

Banda ancha y periodismo: de las sinergias a las oportunidades

Broadband and journalism: from synergies to opportunities

Joan-Francesc Fondevila-Gascón

Fondevila-Gascón, Joan-Francesc (2025). "Banda ancha y periodismo: de las sinergias a las oportunidades". *Anuario ThinkEPI*, v. 19, e19a13.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2025.e19a13>

Publicado en *IweTel* el 23 de septiembre de 2025



Joan-Francesc Fondevila-Gascón

<http://www.directorioexit.info/ficha2877>

<https://orcid.org/0000-0002-6587-939X>

Blanquerna-Universitat Ramon Llull,

EUM-UdG y Cecable

joanfrancescfg@blanquerna.url.edu

Resumen: La relación entre la sociedad de la banda ancha y el periodismo (y, por extensión, las ciencias de la comunicación) se ha desarrollado de forma acelerada y consistente. Las versiones digitales de los medios de comunicación están consolidadas, los lectores se han acostumbrado a la consulta en línea y han aparecido modelos de negocio más o menos innovadores que intentan monetizar el fenómeno. En esta investigación, a manera de ensayo, se analiza el estado de la cuestión y se lanzan ideas que pueden ayudar a la industria editorial a obtener rendimiento de la conectividad. Los resultados indican que existe una mejora en la velocidad de acceso y en la capacidad de producción y distribución de los contenidos, que surgen nuevos formatos narrativos y que se debe aprovechar interactividad para conseguir más vínculo con el lector. Se concluye que el aumento del flujo y la garantía de la banda ancha es una oportunidad que los medios de comunicación deben aprovechar para lograr más monetización y para fidelizar más a la audiencia.

Palabras clave: Banda ancha; Periodismo; Comunicación; Monetización; Rentabilidad.

Abstract: The relationship between the Broadband Society and journalism (and, by extension, the communication sciences) has developed rapidly and consistently. Digital versions of media outlets are established, readers have become accustomed to online access, and more or less innovative business models have emerged that attempt to monetize the phenomenon. This essay-style research analyzes the state of the art and proposes ideas that can help the publishing industry leverage connectivity. The results indicate an improvement in access speed and content production and distribution capacity, new narrative formats are emerging, and interactivity should be leveraged to strengthen reader engagement. The conclusion is that the increased flow and guaranteed availability of broadband is an opportunity that media outlets should seize to achieve greater monetization and audience loyalty.

Keywords: Broadband; Journalism; Communication; Monetization; Profitability.

1. Introducción

La evolución tecnológica desde las vetustas redes de banda ancha de cable histórico y las de ADSL hasta la fibra óptica y el 4G y el 5G en movilidad ha supuesto avances sociales y económicos (el crecimiento del teletrabajo, el ahorro en desplazamientos y en huella de carbono, incluso el *back up* para sectores más naturalmente presenciales en caso de necesidad) y ha impactado de lleno en el periodismo, cuya virtualización es un hecho innegable y que alumbra oportunidades.

La conexión a Internet con alta capacidad de transmisión de datos en velocidad de descarga y de subida está creciendo tanto en banda ancha fija (encabezada por la fibra óptica) como móvil (4G, 5G y el venidero 6G). Velocidades de gigabit por segundo son habituales en ámbito empresarial y residencial. La banda ancha de próxima generación incluye velocidades muy por encima de las consideradas estándar, lo que impulsará contenidos enriquecidos como el video, el multimedia interactivo o transmisiones en directo.

En paralelo, el periodismo digital utiliza plataformas en diversos sentidos: captación y producción de contenidos, publicación y distribución. La divulgación en redes sociales y la naturalización del multimedia aporta opciones diversas que nunca deben olvidar la monetización.

Teorías como la de la determinación tecnológica (Dafoe, 2015) defienden que la tecnología disponible condiciona y moldea el periodismo, determinando o codeterminando con factores sociales, económicos y normativos. En términos de la teoría de usos y gratificaciones, los usuarios seleccionan medios y contenidos según lo que buscan, de forma que gracias a la alta banda ancha más opciones provocan un aumento de las expectativas (Mateus; Leon; Vázquez-Cubas, 2023). La banda ancha también impacta en el periodismo siguiendo la teoría de *agenda-setting* y establecimiento de agendas, puesto que una mayor velocidad de difusión y participación ciudadana permite viralizar noticias fuera de los medios principales (McCombs; Shaw; Weaver, 2018).

En paralelo, más banda ancha favorece un acceso más equitativo y la participación ciudadana (Gil de Zúñiga; Mateos; Inganzo, 2022), en la senda de la teoría del capital social y la democracia deliberativa.

2. Limitaciones de banda ancha para el periodismo

Existe un ramillete de condicionantes por carencia de acceso a banda ancha, o de calidad y garantía, que cabe tener en consideración. Podemos enumerar las siguientes limitaciones.

Desigualdad de acceso

Pese a que existe cobertura en la mayor parte de zonas occidentales, pueden persistir desigualdades según el nivel socioeconómico, la ubicación geográfica o la infraestructura. En general, incluso con banda ancha móvil, en zonas menos favorecidas el usuario suele informarse más a través de redes sociales o *YouTube* que mediante medios digitales tradicionales, lo que puede afectar la calidad de la información consumida.

Hay que considerar que alta velocidad no siempre es sinónimo de bondad del servicio. Factores como la latencia, las interrupciones, las fluctuaciones en la capacidad de la red o la congestión representan con relativa frecuencia un obstáculo para medios de comunicación y lectores de zonas rurales o remotas.

Costes elevados

Los costes de generación o actualización de infraestructura digital son elevados, especialmente para iniciativas periodísticas locales y modestas.

La sociedad de la banda ancha pivota sobre la universalización y la garantía del servicio

Los medios de comunicación deben asumir inversiones en infraestructura, *hosting*, almacenamiento, producción de contenido multimedia o transmisión en directo (se pueden prever versiones con menor resolución para conexiones débiles o reducir la tasa de bits), amén de capacidad de almacenamiento y de servidores, el ancho de banda de subida y las redes de entrega de contenido (CDN, *Content Delivery Networks*). Como con frecuencia la publicidad, como principal fuente de ingresos de la industria periodística, prima la cantidad de tráfico a la calidad, esos costes se disparan (Sjøvaag; Ferrer-Conill; Olsen, 2024). En este sentido, no todos los medios disponen de recursos técnicos o humanos para producir contenido multimedia complejo, o para optimizar plataformas y adaptarse a formatos exigentes. A ello hay que añadir la formación del personal en edición y diseño, el uso de herramientas digitales o la logística, lo que encarece el producto final.

Desde la perspectiva de los usuarios, existe un costo de las suscripciones, los planes de Internet o el uso de los dispositivos adecuados.

Experiencia de usuario

En un entorno en el que la banda ancha se comienza a dar por supuesta en numerosas zonas y corre el peligro de la *commoditización*, el usuario es más exigente en su experiencia. La *Quality of Service* (QoS) y la *Quality of Experience* (QoE) son indicadores utilizados por los operadores de telecomunicaciones desde tiempo atrás.

Básicamente, el operador intenta asegurar la calidad de servicio (en términos de velocidad, estabilidad y latencia) y la calidad de la experiencia del usuario (con criterios como el tiempo de carga, el *buffering* –cuando un reproductor guarda porciones de un archivo hasta que dispone de suficiente información para que el archivo se empiece a reproducir en el *player* del usuario– e interfaz, fundamental para *streaming* y multimedia. Si el lector o espectador de un medio de comunicación accede a una web que sufre retardos o es lenta, aumenta la tasa de abandono. Una optimización de las webs para reducir el consumo innecesario de ancho de banda sin afectar la apariencia mejora la experiencia de usuario. En esta línea, se recomienda comprimir imágenes, optimizar formatos, reducir *scripts* innecesarios, minimizar archivos (como CSS/JS) y usar *lazy loading* (retrasar la carga de un objeto hasta que sea necesario).

En *streaming* deportivo, el principal escollo es la falta de ancho de banda o la deficiente calidad de la conexión (incluyendo poca resolución o interrupciones). Aquí encaja el *adaptive streaming* (protocolos de transmisión como DASH y HLS) en aras de ajustar la calidad automáticamente según la velocidad.

Se debe intentar asegurar que los sitios web estén bien adaptados para conexiones más lentas o inestables o para la degradación *graceful*, es decir, que en casos de restricción de flujo al menos se cargue algo usable.

Neutralidad de la red

En ocasiones, algunas entidades gubernamentales o proveedores reducen intencionalmente la velocidad de ciertos servicios, como la transmisión en directo o el acceso a las redes sociales. Asimismo, limitan el ancho de banda en ciertos momentos, lo que puede afectar el periodismo, especialmente en situaciones críticas. Se observa el crecimiento del *throttling*, es decir, la restricción de ancho de banda para realizar ciertas operaciones, con el fin de bloquear el flujo de información durante protestas u otras situaciones de interés periodístico.

Los medios de comunicación deben asumir inversiones en infraestructura, *hosting*, almacenamiento, producción de contenido multimedia o transmisión en directo

3. Posibilidades de la relación entre banda ancha y periodismo

El abanico de posibilidades para el periodismo gracias a la banda ancha es inspirador. El día a día empresarial puede absorber tiempo que cabría dedicar a la estrategia.

Mayor cobertura geográfica y periodismo ciudadano

La sociedad de la banda ancha (Fondevila-Gascón, 2013) pivota sobre la universalización y la garantía del servicio. La banda ancha móvil o inalámbrica lleva Internet de alta capacidad a zonas rurales o remotas. Ello permite a corresponsales y periodistas locales enviar reportajes desde lugares antes inaccesibles por limitaciones de infraestructura. Gracias a esa circunstancia, crece el acceso del público a distintos medios y se diversifican fuentes informativas y el periodismo ciudadano. Se trata de evitar la brecha digital (Wilson; Costanza-Chock, 2013), de contribuir a impulsar la libertad de expresión y de aprovechar las plataformas digitales como nueva fuente de ingresos para los medios de comunicación, como ocurre en los países árabes (Mellor, 2023). El monopolio de las grandes compañías tecnológicas sobre el mercado de la publicidad digital y la competencia entre los medios de comunicación árabes por utilizar contenido *clickbait* para atraer audiencias puede condicionar este proceso. La democratización del acceso a la información depende, al fin y al cabo, de que la banda ancha sea accesible y asequible, y que disminuya la brecha digital, lo que puede traducirse en un público más informado, mayores posibilidades de periodismo local y rendición de cuentas (Pickard, 2020). Las carencias de conectividad en la Costa Este de Estados Unidos reflejan carencias informacionales, infraestructurales e incluso emocionales (Mathews; Ali, 2023).

Usuarios con conexiones de alta velocidad tienden a recurrir más frecuentemente a contenidos de noticias en línea. Comparados con quienes usan conexiones lentas, los usuarios de banda ancha consumen noticias con mayor variedad de fuentes y con mayor frecuencia (Horrigán, 2006). También se confirma la fragmentación del público, es decir, diferentes audiencias para diferentes medios digitales (Majó-Vázquez; Cardenal; González-Bailón, 2017).

Más capacidad de producción y de distribución

La mejora en la velocidad de acceso (que aumentará con los años) y las rápidas conexiones de banda ancha (sobre todo en áreas urbanas, ya que en las rurales aún existen zonas de sombra o poco asistidas) permiten a los medios de comunicación lanzar contenidos de gran tamaño. La proliferación de audio, vídeo en alta definición o gráficos interactivos es un hecho, y crecen las transmisiones en directo con menor latencia. La integración multimedia es condición *sine quan non* para los medios. En términos de distribución, los lectores acceden a las noticias con mayor rapidez, especialmente en situaciones de emergencia o de *breaking news*.

Advenimiento de nuevos formatos narrativos

Surgen o se consolidan nuevos lenguajes y nuevos formatos narrativos. Para las redacciones es habitual el vídeo en directo, el documental multimedia interactivo, herramientas de visualización de datos como animaciones o mapas interactivos y el *data journalism*. En cambio, se deben dar pasos más decididos en realidad virtual y aumentada. Al tratarse de formatos que requieren ancho de banda tanto en la producción (edición, carga del contenido) como en la difusión y el consumo, se observa la sinergia. La interactividad y la retroalimentación son factores de participación que se vehiculan a través de comentarios y redes sociales. La integración de contenidos en tiempo real, de APIs externas, sensores y datos abiertos abre expectativas de todo tipo.

El *cloud journalism* (la necesidad de producción y publicación constante de contenidos) observa como un manantial los nuevos formatos narrativos

La banda ancha permite formatos que requieren mayor ancho de banda: vídeos, transmisiones en vivo (*streaming*), multimedia interactivo. Esto no solo enriquece las narrativas, sino que altera expectativas de la audiencia sobre cómo se debe contar una noticia. El *cloud journalism* (la necesidad de producción y publicación constante de contenidos) observa como un manantial esa diversidad (Fondevila-Gascón, 2010). Los nuevos formatos pueden impulsar una mayor retroalimentación, más personalización y diversidad de fuentes e interlocutores.

Impacto en la participación, también política

La penetración de banda ancha y el acceso individual a conexiones rápidas moderan la relación entre preferencias mediáticas y participación, sobre todo en política. En entornos con mayor acceso y penetración de banda ancha, aquellos que prefieren contenido político están más motivados a participar políticamente, más allá del voto (Hendriks-Vettehen *et al.*, 2017). Además, conexiones rápidas facilitan el conocimiento político, lo cual puede aumentar la participación (Lelkes, 2020).

4. Conclusión

Se observa que la banda ancha y el periodismo deben ir de la mano y que se necesitan: la progresión de las telecomunicaciones se traslada al periodismo, y la evolución del periodismo digital de calidad, interactivo y multimedia aumenta la inversión en redes.

Pese a los condicionantes de la desigualdad de acceso, los costes inherentes a la implementación digital, la experiencia de usuario (calidad de servicio o calidad de experiencia) o la neutralidad de la red, una velocidad mayor y garantizada permite un mayor alcance geográfico y el impulso del periodismo ciudadano, una mayor capacidad de producción y de distribución y el surgimiento de una pléthora dinámica de nuevos formatos narrativos.

Es lógico que haya que adaptar el ritmo de las innovaciones a la realidad del mercado, como la priorización del periodismo móvil y el fenómeno del *mobile first*, ya que la lectura tiende a realizarse en itinerancia y es peligroso un exceso de zonas de sombra, que también se dan en zonas urbanas (desplazamientos en metro o en ferrocarril, por ejemplo).

Uno de los objetivos para los medios de comunicación reside en incorporar nuevas fórmulas de ingresos, como suscripciones cruzadas, micropagos o financiación mixta. Incluso se pueden considerar estrategias específicas para zonas rurales o con menor acceso. Con ello se compensan los costes de infraestructura digital y de producción multimedia. La exploración de alianzas con proveedores de servicios de Internet es una línea a seguir, siempre respetando políticas de calidad y ética. La participación en discusiones regulatorias y la colaboración con organismos públicos y universidades en proyectos de conectividad son otras ideas que pueden ahondar en el vínculo indisoluble entre periodismo y telecomunicaciones.

5. Referencias

- Dafoe, Allan** (2015). "On technological determinism: A typology, scope conditions, and a mechanism". *Science, technology, & human values*, v. 40, n. 6, pp. 1047-1076.
<https://doi.org/10.1177/0162243915579283>
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc** (2010). "El cloud journalism: un nuevo concepto de producción para el periodismo del siglo XXI". *Observatorio (OBS*) Journal*, v. 4, n. 1, pp. 19-35.
<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/315/321>
- Fondevila-Gascón, Joan-Francesc** (2013). "Periodismo ciudadano y *cloud journalism*: un flujo necesario en la sociedad de la banda ancha". *Comunicación y hombre*, n. 9, pp. 25-41.
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2013.9.163.25-41>

- Gil de Zúñiga, Homero; Mateos, Araceli; Inguanzo, Isabel** (2022). "Repensando el capital social en la era digital y en sociedades diversas". *Revista internacional de sociología*, v. 80, n. 4, e214.
<https://doi.org/10.3989/ris.2022.80.4.MI22-0001>
- Hendriks-Vettehen, Paul; Troost, Joeri; Boerboom, Lex; Steijaert, Mickey; Scheepers, Peer** (2017). "The relationship between media content preferences and political participation in 25 European countries: The moderating role of broadband penetration and mroadband access". *Communication research*, v. 47, n. 7, pp. 967-987.
<https://doi.org/10.1177/0093650217701033>
- Horrigan, J. B.** (2006). *Online news: For many home broadband users, the Internet is a primary news source*. Pew Research Center.
<https://www.pewresearch.org/internet/2006/03/22/online-news-for-many-home-broadband-users-the-internet-is-a-primary-news-source>
- Lelkes, Yphtach** (2020). "A bigger pie: The effects of high-speed Internet on political behavior". *Journal of computer-mediated communication*, v. 25, n. 3, pp. 199-216.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa002>
- Majó-Vázquez, Sílvia; Cardenal, Ana S.; González-Bailón, Sandra** (2017). "Digital news consumption and copyright intervention: Evidence from Spain before and after the 2015 'link tax'". *Journal of computer-mediated communication*, v. 22, n. 5, pp. 284-301.
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12196>
- Mateus, Julio-César; Leon, Laura; Vázquez-Cubas, Diego** (2023). "Aplicaciones de la teoría de usos y gratificaciones en la investigación en Comunicación: una revisión sistematizada". *Observatorio (OBS*)*, v. 17, n. 3.
<https://doi.org/10.15847/obsobs17320232327>
- Mathews, Nick; Ali, Christopher** (2023). "Desert work: Life and labor in a news and broadband desert". *Mass communication and society*, v. 26, n. 5, pp. 727-747.
<https://doi.org/10.1080/15205436.2022.2093749>
- McCombs, Maxwell E.; Shaw, Donald L.; Weaver, David H.** (2018). "New directions in agenda-setting theory and research". In Wei, Ran (ed.). *Advances in foundational mass communication theories* (pp. 131-152). Routledge. ISBN: 9781315164441
<https://doi.org/10.4324/9781315164441>
- Mellor, Noha** (2024). "The digital divide in the journalism sector". *Convergence*, n. 30, v. 3, pp. 1120-1133.
<https://doi.org/10.1177/13548565231176186>
- Pickard, Victor** (2020). "Restructuring democratic infrastructures: A policy approach to the journalism crisis". *Digital journalism*, v. 8, n. 6, pp. 704-719.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1733433>
- Sjøvaag, Helle; Ferrer-Conill, Raul; Olsen, Ragnhild K.** (2024). Capture beyond the platforms: the material and infrastructural conditions for digital journalism. *Digital journalism*, v. 13, n. 7.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2377078>
- Wilson, Ernest. J.; Costanza-Chock, Sasha** (2013). "New voices on the Net?: The digital journalism divide and the costs of network exclusion". In L. Nakamura, & P. A. Chow-White (eds.). *Race after the Internet* (pp. 246-268). Routledge. ISBN: 9780203875063
<https://doi.org/10.4324/9780203875063>