

## Las *TIC* y el uso del recurso multimedia en los medios de comunicación canarios

**Sonia China Rodríguez**  
mchina@ucm.es

MARÍA SONNIA CHINEA RODRÍGUEZ (Los Llanos de Aridane, La Palma, 1970), licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, máster en Periodismo digital por la Universidad de Alcalá de Henares, máster en Comunicación y Educación en la Red por la UNED y doctoranda en la Universidad Complutense de Madrid, es directora de *Radio El Día* y profesora en la Universidad Europea de Canarias y la Universidad de La Laguna. Sus temas de investigación preferidos son la aplicación de los dispositivos móviles a la labor periodística y la transformación del perfil profesional de los comunicadores.

## Resumen

La tecnología ha demostrado ser un importante aliado de los profesionales de los medios de comunicación en Canarias en medio de la que, posiblemente, se recuerde como la peor crisis que ha atravesado este sector como consecuencia de la falta de inversiones, la precarización de las plantillas y el recorte de recursos en estas empresas con motivo de la recesión económica. La falta de previsión, flexibilidad y adaptabilidad de las empresas ha desembocado en drásticas reducciones de personal en las redacciones, cierres empresariales y reestructuraciones laborales que, por otro lado, coincidían con el surgimiento y rápido desarrollo de toda una revolución digital asociada a la incorporación de la tecnología, no solo a la vida de los ciudadanos, sino a las rutinas de trabajo de los trabajadores. La inclusión de aplicaciones como *Periscope* y de nuevas herramientas como el 'Vídeo en directo' de *Facebook Live*, están proporcionando a los medios locales no solo un nuevo canal de transmisión y sino el acercamiento a la audiencia a través de nuevas formas de contacto e interacción.

## Palabras clave

Revolución digital, aplicaciones digitales, redes sociales, medios locales, Islas Canarias.

## Abstract

Technology has proven to be an important ally of professionals in Canary Islands media. In the middle of which, this time has to be remembered possibly as the worst crisis that this sector has gone through. This is because there has been a lack of investment and precariousness of the labour force and cutback of companies resources, mainly due to the economic downturn. The lack of foresight, flexibility and adaptability of enterprises has resulted in drastic reductions of labour force in newsrooms, closures and restructuring. On the other hand, it coincided with the emergence and rapid development of a whole digital revolution associated with the incorporation of technology, not only to the lives of citizens, but also to the work routines of workers. The inclusion of social media, mobile applications such as *Periscope* and new tools such as the *Facebook Live Video*, are providing local media not only a new transmission channel and but also an approach to the audience through new forms of contact and interaction.

## Keywords

Digital revolution, digital applications, social media, local media, Canary Islands.

# Las TIC y el uso del recurso multimedia en los medios de comunicación canarios

Sonia China Rodríguez

Universidad Complutense de Madrid

## Introducción

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a las redacciones de algunos medios locales en Canarias, ha provocado un cambio en el periodismo de cobertura de noticias así como en la forma en la que el comunicador, al frente de un programa de radio o de un espacio televisivo, abre nuevas ventanas de diálogo con su audiencia. Aplicaciones como *Periscope* han permitido realizar acciones en directo sobre hechos noticiosos que complementan, en el caso de las televisiones locales, los recursos habilitados en los dispositivos habituales puestos en marcha con motivo de un despliegue informativo de estas características.

Al mismo tiempo, otras herramientas como el nuevo servicio que ofrece *Facebook* a sus usuarios para la emisión de vídeo en *streaming*,<sup>724</sup> denominado en la red social *Facebook Live*, ha proporcionado a los medios tradicionales un nuevo canal para la publicación de contenidos que se ha acoplado, ofreciendo una perspectiva diferente de las emisiones realizadas por estos medios locales. Su uso es totalmente autónomo por parte del redactor y no necesita apoyo técnico ni logístico específico.

Anteriormente a la irrupción de estos innovadores canales de comunicación, parece oportuno destacar la aparición de otros dispositivos de grabación, como los *smartphones* o teléfonos inteligentes y las tabletas que, desde hace algún tiempo, ya se habían incorporado a las dinámicas de trabajo del periodista fuera de los estudios de radio o de los platós de televisión, sobre todo, en el ámbito de la televisión local. «Ante tradicionales portales abarrotados de contenido informativo en los que resulta difícil encontrar lo que se busca, especialmente en las reducidas pantallas de los dispositivos móviles»,<sup>725</sup> emerge la pieza elaborada o emitida desde el lugar donde se produce la noticia y servida, directamente a través de las redes sociales, a una comunidad de usuarios cada vez más amplia y activa.

Recordemos que en los medios de comunicación local se parte de un escenario muy limitado en materia de coberturas, además de extremadamente dependiente del departamento técnico a la hora de realizar una emisión en directo, situación que cambió en torno a 2010, en el caso de las emisoras de radio, con la incorporación del *smartphone* a los procesos productivos de los profesionales de los medios.<sup>726</sup> En el

---

<sup>724</sup> *Streaming*: tecnología que permite escuchar música o ver vídeos sin necesidad de ser descargados previamente.

<sup>725</sup> JARVIS, JEFF: *El fin de los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Gestión 2000, 2011.

<sup>726</sup> CHINEA RODRÍGUEZ, MARÍA SONNIA: «Aplicación de la telefonía móvil y las nuevas tecnologías al periodismo: los *smartphones* y las redes sociales en la radio local» [en línea] *Congreso Internacional Periodismo*

caso de la televisión, por su pesada estructura y rigidez de movimientos cuando se aborda la planificación de cualquier acción en exteriores, las actividades en *streaming* no se han instalado hasta hace poco más de un año en las agendas de trabajo de sus periodistas. Su irrupción les ha conferido una autonomía de movimientos y publicación de contenidos, nunca alcanzada hasta el momento.

En este punto, es importante destacar el papel jugado por las redes sociales que, con sencillas configuraciones y un intuitivo funcionamiento, se han convertido en el verdadero hilo conductor de las iniciativas que se llevan a cabo en paralelo a las emisiones tradicionales. Esto ha desembocado en una auténtica revolución en el seno de estas empresas mientras que a sus profesionales, les ha procurado el escenario ideal para conectar directamente con sus telespectadores, ahora también en calidad de usuarios, y establecer conexiones interpersonales y revolucionarias fórmulas comunicativas en línea.

## Metodología

El estudio que aquí se presenta es el resultado del análisis de los perfiles sociales de 15 medios de comunicación locales en Canarias que, desde hace algún tiempo, han iniciado acciones encaminadas a ofrecer a su audiencia contenidos multimedia y coberturas informativas a través de vídeo *streaming* o mediante la utilización de dispositivos móviles para la grabación de imágenes y testimonios de hechos noticiosos. La selección de los medios sometidos a estudio se realizó considerando los siguientes parámetros: que hayan incorporado las TIC a sus agendas informativas, que utilicen las redes sociales como plataforma de distribución de contenidos multimedia y que exista cierta periodicidad en la publicación de este tipo de contenidos. Como resultado de la búsqueda realizada sobre un cambiante mapa de comunicación en Canarias, se ha generado la siguiente tabla:

Medio/web	Tipo de medio	Redes sociales	Cobertura
El Día TV (eldia.tv)	Televisión (TDT <sup>727</sup> +Internet)	FB, TW, Youtube y Vimeo	Insular/Tenerife
Mírame TV Canarias (mirametv.com)	Televisión (TDT+Internet)	FB, TW, Vimeo, Instagram y Youtube	Regional/Canarias
Canal 4 TF/Canal 11 LP (canal4tenerife.tv)	Televisión TDT+ Internet	FB y Youtube	Insular (TF y LP) parrillas fusionadas

en Red, Universidad Complutense de Madrid, 2012, [www.academia.edu](http://www.academia.edu) (consultado el 22 de octubre de 2016).

<sup>727</sup> Televisión Digital Terrestre.

TVLaPalma.com (tvlapalma.com)	Televisión online (Internet)	Facebook, Twitter y Youtube	Digital/La Palma
Drago Azul TV (dragoazul.tv)	Televisión online (Internet)	Facebook y Google	Digital/La Palma
Antena 3 Canarias (antena3.com/canarias)	Televisión (TDT+Internet)	Facebook y Twitter	Regional/Canarias
Gran Canaria TV (grancanariatv.com)	Televisión (TDT+Internet)	Facebook, Twitter y Youtube	Insular/Gran Canaria
Lancelot TV (lancelot.tv)	Televisión (TDT+Internet)	No refiere	Insular/Lanzarote
Este Canal TV (estecanalv.com)	Televisión (TDT+Internet)	Facebook y Twitter	Comarcal/Gran Canaria
Radio Televisión Canaria (rtvc.es)	Televisión (TDT+Internet)	Facebook y Twitter	Regional/Canarias
Gomera TV Digital (gomeratvdigital.tv)	Televisión online (Internet)	Facebook, Twitter y Youtube	Digital/La Gomera
Tindaya TV (tindayatv.com)	Televisión (TDT+Internet)	Facebook y Twitter	Insular /Fuerteventura

Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación.

Así, en esta investigación se ha optado por utilizar una metodología cualitativa que combina la revisión y análisis de las aportaciones, tanto de texto como audiovisuales, publicadas por los medios en *Facebook* y en *Twitter* -las dos redes sociales más usadas por las empresas periodísticas que integran este estudio-, con la recopilación documental a través de las mencionadas plataformas. La aplicación de técnicas como la observación directa permitió explorar el nivel de penetración de las *TIC* en los medios de comunicación locales de Canarias y su importancia a la hora de cubrir una información, un campo que apenas cuenta con investigaciones previas y por tanto, con escasos datos para elaborar una hipótesis de trabajo consistente al margen de estas plataformas virtuales y públicas.

## Nuevas técnicas y modos de creación y distribución de contenidos

### Contexto laboral y económico

Las cifras que a finales de 2015 presentó la Asociación de la Prensa de Madrid sobre la situación del sector de la comunicación fueron demoledoras (Informe Anual de la Profesión Periodística, 2015),<sup>728</sup> aunque se atisbase «un punto de esperanza», según aseveró en el acto de presentación del documento, Victoria Prego, presidenta de esta organización. Canarias no ha escapado a la precariedad laboral ni a las altas cifras de paro que, asegura este texto, ha invadido las redacciones, sin embargo, a tenor de la actividad desplegada por los periodistas, se constata que los medios y sobre todo, sus divisiones informativas, «se están trasladando al ámbito digital».

Este movimiento se traduce en el uso de herramientas o recursos digitales que, en manos de los comunicadores, están proporcionando contenidos multimedia de enorme valor para las empresas, sobre todo, si tenemos en cuenta que apenas ha existido transición entre el modelo analógico y el digital. De hecho, la evolución de este fenómeno que fusiona medios locales e Internet y rompe las rígidas barreras de espacio y tiempo<sup>729</sup> en medio de una profunda revolución tecnológica, ha propiciado que, en los últimos tiempos, surja un acercamiento entre informadores y usuarios -ahora reunidos en comunidades virtuales-, con quienes, además, los comunicadores han establecido una suerte de relación social desconocida e inexistente hasta el momento puesto que ese diálogo, siempre estuvo circunscrito a los canales oficiales puestos a disposición de la audiencia.

### Incorporación de herramientas digitales a los sistemas de producción Informativa

Aunque su implantación en las redacciones ha sido desigual, lo cierto es que aquellos medios que han apostado por los nuevos recursos multimedia para acercar el mensaje a sus audiencias, han experimentado un crecimiento de seguidores en las distintas comunidades que gestionan. Tal y como asegura Mariano Cebrían,<sup>730</sup> «toda reconversión técnica requiere inversiones económicas y recursos humanos en abundancia», circunstancia que no se ha dado en las empresas de comunicación canarias como consecuencia de la recesión económica. Sin embargo, esto no ha sido óbice para que los trabajadores, asentados en una nueva realidad tecnológica, canalizaran contenidos informativos utilizando potentes y versátiles herramientas digitales, en la mayoría de los casos, de su propiedad.

<sup>728</sup> Asociación de la Prensa de Madrid «Informe Anual de la Profesión Periodística», [en línea], Madrid, 2015, es.scribd.com/document/ (consultado el 22 de octubre de 2016).

<sup>729</sup> GALLEGO PÉREZ, J. IGNACIO: *Podcasting. Nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*, Barcelona, Editorial UOC, 2010, pp. 129-130.

<sup>730</sup> CEBRIÁN HERREROS, MARIANO: *La radio en la convergencia multimedia*, Barcelona, Editorial Gedisa, 2001, p. 33.



Publicación en *Facebook* de *Mírame TV Canarias* advirtiendo de la emisión, en directo, de un hecho noticioso.

La revisión de la actividad desplegada por los medios de comunicación sometidos a estudio arroja resultados muy dispares. De su repaso se concluye que la gran mayoría de ellos utiliza las redes sociales para promocionar o volver a difundir programas específicos de sus respectivas parrillas, además de como canal de noticias. Ambas tareas se mezclan en el *timeline* de sendas redes sociales y solo en tres de los casos analizados, fueron capaces de sacar rendimiento a los servicios de *streaming* que desde 2015, *Facebook Live* o *Twitter*, a través de *Periscope*, han puesto al servicio de sus usuarios. El hecho de que se trate de herramientas optimizadas para móviles, ha otorgado valor añadido al área de informativos, espacio que ha recurrido a estas herramientas cuando el hecho noticioso se ha localizado fuera de los estudios de radio o televisión, como se puede apreciar en las imágenes que ilustran este texto.



*Tweet publicado por El Día Televisión adjuntando vídeo al texto explicativo*

chos noticiosos, como el derrumbe de un edificio en la zona turística de Los Cristianos (Arona) que ocasionó siete fallecidos; el derrumbe de una carretera en Teno (suceso ocurrido entre los municipios de Buenavista del Norte y Los Silos) que dejó numerosos atrapados en medio de la noche; el macro juicio por el denominado «caso de Las Teresitas» o el desalojo de los vecinos de un grupo de viviendas en Bajo La Cuesta (municipio de Candelaria),<sup>731</sup> entre otros.

<sup>731</sup> <https://youtu.be/IqTxneYf95U>. Acceso al documento audiovisual elaborado y publicado por *El Día Televisión* con las imágenes grabadas con un dispositivo móvil por el único periodista, Moisés Grillo, que ante la amenaza de acordonamiento policial de este pequeño núcleo poblacional ubicado en el municipio de Candelaria (Tenerife) y previo a su desalojo, optó por acompañar a los vecinos durante toda la madrugada y primeras horas de la mañana. El material captado sirvió, además, para nutrir tanto a los espacios elaborados para los programas que se emiten en la televisión convencional como a las plataformas digitales.

## El *streaming*: usos y estrategias

Aunque siguiendo distintas estrategias, parece obvio que el uso del *streaming* está transformando la manera en que se producen y distribuyen las noticias puesto que, al otro lado, ya se cuenta con un elemento imprescindible: una audiencia ubicua dispuesta a consumir contenidos ligados a la información de proximidad.

### Primeras experiencias utilizando el vídeo en directo en medios de comunicación locales de Canarias

En Canarias ha ocurrido en numerosas ocasiones en el último año, aunque destacan aquellos acontecimientos que han requerido de una cobertura urgente y rápida por parte de los profesionales de los medios en el ámbito local, en este caso, en la isla de Tenerife. Tal y como se puede comprobar en las imágenes que apoyan este texto, herramientas como *Periscope* o *Facebook Live* ya se han usado para transmitir en directo algunos hechos

### *Inmediatez y viralización de contenidos*

La inmediatez que ofrece la herramienta además de la rápida viralización alcanzada por los documentos publicados, ha creado una tendencia que, poco a poco, se ha ido instalando también en otros medios.



*Tweet* extraído de la cuenta destinada a «contenidos en directo» del periódico *La Opinión de Tenerife* anunciando la publicación de un vídeo *streaming*.

Esta dinámica de trabajo se gestiona en paralelo con otra, igualmente efectiva, pero realizada en diferido. Se trata de grabar vídeos de corta duración con los dispositivos móviles que, acto seguido, serán publicados a través de las redes sociales o, simplemente, se almacenan para elaborar piezas que luego serán emitidas a través de la televisión. Optar entre uno y otro sistema depende, básicamente, del consumo de batería que hagan las aplicaciones en los terminales utilizados. No disponer de fuentes de alimentación portátiles o tomas de corriente cercanas para los dispositivos, puede condicionar la ejecución de las coberturas informativas.

### *La radio y el vídeo en directo*

Asimismo, en el caso de las emisoras de radio, la incorporación del vídeo y de recursos como *Periscope* o *Facebook Live*, han servido para dar visibilidad tanto a los conductores de los programas -una circunstancia tradicionalmente destinada a los presentadores de televisión- como a la actividad desarrollada dentro y fuera de los estudios. Por primera vez, el oyente accede a su programa de radio favorito en tiempo real y con la posibilidad de interactuar con los conductores del mismo, puesto que estas herramientas permiten enviar mensajes durante la grabación del vídeo.



Instantánea capturada de la cuenta de *El Día Televisión* con la relación de algunas de las informaciones cuyas coberturas, fueron realizadas en *video streaming* a través de *Periscope*. Segunda instantánea tomada de la cuenta de Moisés Grillo, periodista de *El Día Televisión*, con la relación de algunos de los *videos streaming* realizados a través de su cuenta personal en *Periscope*.

### Narrativa multimedia y perfiles polivalentes para un periodismo de proximidad

Los modos de narrar han cambiado y no solo la forma de contar historias, la transformación ha alcanzado a los perfiles de los trabajadores que se dedican profesionalmente a esta tarea. El tránsito de la narración lineal a la hipertextual se ha generado por la combinación de innovación tecnológica con la reducción de plantillas en las redacciones de las empresas que ha obligado a los comunicadores a replantear la captación y registro de documentos audiovisuales y el surgimiento de plataformas digitales sociales e interactivas que han resultado ser claves para establecer sistemas de comunicación alternativos que complementan y proyectan la labor del medio.

### El auge de la información de proximidad ligado a las TIC

Sobre este pequeño ecosistema digital que se ha creado en torno a la figura del periodista, asegura Xosé López que «el entorno en el cual trabaja el profesional, las

herramientas, el sistema de medios, los usuarios... han evolucionado, presentan otra cara. Es, por tanto, lógico que no solo se renueven los conceptos de la profesión, sino que afloran renovadas técnicas y prácticas periodísticas». <sup>732</sup> Es en este punto donde la información de proximidad adopta un papel preponderante. Las conexiones se hacen más estrechas dentro del marco global que ofrece Internet, al mismo tiempo que la proyección de los contenidos publicados se alarga.

Sea como fuere, la integración de estas herramientas digitales no ha supuesto, en modo alguno, una suplantación de los tradicionales métodos de grabación (con cámara y operador de cámara) o emisión de imágenes, sino un complemento ante la escasez de recursos, tanto humanos como técnicos, que actualmente presentan estos medios locales. Del mismo modo, del estudio de la actividad desarrollada por los quince medios de comunicación en las redes sociales, se extrae que las empresas de mayor envergadura y, por lo tanto, más dotadas para el desempeño de actividades de este calibre, como es el caso de *Televisión Canaria* y *Antena 3 Canarias*, han optado por no hacer uso de estas herramientas. Su actividad digital se limita a publicar noticias y textos promocionando espacios televisivos o acciones especiales -por ser poco habituales- de la parrilla de programación.

## **Nuevo mapa de medios: la Televisión Digital Terrestre y las televisiones en línea**

El mapa de medios ha sido extremadamente cambiante en los últimos años, producto de la anulación, por sentencias judiciales dictadas por el Tribunal Superior de Justicia de Canarias, en 2008, para el ámbito local y, en 2010, para el autonómico, de las adjudicaciones de licencias de los canales de la Televisión Digital Terrestre (TDT) efectuadas en su día. Por este motivo, el Gobierno de Canarias se vio obligado a aprobar sendos decretos de nueva adjudicación en 2015.

Esta indefinición legal ha afectado a las empresas y a sus trabajadores, de la misma manera que ha hecho mella en los índices de profesionalidad y calidad de los productos ofrecidos. Tal es así que, la desregulación y los retrasos en la aprobación de estas leyes para ordenar el panorama digital, ha propiciado la aparición de televisiones netamente en línea, sobre todo, en las islas no capitalinas. El presente estudio incluye dos canales localizados en La Palma y otro en La Gomera que han surgido con el objetivo, según reza en la presentación de las páginas que albergan estos medios, de «ofrecer información local de forma libre e independiente».

### **El caso de *TVLaPalma.com***

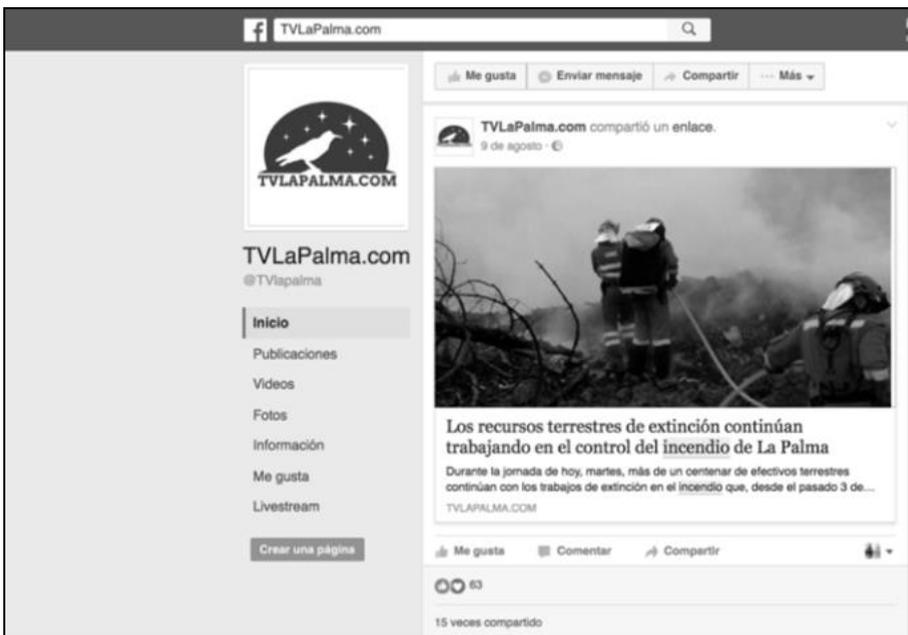
Con solo cinco meses de existencia, el caso de *TVLaPalma.com* sobresale por encima de sus homólogas al situarse como una de las plataformas más vistas y seguidas

---

<sup>732</sup> LÓPEZ GARCÍA, XOSÉ: *Ciberperiodismo en la proximidad*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2008, p. 73.

en el terreno digital. Este dato no es baladí si atendemos a la labor que este nuevo medio realizó durante el voraz incendio forestal que arrasó la isla de La Palma durante los primeros días de agosto de 2016, afectando a más de 5.000 hectáreas y ocasionando la muerte de un operario que trabajaba en las labores de extinción.

Durante días, la cobertura de este medio se convirtió en un referente informativo a pesar de la evidente escasez de recursos que denotaban las grabaciones publicadas y de no contar con un canal digital terrestre. Un operador de cámara, una cámara, un micrófono y un redactor formaban el equipo que cubría la evolución del fuego a pie de suceso y con carácter diario. Una vez realizada la grabación, se procedía a la edición y montaje de las imágenes que, posteriormente, se subían a las redes sociales utilizando como canal de almacenamiento *Youtube* al mismo tiempo que se incrustaban, en forma de noticia, en la página web del canal. Asimismo, esta práctica se combinaba con la realización de vídeos en directo a través de *Facebook Live* cuando se trataba de ruedas de prensa institucionales informando sobre la última hora del suceso.



Publicación de *TVLaPalma.com* en su perfil de *Facebook* de una información alojada en su página web que, al mismo tiempo, incorpora vídeo.

Teniendo en cuenta que el fuego se originó en pleno mes de agosto, coincidiendo con el período vacacional de los trabajadores de la mayoría de medios de comunicación de la provincia de Santa Cruz de Tenerife y con una más que evidente reducción de la intensidad informativa debido al período estival y a la situación de precariedad en la que han quedado las plantillas de las empresas periodísticas debido a la crisis

económica, el despliegue de *TVLaPalma.com* se vio refrendado por el seguimiento de decenas de seguidores en las redes sociales, sobre todo en *Facebook*, donde contaban con un escaparate multimedia excepcional.



Texto de *TVLaPalma.com* en su perfil de *Facebook* anunciando la emisión de un vídeo en directo, a través de este mismo canal, con una rueda de prensa institucional sobre la última hora del incendio que afectaba a la isla de La Palma.

## Conclusiones

La tecnología digital móvil ha llegado para quedarse. Es una realidad constatable todos los días en los medios de comunicación locales en Canarias. Su incursión ha sido paulatina y acuciada por las necesidades técnicas y humanas que afectan a las redacciones de las empresas periodísticas.

Si bien es cierto que la tecnología está ayudando a mejorar la comunicación y la transmisión del mensaje informativo, también lo es que está originando todo tipo de suspicacias en el sector por la autonomía que su uso ofrece al periodista que opera con este tipo de dispositivos y la amenaza de empeoramiento de la calidad de los documentos publicados al tratarse de personal poco cualificado o especializado en las tareas técnicas. Para entender lo que está pasando hay que asumir, como dice Ignacio Ramonet, que «las nuevas leyes de la comunicación y la información en Internet aún

están por definir. Pero lo que es seguro en relación con la Web 2.0 (pronto Web 3.0) es que ya no serán los periodistas sino los internautas quienes las van a determinar». <sup>733</sup>

Ante este nuevo escenario, solo cabe adaptarse a nuevas rutinas de trabajo insertas en un espacio donde la creación profesional cohabita con la amateur, una situación que afecta a los documentos que genera el periodista cada vez que cubre una información pero también, a aquellos archivos que se reciben en la redacción y que tienen su origen en una ciudadanía activa, digital y, en su mayoría, armada con los mismos aparatos tecnológicos que los trabajadores que se dedican profesionalmente a la comunicación. Así pues, esto solo significa que la revolución no se va a detener. Tanto el producto como el canal por el que distribuirlo, van a seguir existiendo. A medio camino entre la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento, donde se ha constatado que los actores del proceso comunicativo se multiplican, al periodista solo le resta aprovecharse de los nuevos recursos para imprimir su saber aplicando técnicas especializadas a las actividades que, en el futuro, desarrolle en este campo.

Por otro lado es importante recordar que, actualmente, se hace indispensable manejar un elemento añadido cuando ocurre cualquiera de los sucesos anteriormente enumerados: con la digitalización de la ciudadanía, solo hacen falta unos minutos para que las primeras imágenes o documentos audiovisuales empiecen a circular y lleguen a las redacciones o a los profesionales de los medios... los mismos redactores que aún tardarán un tiempo en llegar hasta el lugar del suceso si este exige un desplazamiento. En esta transformación de los procesos informativos, urge que el comunicador sepa manejar las nuevas herramientas y encajarlas en su dinámica de trabajo habitual, no solo para contar lo que está pasando en los canales tradicionales, sino para distribuir el material registrado a través de las nuevas plataformas digitales.

---

<sup>733</sup> RAMONET, IGNACIO: *La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de medios*, Madrid, Clave Intelectual, 2013, 3ª edición, pp. 22-23.