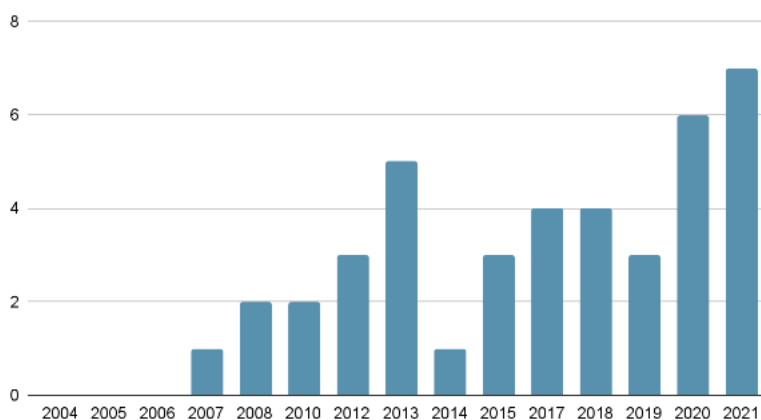
## 3. Resultados y discusión

### 3.1. Resultados generales

En estos dieciocho años ha habido un crecimiento progresivo en el número de artículos sobre esta temática. Como se aprecia en la tabla creada, no se empezó a estudiar hasta el año 2007 y el interés por el objeto de

estudio (a diferencia de otros históricamente conocidos que se han diluido) ha ido creciendo con el paso de los años con la excepción de 2014 y 2019.

**Figura 1**  
Evolución de las investigaciones sobre canales de acceso a la información

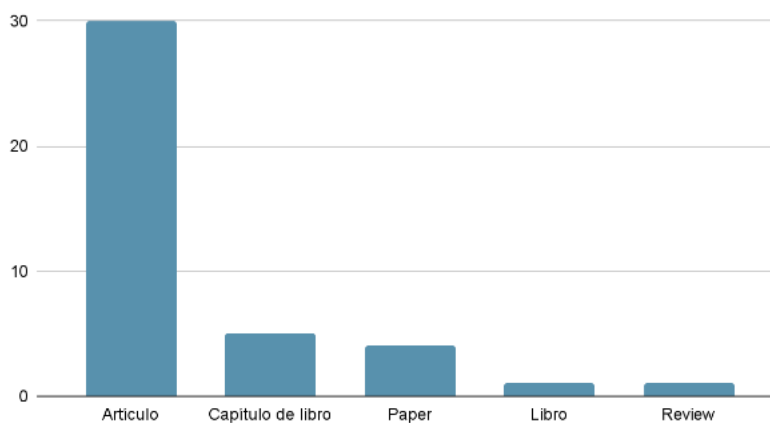


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los autores que han publicado no se parecía una continuidad, de modo que puede considerarse un objeto de interés efímero para los investigadores.

-----

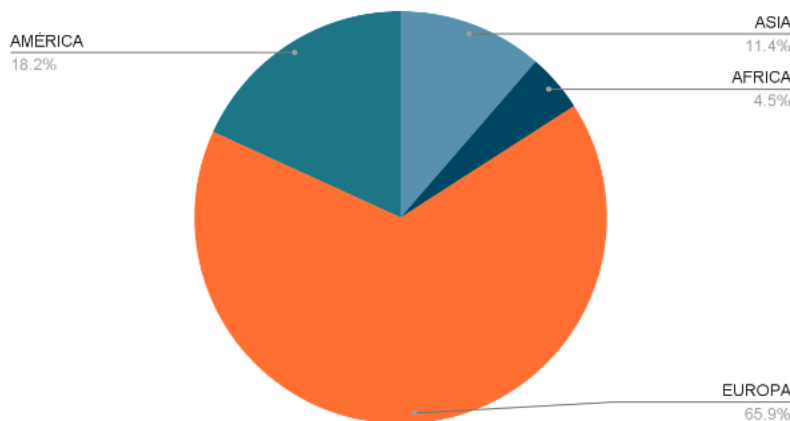
**Figura 2**  
Número de investigaciones sobre canales de acceso a la información según tipo de documento



Fuente: Elaboración propia

Los países que cuentan con mayor número de publicaciones son España, Inglaterra y Estados Unidos.

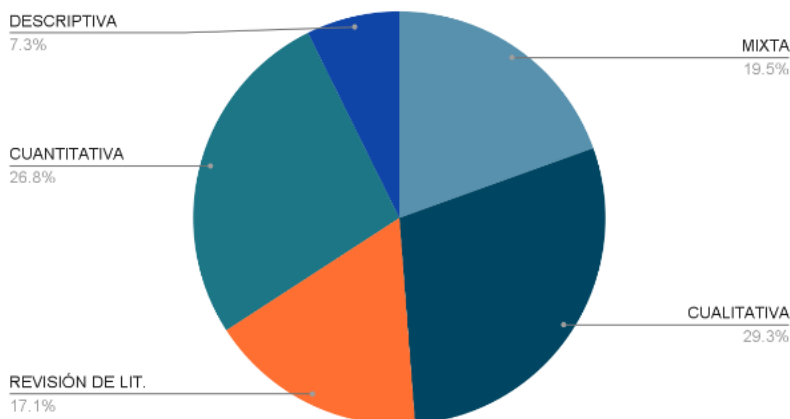
**Figura 3**  
Distribución de investigaciones sobre canales de acceso a la información según lugar de publicación



Fuente: Elaboración propia.

Si observamos las etiquetas o keywords que se les han asignado a los diferentes artículos las que predominan son: “periodismo”, “periodismo digital”, “social media”, “social networks” y “twitter”.

**Figura 4**  
Palabras clave utilizadas en las investigaciones

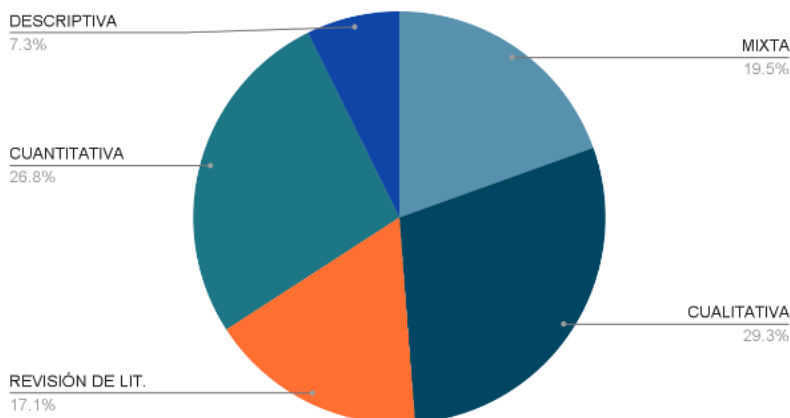


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las áreas o disciplinas en las que se han clasificado los resultados de la investigación, la más utilizada es “comunicación”.

Después de identificar los métodos de investigación utilizados por cada uno de los resultados, podemos concluir que los más comunes son los análisis cualitativos. Dentro de las metodologías cualitativas destacan las entrevistas y la observación participante y dentro de las metodologías cuantitativas, los análisis de contenido cuantitativos con variables y las encuestas utilizadas recopilación de datos y análisis estadístico.

**Figura 5**  
Metodologías de investigación  
empleadas (datos relativos)



Fuente: Elaboración propia.

### 3.2. Resultados sobre el contenido de las investigaciones

En los últimos años de la primera década del siglo XXI, el entorno académico en Estados Unidos dirige su atención hacia el ciclo de canales innovadores como los *podcast*, los buscadores, los móviles y el contenido bajo demanda (Bucy et al., 2007). En los siguientes años se publican textos sobre el uso de dispositivos móviles para informarse, el denominado consumo de noticias “*on the go*” (Westlund, 2008), el miedo de los medios al desarrollo de las noticias en línea (Nguyen, 2008; Fortunati et al., 2010) y las posibilidades multiplataforma (Goyette-Cote et al., 2012) y multimedia (Dimoulas et al., 2014).

En 2013, España comienza a mostrarse interesada en este objeto de estudio y aparece la primera publicación de nuestro país que lo analiza. Dicho artículo, escrito por López García y Alonso Rodríguez y publicado en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, se centra en el análisis de las redes sociales por parte de los diarios gallegos como canal de distribución, mediante una perspectiva metodológica cuantitativa. Dibuja un panorama mediático todavía dominado por el modelo tradicional pasivo y unidireccional en el que el potencial de las redes sociales se limita al escaparate de la promoción y distribución de contenidos. En esta línea continúan otros estudios apuntando que los periodistas deben repensar sus roles en las redes sociales, pues estas son una oportunidad (Quiring, 2013). Este año será prolífico en cuanto a investigación y se publican otros trabajos centrados en el consumo multinivel (Ognyanova & Monge, 2013).

García-Avilés et al. (2014) abre una nueva vía de exploración al analizar la credibilidad de los contenidos informativos en internet para los nativos digitales. Mediante un cuestionario a una muestra de estudiantes de periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche, el estudio concluye que los factores tradicionales como la claridad, la corrección y la credibilidad de las fuentes siguen siendo decisivos en la selección y la confianza de los usuarios, a pesar de los intereses y patrones cambiantes de acceso a la información en el contexto digital.

En los años siguientes, la curva del número de publicaciones que tienen que ver con este objeto de estudio vuelve a crecer. Se continúan analizando las estrategias de difusión de contenidos en redes sociales (Castillo-Ramírez y Alberich-Pascual, 2017). También reciben interés las iniciativas colaborativas (Parra, 2017), el periodismo móvil (Silva, López y Toural, 2017) y el uso informativo que se le puede dar a los nuevos dispositivos como el iWatch (Silva-Rodríguez et al., 2017).

Estos estudios mencionados realizados en 2017 analizan los factores que han determinado la mayor difusión, visibilidad e impacto de los contenidos a través de su presencia en redes sociales, el paso del consumidor a prosumidor como base para un nuevo ecosistema de la información y el impacto de la telefonía móvil en el periodismo debido a su expansión. Acerca del interesante uso del smartwatch para la difusión, el estudio de Silva-Rodríguez analizó las apps disponibles para este dispositivo y concluye que la plataforma demanda narrativas renovadas para explotarlo adecuadamente.

En otros países el interés también es alto y los investigadores se muestran interesados en la manera de acceder a las noticias en la era de los medios móviles descubriendo que la generación situada entre las décadas de 1980 y 1990 es usuaria de varios dispositivos para informarse (Westlund & Färdigh, 2015).

Entre las nuevas posibilidades de acceso a la información estudiadas, se analizan las aplicaciones de noticias móviles (Park & Choi, 2015). Este método de consumo empezó a llamar la atención durante 2015. Tal y como indicó el estudio coreano, las redes sociales empiezan a despuntar como medio de entrega de noticias gracias a la difusión masiva y se esperaba que en un futuro los consumidores pudieran usar los servicios de noticias SNS y las noticias bajo demanda para juntar varias noticias desde diferentes ángulos y mostrarlas en forma de secuencia y el contexto de los eventos de un vistazo. Este *storytelling* será objeto de investigación en años posteriores de la mano de Marcos-García et al. (2021) quienes ofrecen una clasificación de los nuevos formatos vinculados a las redes sociales basados en la narración, inmediatez y participación de las audiencias a través de los cuales los medios están produciendo y difundiendo sus contenidos informativos.

Algunos autores han analizado de forma más específica el tema centrándose en el uso de redes sociales concretas como Twitter (Muindi, 2018), Youtube (Reyes & Vázquez, 2020), Facebook (Welbers & Opgenhaffen, 2018) o Whatsapp (Boczek & Koppers, 2020) como canales de distribución de contenido. Dichos estudios prueban que su uso posibilita a los periodistas el mantenerse relevantes en el mercado de noticias, pero destacan cómo aún existen importantes desafíos en estos aspectos para cumplir el compromiso con la audiencia.

Otra conclusión interesante, de la mano de un estudio de Albakour et al. en 2019, apunta que los lectores muestran una superación clara de los mecanismos del pasado y una integración paulatina de procesos de difusión de la información innovadores. Según este trabajo, se requieren nuevos mecanismos para hacer frente al gran volumen de información con el fin de estar informados sobre las noticias.

Durante 2019 el problema de la desinformación y las *fake news* comienza a ser tratado. Los estudios tratan el cambio de rutinas de trabajo y el intento de los medios de aumentar las visitas a sus páginas, además del reto de alfabetización informativa que supone la Generación Z (Silveira, 2020). También la polarización de las audiencias y una mayor conciencia sobre la naturaleza cambiante del periodismo. De esta manera, la conversación sobre la sindicación de contenidos en los agregadores de noticias y la creación de contenido creado en función de los algoritmos de los motores de búsqueda se abre debido a la devaluación que se empieza a observar de los criterios periodísticos profesionales (Edo et al., 2019). Entre las conclusiones después de analizar estas tendencias y entrevistas a editores de periódicos digitales de EEUU, España y Portugal, se apunta a que agregadores y periódicos deben coexistir y llegar a algún modus vivendi aceptable que asegure el contenido de calidad y los estándares periodísticos. Estos autores aseguran que el modelo de distribución necesita ser reorientado y las competencias de *gatekeeper* reformuladas para evitar la fragmentación y facilitar la comprensión. Siguiendo estas líneas, hay estudios que apuntan que las nuevas tecnologías han obligado al periódico a aumentar su confianza en el contenido de pago (Wang & Sparks, 2020).

Los últimos estudios al respecto muestran el contexto post COVID-19 como otra razón más por las que resulta necesario analizar la complejidad mediática actual (inteligencia artificial, realidad virtual, 5G, tecnología



blockchain, etc) (Perez-Seijo et al., 2020). La situación de urgencia sanitaria presentó un desafío para los medios tradicionales y obligó a mejorar la efectividad de transmisión (Yang et al., 2021; García-Avilés, 2021).

Los hábitos de los usuarios y el uso de las redes sociales para consumir y compartir noticias han demostrado que las noticias que requieren un mayor esfuerzo se suelen compartir a través de redes cerradas, mientras que en las redes abiertas se tiende a compartir información más superficial. En Facebook se comparten más noticias emotivas y útiles y en Twitter más información blanca, pero el hecho de que se compartan en una u otra red social no está relacionado con el grado de lectura de las noticias, sino con el grado de disfrute (Díaz-Campo et al., 2021).

Lo que sí que apunta uno de los últimos estudios en el periodo analizado (Karnowski et al., 2021) es que ser el primero en informar sobre un evento noticioso aumenta el rendimiento en redes sociales. Esta investigación demuestra la influencia de los factores noticiosos y los medios de comunicación sobre el rendimiento de intercambio de artículos y enfatiza la hipótesis de que las redes sociales no pueden ser tratadas como un entidad homogénea: todas las plataformas siguen su propia lógica basada en sus respectivos públicos. El desempeño de una información en una de ellas no es más que el desempeño en su audiencia, no el de la población global.

---

## 4. Conclusiones

La investigación sobre los canales de acceso a la información ha aumentado notablemente en las dos últimas décadas, especialmente desde perspectivas cualitativas que analizan las redes sociales, si bien el crecimiento no se produce de una forma constante. El interés por la temática sufre momentos de especial caída (1 publicación, 2014) probablemente arrastrada por temáticas emergentes que habría que analizar en otras investigaciones. Tampoco el interés es especialmente intenso (7 publicaciones en el año de más publicaciones, 2021). Además, este crecimiento no va acompañado con un tratamiento de temas de vanguardia: encontramos pocos trabajos que aborden canales más innovadores como los algoritmos o aplicaciones de aprendizaje automático o el *streaming*. El periodismo digital avanza continuamente y este objeto de estudio necesita de una actualización permanente para no quedar caduco, pero las investigaciones no lo acompañan.

La tipología de texto que trata esta cuestión parece ser un artículo de revista con metodología cualitativa o cuantitativa y estudios concentrados en torno a las redes sociales y el periodismo digital. Concluimos que los estudios existentes son muy concretos, sin continuidad de autores, y el interés está in crescendo sobre todo en España, Inglaterra y EEUU. Este crecimiento de la producción científica contrasta con la escasez de estudios dedicados a conocer la investigación que se está realizando.

Se aprecia una cierta limitación en los enfoques de los temas tratados. Los investigadores podrían ampliar sus estudios analizando los resultados del uso de estos canales, cómo influyen en la calidad de la información de la audiencia y cuáles son más aptos para según qué uso, teniendo en cuenta las posibilidades que ofrecen.

A partir de las investigaciones realizadas parece necesario centrarse en la comprensión sobre el modo en el que se informan las nuevas generaciones y qué campos demandan mayor innovación dentro del periodismo con el fin de adaptarse a las costumbres de las audiencias más jóvenes. La investigación está creciendo pero todavía es pobre, aunque observamos que toca diferentes sectores además de la comunicación como la política o la educación.

Sería preciso ir más allá de los métodos tradicionales de estudio de caso con investigaciones durante periodos de tiempo más amplios, para tener en cuenta otros factores que influyen a la hora de informarse a las audiencias. Y sería interesante llevar a un paso más los estudios españoles que hemos visto que destacan en número con

respecto a los de otros países con los datos internacionales para cruzar datos y obtener conclusiones con mayor grado de generalización (validez externa).

Existe la necesidad de adaptación y transformación de los profesionales y los medios para llegar a las audiencias que ahora están en otros canales que no son los tradicionales. Y para ello resulta básico conocer estos canales y procesos. Puede que sea necesario diversificar y buscar nuevas estrategias de difusión por parte de los medios para poder informar con calidad y conseguir seguir siendo relevantes para los ciudadanos.

Las investigaciones acerca del objeto de estudio tienen continuidad, muestran un avance en el conocimiento que apunta hacia el estudio de métodos de consumo cada vez más innovadores y roles más especializados fruto del saber acumulativo. Se estudian las estrategias y narrativas de difusión en los canales concretos, la utilidad de los nuevos dispositivos y el impacto de los contenidos o participación de las audiencias. Comienza a haber interés científico acerca de las consecuencias del uso de los nuevos canales de acceso y existir preocupación acerca de los desafíos de los profesionales para llegar a las audiencias e informar luchando contra las fake news. Las publicaciones muestran una constancia de un cambio de rutinas de trabajo y la necesidad de reorientar el modelo de distribución, sobre todo después del contexto generado por el COVID-19.

---

## Referencias bibliográficas

- Abadal, E. (2002). Elementos para la evaluación de interfaces de consulta de bases de datos web. *El profesional de la información*, 11(5), 349-360.
- Abadal, E., & Guallar, J. (2010). *Prensa digital y bibliotecas*. Ediciones Trea.
- Alfonso, I. B., Galera, C. G., & Calvo, S. T. (2019). El impacto de las fake news en la investigación en Ciencias Sociales. Revisión bibliográfica sistematizada. *Historia y comunicación social*, 24(2), 449. DOI: <https://doi.org/10.5209/hics.66290>
- Boczek, K., & Koppers, L. (2020). What's new about Whatsapp for news? A mixed-method study on news outlets' strategies for using WhatsApp. *Digital journalism*, 8(1), 126-144. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1692685>
- Boczkowski, P. J. (2006). *Digitalizar las noticias*. Ediciones Manantial.
- Campos-Freire, F., Rúas-Araújo, J., López-García, X., & Martínez-Fernández, V. A. (2016). Impacto de las redes sociales en el periodismo. *El profesional de la información (EPI)*, 25(3), 449-457. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.15>
- Cantón Molina, J. (2017). *Modelo de comportamiento del usuario de prensa escrita en un contexto evolutivo de distribución multicanal*. Tesis Doctoral. Universidad Rey Juan Carlos. <http://hdl.handle.net/10115/14664>
- Casero-Ripollés, A. (2010). Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia. *Profesional de la información*, 19(6), 595-601.
- Castillo-Ramírez, I., & Alberich-Pascual, J. (2017). Análisis de estrategias de difusión de contenidos y actividad en redes sociales en revistas de divulgación científica: factores de interacción, visibilidad e impacto. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 23(2), 145. DOI: <https://doi.org/10.5209/ESMP.58031>
- Centelles, M. (2005). Taxonomías para la categorización y la organización de la información en sitios web. *Hipertext. net*, 3.

- Codina, L. (1995). Teoría de recuperación de información: modelos fundamentales y aplicaciones a la gestión documental. *Information World en español*, 38, 18-22.
- De Madrid, A. D. L. P. (2014). Informe anual de la profesión periodística. *Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid*.
- Díaz Güell, C. (1996). La distribución de la prensa en España.
- Díaz-Campo, J., Segado-Boj, F., & Fernández-Gómez, E. (2021). Hábitos del usuario y tipo de red social como predictores de consumo y difusión de noticias. *Profesional de la información (EPI)*, 30(4). DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.17>
- Dimoulas, C., Veglis, A., & Kalliris, G. (2014). Application of mobile cloud-based technologies in news reporting: Current trends and future perspectives. In *Mobile networks and cloud computing convergence for progressive services and applications* (pp. 320-343). IGI Global. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4781-7.ch017>
- Edo Bolós, C., Yunquera Nieto, J., & Bastos, H. (2019). Content syndication in news aggregators. Towards devaluation of professional journalistic criteria. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*.
- Fortunati, L., O'Sullivan, J., Raycheva, L., & Harro-Loit, H. (2010). Interactivity as a metaphor of online news. *Javnost-The Public*, 17(4), 43-61.
- Freire, F. C. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de comunicación social*, 11(63). DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-767-287-293>
- Fuentes i Pujol, M. E., González Quesada, A., & Jiménez López, A. (2000). *Manual de documentación informativa*. Ediciones Cátedra.
- García, X. L., & Rodríguez, S. A. (2013). Los periódicos gallegos en las redes sociales virtuales: presencia y posicionamiento en el nuevo escenario comunicativo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(2), 1001-1016.
- García-Avilés, J. A. (2021). Artículo de revisión: La investigación sobre innovación en periodismo, un campo diverso y pujante (2000-2020). *El Profesional de La Información*, 30(1), 1-33.
- García-Avilés, J. A., Navarro-Maillo, F., & Arias-Robles, F. (2014). La credibilidad de los contenidos informativos en internet para los 'nativos digitales': estudio de caso. *Palabra clave*, 17(3), 875-894.
- García Orosa, B., & López García, X. (2016). Las redes sociales como herramienta de distribución on line de la oferta informativa en los medios de España y Portugal. DOI <https://doi.org/10.1387/zer.16416>
- Gil Castañeda, A. (2020). *El podcast como herramienta de comunicación para el aumento de la audiencia y posicionamiento en el entorno digital del magazín radial Voz+ Vos de Confiar Cooperativa Financiera* (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Lasallista).
- Goyette-Côté, M. O., Carbasse, R., & George, É. (2012). CONVERGING JOURNALISM: Producing and publishing for multi-platform conglomerates in Canada. *Journalism Studies*, 13(5-6), 753-762. DOI: <https://doi.org/10.16878/gsuilet.661144>
- Gutiérrez Merelles, B., & Maestro Espínola, L. (2015). Análisis del tráfico de buscadores: segmentación de lectores de un medio de comunicación.

- Iglesias-García, M., & Codina, L. (2016). Los cybermedios y la importancia estratégica del posicionamiento en buscadores (SEO). *Opción*, 32(9), 929-944.
- i Pujol, M. E. F., Jiménez, M. À., & González, A. (2000). Servicios y sistemas de acceso a la información periodística en Internet. *Bibliodoc: anuari de biblioteconomia, documentació i informació*, 85-102.
- Ivars-Nicolás, B. (2012). Canales alternativos de acceso a la prensa española en internet. La noticia fuera del periódico. *Profesional de la Información*, 21(4), 396-400. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.11>
- Jiménez, À., González, A., & Fuentes i Pujol, M. E. (2000). Las hemerotecas digitales de la prensa en internet. *El profesional de la información*, 9(5), 15-22.
- López García, G., Domínguez Romero, M., Iglesias García, M., Baviera Puig, T., Llorca Abad, G., Martínez Rubio, R., ... & Salaverría Aliaga, R. (2011). Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cybermedios, confidenciales y weblogs.
- Lacasa Mas, I., Victoria Mas, M., & Fernández Diez, M. (2012). La incorporación de los lectores de prensa impresa a la prensa digital: uso convergente del soporte on-line. *Doxa Comunicación*.
- López Carreño, R. (2004). Análisis taxonómico de los portales periodísticos españoles. En *Anales de documentación* (Vol. 7, pp. 123-140). Facultad de Comunicación y Documentación y Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia.
- López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á. A., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019). Mobile journalism: Systematic literature review. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 27(1). DOI: <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>
- Marcos-García,S., Alonso-Muñoz, L. & López-Meri, A. (2021). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2). DOI: <https://doi.org/10.5209/esmp.71193>
- Marta-Lazo, C., Rodríguez Rodríguez, J. M., & Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- García-Galera, M. C., Del-Hoyo-Hurtado, M., & Blanco-Alfonso, I. (2020). Desinformación e intención comunicativa: una propuesta de clasificación de fake news producidas en entornos periodísticos profesionales.
- Moher, D., Shamseer, L., Clarke, M., Gherzi, D., Liberati, A., Petticrew, M., ... & Stewart, L. A. (2016). Ítems de referencia para publicar Protocolos de Revisiones Sistemáticas y Metaanálisis: Declaración PRISMA-P 2015. *Revista Española de Nutrición Humana y Dietética*, 20(2), 148-160.
- Molina, I., Camargo, N., Guerrero, A., & Magallanes, L. (2018). News values: a review of academic literature/Valores noticiosos: una revisión de la literatura académica. *Encuentros*, 16(01). DOI:<https://doi.org/10.15665/.v16i01.1410>
- Muindi, B. (2018). Negotiating the balance between speed and credibility in deploying Twitter as journalistic tool at the Daily Nation Newspaper in Kenya. *African Journalism Studies*, 39(1), 111-128. DOI:<https://doi.org/10.1080/23743670.2018.1445654>

- Nguyen, A. (2008). FACING “THE FABULOUS MONSTER” The traditional media's fear-driven innovation culture in the development of online news. *Journalism studies*, 9(1), 91-104. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616700701768147>
- Núñez-Encabo, M. (2013, February 22). El llamado Periodismo ciudadano ni es Periodismo ni es ciudadano. Periodistas FAPE.es. <http://bit.ly/3qGwUa4>
- Ognyanova, K., & Monge, P. (2013). A multitheoretical, multilevel, multidimensional network model of the media system: Production, content, and audiences. *Annals of the International Communication Association*, 37(1), 67-93. DOI: <https://doi.org/10.1080/23808985.2013.11679146>
- Park, Y. H., & Choi, H. S. (2015). A Trend and Prospect of News Media through Mobile News Application. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, 10(7), 11-22.
- Parra Valcarce, D. (2017). Periodismo ciudadano y cambio social: análisis de iniciativas colaborativas en el ámbito del periodismo de investigación. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 23(1), 135-146.
- Pérez-Seijo, S., Gutiérrez-Caneda, B., & López-García, X. (2020). Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos. *IndexComunicación(10)*, 3, 129-151  
DOI: <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>
- Quiring, O. (2013). Journalists must rethink their roles. *Journalism and Media Convergence*, 137-147.  
DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110302899.137>
- Reyes, R. D. M., & Vázquez, M. B. (2020). La comunicación de la ciencia en Youtube España, ¿divulgación, difusión, comunicación o sólo polémica?. *Revista Prisma Social*, (31), 410-422.
- Rodríguez Infiesta, V. (2016). Quioscos y puestos de venta de prensa en Madrid y otras ciudades españolas hasta la Guerra Civil. La emergencia de un nuevo agente de comunicación social. *Mélanges de la Casa de Velázquez. Nouvelle série*, (46-2), 239-257. DOI: <https://doi.org/10.4000/mcv.7205>
- Rodríguez-Martínez, R., Codina, L., & Pedraza-Jiménez, R. (2010). Cibermedios y web 2.0: modelo de análisis y resultados de aplicación. *Profesional de la Información*, 19(1), 35-44. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2010.ene.05>
- Romero, E. G., San Román, J. A. R., & Oceja, J. F. S. (2018). Google es noticia. Transformación de los marcos informativos sobre Google en la prensa española. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 16(2), 27-50.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión. *Profesional de la Información*, 28(1).
- Salvat, G. (2021). El lugar del periodismo ciudadano desde la credibilidad y la confianza. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 27(2), 639.
- Sánchez Meca, J. (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta-análisis. *Aula abierta*.
- Silva, A., López, X., & Toural, C. (2017, April). A Review of Mobile Journalism in Spain. In *World Conference on Information Systems and Technologies* (pp. 93-100). Springer, Cham. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.03>

- Silva-Rodríguez, A., López-García, X., & Toural-Bran, C. (2017). Los iWatch: el intenso flujo de microformatos de “periodismo de un vistazo” alimentan seis de los principales medios online. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 186-196. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1160>
- Silveira, P. (2020, March). Fake news consumption through social media platforms and the need for media literacy skills: A real challenge for Z generation. In *14th Annual International Technology, Education and Development Conference*. DOI:<https://doi.org/10.21125/inted.2020.1063>
- Tejedor Fuentes, L., & Dader García, J. L. (2019). El patrimonio del César ante el Perro Guardián: un análisis de Periodismo de Precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España. *Ene*, 11, 36.
- Túñez López, M., Martínez Solana, Y., & Abejón Mendoza, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 16, 79-94.
- Valverde-Berrocoso, J., González-Fernández, A., & Acevedo-Borrega, J. (2022). Disinformation and multiliteracy: A systematic review of the literature. *Comunicar*, 30(70), 97-110. DOI: <https://doi.org/10.3916/C70-2022-08>
- Vara-Miguel, A., Amoedo-Casais, A., Moreno-Moreno, E., Negrodo-Bruna, S., & Kaufmann-Argueta, J. (2022). Digital News Report España 2022. DOI: <https://doi.org/10.15581/019.2022>
- Villalobos, J. B. (2020). Periodismo de Soluciones. *Question/Cuestión*, 1(mayo), e318-e318.
- Wang, D., & Sparks, C. (2020). Smartphones, WeChat and paid content: Journalists and sources in a Chinese newspaper. *Journalism Studies*, 21(1), 37-53. DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1620115>
- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping influence of newspapers’ public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728-4747. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444818784302>
- Westlund, O., & Färdigh, M. A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media: Tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile media & communication*, 3(1), 53-74. DOI: <https://doi.org/10.1177/2050157914549039>
- Westlund, O. (2008). From mobile phone to mobile device: News consumption on the go. *Canadian Journal of Communication*, 33(3). DOI:<https://doi.org/10.22230/cjc.2008v33n3a2004>
- Yang, X., Fang, Z., Bai, R., Song, X., & Li, R. (2021, July). The Promotion of Online Communication Ability of Mainstream Media. In *International Conference on Artificial Intelligence and Security* (pp. 99-111). Springer, Cham.
- Yunquera Nieto, J. (2016). Revistas y diarios digitales en España: historia de una evolución. *Revistas y diarios digitales en España*, 1-266.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional