	GESTIÓN DE SERVICIOS ACADÉMICOS Y BIBLIOTECARIOS	CÓDIGO	FO-GS-15
		VERSIÓN	02
	ESQUEMA HOJA DE RESUMEN	FECHA	03/04/2017
		PÁGINA	1 de 117

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTOR(ES): NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS

NOMBRE(S): ISDALY JOHANA APELLIDOS: MEDINA DELGADO

NOMBRE(S): SCARLEETT APELLIDOS: ALVARADO DELGADO

FACULTAD: EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS: COMUNICACIÓN SOCIAL

DIRECTOR:

NOMBRE(S): ERWIN HERNANDO APELLIDOS: JÁCOME CASTILLA

TÍTULO DEL TRABAJO (TESIS): SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE MIGRACIÓN DE LO ANÁLOGO A LO DIGITAL EN MEDIO IMPRESO DE NORTE DE SANTANDER, CASO REVISTA ACTIVA.

RESUMEN

En el presente proyecto investigativo se analizó la sistematización del proceso de la convergencia de lo análogo a lo digital en los medios impresos, tomando como caso de estudio el diario Revista Activa, ubicado en Norte de Santander.

A través de este estudio y por medio de la implementación de los instrumentos de carácter cualitativo, con entrevistas semi estructuradas y una ficha técnica se hizo la recolección de data, suministrada por los periodistas, directivos y administrativos, que permitieron comprender el proceso de migración de análogo a lo digital y como la Revista Activa hizo la transición siendo una de las revistas más influyentes en Norte de Santander.

PALABRAS CLAVES:

Sistematización, revista, migración, análogo, digital.

CARACTERÍSTICAS:

PÁGINAS: 141 PLANOS: ___ ILUSTRACIONES: ___ CD ROOM: ___

ACTA DE SUSTENTACION DE UN PROYECTO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL

FECHA: San José de Cúcuta, 1 de Marzo de 2024

LUGAR: Sala de Imagen segundo Piso Edificio de Comunicación Social

Título del trabajo de grado: "SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE MIGRACIÓN DE LO ANÁLOGO A LO DIGITAL EN MEDIO IMPRESO EN NORTE DE SANTANDER, CASO DIARIO REVISTA ACTIVA"

Director (a): ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA
Comunicador Social
Mg. En Comunicación Desarrollo y Cambio Social

NOMBRE DEL ESTUDIANTE	CÓDIGO	CALIFICACION	A.M.L
SCARLEETT ALVARADO DELGADO	1331229	4.2	APROBADA

Gladys A. Espinel B.

GLADYS ADRIANA ESPINEL RUBIO

Olga

OLGA LUCIA HERNANDEZ



JAIME ANDRES PABON

Margari

MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social



*ACTA DE SUSTENTACION DE UN PROYECTO DE GRADO
PROGRAMA ACADÉMICO COMUNICACION SOCIAL*

FECHA: San José de Cúcuta, 8 de Septiembre de 2023

HORA: 10:00 horas

LUGAR: Sala de Imagen segundo Piso Edificio de Comunicación Social

Título del trabajo de grado: "SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE MIGRACIÓN DE LO ANÁLOGO A LO DIGITAL EN MEDIO IMPRESO EN NORTE DE SANTANDER, CASO REVISTA ACTIVA"

Director (a) *ERWIN HERNANDO JACOME CASTILLA*
Comunicador Social
Mg. En Comunicación Desarrollo y Cambio Social

<i>NOMBRE DEL ESTUDIANTE</i>	<i>CÓDIGO</i>	<i>CALIFICACION</i>	<i>A.M.L</i>
<i>ISDALY JOHANA MEDINA DELGADO</i>	<i>1331225</i>	<i>4.2</i>	<i>APROBADO</i>

Lucy Araque

LUCY ESTELLA ARAQUE

Daniel Esteban Narvaez

DANIEL ESTEBAN NARVAEZ

Gladys Adriana Espinel Rubio

GLADYS ADRIANA ESPINEL RUBIO

Margarita Rosa Peñaloza Duran

MARGARITA ROSA PEÑALOZA DURAN
Coordinador Comité Curricular
Plan de Estudio Comunicación Social

SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE MIGRACIÓN DE LO ANÁLOGO A LO
DIGITAL EN MEDIO IMPRESO DE NORTE DE SANTANDER, CASO REVISTA ACTIVA.

SCARLEETT ALVARADO DELGADO

ISDALY JOHANA MEDINA DELGADO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL - SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2024

SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE MIGRACIÓN DE LO ANÁLOGO A LO
DIGITAL EN MEDIO IMPRESO DE NORTE DE SANTANDER, CASO REVISTA ACTIVA.

SCARLEETT ALVARADO DELGADO

ISDALY JOHANA MEDINA DELGADO

ERWIN HERNANDO JÁCOME CASTILLA

DIRECTOR

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL - SAN JOSÉ DE CÚCUTA

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. PROBLEMA	17
1.1 Título	17
1.2 Planteamiento del problema	17
1.3 Formulación del problema.....	22
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivos específicos.....	22
1.5 Justificación.....	23
2. MARCO REFERENCIAL.....	25
2.1 Antecedentes.....	25
2.2 Marco teórico.....	58
2.2.1 Sistematización de experiencias.....	60
2.2.2 Digitalización tecnológica.....	63
2.2.3 Convergencia análogo – digital.....	64
2.2.4 El Ecosistema mediático.....	67
2.2.5 El ciberespacio y la comunicación.....	69
2.2.6 Internet como medio de comunicación.....	71
2.2.7 Periodismo digital.....	73

2.2.8 Comunicación digital.....	75
2.3 Marco contextual	77
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	80
3.1 Paradigma Interpretativo.....	82
3.2 Método y metodología.....	83
3.2.1 Método cualitativo.....	83
3.2.2 Metodología.....	86
3.3 Universo y muestra.....	88
3.3.1 Universo.....	88
3.3.2 Muestra.....	89
3.4 Actores.....	89
3.5 Fuentes y procedimientos para la recolección de la información.....	90
3.6 Procesos de aplicación de instrumentos.....	90
3.7 Instrumentos.....	92
4. RESULTADOS.....	101
4.1 Capítulo 1. Explorando las Herramientas y Técnicas Utilizadas en el Análisis Analógico y Digital del Proceso de Migración Tecnológica de Revista Activa.	102
4.2 Capítulo 2. Transformaciones en los Procesos de Producción de Contenidos durante la Transición de lo Analógico a lo Digital en Revista Activa.	108
4.3 Capítulo 3. Exploración de los Escenarios Laborales Emergentes tras la Transición de lo Analógico a lo Digital.	117
5. CONCLUSIONES.....	123
6. RECOMENDACIONES.....	129
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	131
8. ANEXOS.....	140

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Periodistas entrevistados.....	89
Tabla 2. Entrevista semiestructurada a periodistas de Revista Activa.....	92
Tabla 3. Ficha técnica.....	98

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. La convergencia continua... ..	66

Lista de imágenes

	Pág.
Imagen 1. Entrevista a periodistas de Revista Activa.....	108
Imagen 2. Entrevista a periodistas de Revista Activa.....	117
Imagen 3. Entrevista a periodistas de Revista Activa.....	122

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1. Carta de validación de instrumentos.....	140

INTRODUCCIÓN

Los cambios, la digitalización de los periódicos y los medios de comunicación en el mundo han resignificado el concepto de <<comunicar>>. La comunicación en las últimas décadas ha tenido transformaciones abismales tanto para los medios como para el receptor, son evoluciones que los medios han tenido que enfrentar para el bien de la economía, de la información, y de la empresa. Ya que las personas de las nuevas generaciones tienen la tecnología en la palma de la mano y su uso hacia aquellas se ha venido acelerando cada vez más.

A continuación, el documento cuenta con una estructura realizada por el grupo de trabajo que está constituido por planteamiento del problema, título, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco contextual, diseño metodológico, instrumentos y resultados provenientes, para finalizar con apartados de conclusiones y recomendaciones. Con esto se quiere mostrar y analizar la sistematización del proceso de la convergencia análogo digital de los periódicos en la zona norte del país, específicamente, en Revista Activa.

Para sustentar este avance se cuenta con un marco teórico que está constituido por ocho categorías que respaldan la investigación llevada a cabo. En esta primicia de documento, tiene consigo tres objetivos específicos que son el proceso para cumplir con el objetivo general que se constituye por sistematizar el proceso de migración de lo análogo a lo digital en medios impresos en Norte de Santander y Santander, caso Revista Activa.

Continuando con un marco contextual que tiene como propósito ubicar al lector en el ambiente en el que se realizó el proyecto de investigación y acotando datos e información de los periódicos que sirven para el entendimiento del trabajo realizado.

El paradigma interpretativo que subyació en esta investigación cualitativa se basó en la comprensión profunda y contextual de las experiencias y opiniones de periodistas regionales en

relación con la transición digital de los medios de comunicación. Este enfoque no buscó cuantificar datos, sino más bien capturar la riqueza y complejidad de las perspectivas individuales y colectivas.

La metodología de sistematización de experiencias se eligió con el propósito de brindar un marco que permitiera estructurar y analizar las percepciones y conocimientos de los periodistas de manera integral. Esta metodología implicó recopilar, organizar y reflexionar sobre las experiencias vividas en el contexto de la transformación digital de los medios de comunicación.

En cuanto al diseño metodológico, se seleccionaron formatos, recursos y técnicas que se alinearon con los principios de la sistematización cualitativa. La entrevista semiestructurada emergió como una herramienta central para recopilar información en profundidad, permitiendo que los periodistas expresaran sus opiniones y conocimientos de manera abierta y reflexiva. La elección de una entrevista semiestructurada proporcionó un equilibrio entre preguntas predefinidas y la flexibilidad necesaria para que los participantes pudieran abordar temas relevantes que quizás no se habían anticipado inicialmente.

Junto con las entrevistas, se desarrolló una ficha técnica que posiblemente contenía indicadores clave para evaluar y analizar las respuestas recopiladas. Estos criterios evaluativos y analíticos se establecieron de acuerdo con los objetivos de la investigación y sirvieron como guía para el análisis posterior de los datos.

Los resultados arrojaron que la transformación experimentada por Revista Activa en respuesta a la pandemia del 2020, reflejó un caso paradigmático de adaptación en el entorno de los medios de comunicación. La expansión de su presencia hacia el ámbito digital, que incluyó la incorporación de una revista impresa-digital y una página web, marcó un punto de inflexión en su trayectoria. A pesar de las reticencias iniciales hacia las nuevas dinámicas digitales, una vez

superada esta resistencia, la revista experimentó un crecimiento exponencial en términos de alcance, accesibilidad e influencia, demostrando cómo la adopción de formatos digitales puede potenciar la conectividad con diversos públicos, especialmente con los lectores jóvenes que prefieren el contenido en línea por su inmediatez e interactividad.

Esta transición también destacó los desafíos intrínsecos a la convergencia digital en el periodismo. A medida que Revista Activa se movía hacia lo digital, se puso de manifiesto la necesidad de equilibrar la innovación tecnológica con la preservación de los valores fundamentales del periodismo, como el análisis crítico y la investigación profunda. Este dilema fue evidente, no solo en el contexto de la revista en cuestión, sino también en investigaciones que exploraban la convergencia en medios de comunicación. Además, la dualidad entre los formatos impresos y digitales despertaba debates acerca de su viabilidad coexistente. A pesar de los desafíos que enfrentaba el medio impreso, persistía una perspectiva que abogaba por la funcionalidad conjunta de ambos formatos. En última instancia, el caso de Revista Activa subrayó cómo la evolución hacia lo digital, no solo transformó la forma en que se consumen y producen noticias, sino también redefinió los roles y responsabilidades de los periodistas en esa nueva era mediática.

Las conclusiones extraídas del trabajo reflejaron un análisis de la digitalización en el contexto mediático de la época. A pesar de ciertos avances en la exploración del tema, se identificó que, en el ámbito específico considerado, donde convergen herramientas mediáticas y condiciones particulares, la magnitud del fenómeno no había sido completamente estudiada y había sido mayormente abordada de forma empírica mediante la recolección de datos, opiniones y conocimientos. De estos elementos, surgieron como rasgos distintivos del entorno digital; la inmediatez, la hipertextualidad, la interactividad y la accesibilidad. En vista de esto, la inevitabilidad y la utilidad de la convergencia de medios tradicionales hacia la esfera digital se

estableció como una constante. La creación de plataformas web adaptadas a las necesidades de las audiencias digitales abrió las puertas a un universo exclusivamente digital, en el cual las nuevas tecnologías e internet desempeñan un papel fundamental en la accesibilidad a la información. Pese a la inherente fugacidad y rapidez de la información en el medio digital, se resaltó la importancia de enfocar su uso hacia fines educativos y críticos con el propósito de enriquecer la concepción del periodismo.

La preferencia demostrada por las generaciones jóvenes hacia el formato digital, caracterizado por su contenido multimodal e interactivo, subrayó la necesidad imperante de promover la educación y el pensamiento crítico entre las audiencias. El desarrollo histórico del periodismo, desde la invención de la imprenta hasta la transición digital, se presentó como un proceso de cambio constante. La migración hacia el ámbito digital trajo consigo transformaciones fundamentales en la producción y presentación de noticias, exigiendo competencias renovadas a los periodistas. En una sociedad cada vez más conectada, el periodismo continuó su evolución para mantener su relevancia y función en el mundo contemporáneo.

En resumen, la digitalización de los medios transformó radicalmente el concepto de comunicación. Durante las últimas décadas, se han suscitado cambios profundos en la industria y en la forma en que las generaciones jóvenes consumen información a través de dispositivos tecnológicos. La adaptación de los medios tradicionales al entorno digital se volvió esencial para la economía y la supervivencia empresarial. Este trabajo se enfocó en examinar la convergencia análogo-digital en los periódicos de la región norte del país, utilizando a Revista Activa como caso de estudio. A través de un enfoque cualitativo y la sistematización de experiencias, se exploró la adaptación de los medios a la era digital, destacando desafíos como el equilibrio entre la innovación tecnológica y los valores periodísticos tradicionales. En última instancia, esta

investigación contribuyó a comprender cómo la evolución hacia lo digital restablece la relación entre medios, audiencias y periodistas en la sociedad contemporánea.

1. PROBLEMA

1.1 Título

Sistematización del proceso de migración de lo análogo a lo digital en medio impreso de Norte de Santander, caso Revista Activa.

1.2 Planteamiento Del Problema

Desde la creación de la imprenta, el mundo comenzó a tener un mejor acceso a la lectura y la información, convirtiéndose en una herramienta para el progreso de la comunicación en esa temporalidad. No obstante, fue Gutenberg, quién en el siglo XV le hizo modificaciones a la imprenta en Europa, logró cambios en las formas de comunicar: modificó las ideas, los pensamientos y el acceso al conocimiento; haciendo que la sociedad llegue a un nivel de intelectualidad superior por tener el entendimiento en sus manos, logrando que el analfabetismo se disminuya progresivamente a nivel global.

Dando seguimiento, este avance tecnológico permitió que la sociedad iniciara una nueva era que trajo consigo cambios sociales generados fundamentalmente por la diseminación de las ideas a través de la divulgación del conocimiento. Sumado a esto, la imprenta garantiza, para los ciudadanos, un mejor acceso a la información, el periódico que tuvo su primera publicación en el viejo continente en el siglo XVII, y esta actividad, se vio beneficiada y se robustece, profesional y económicamente, gracias a la mayor circulación de este tipo de material informativo.

En consecuencia, el avance tecnológico ha significado un cambio en las dinámicas de las diferentes comunidades de la sociedad; la imprenta significó, en ese momento, un cambio en el ejercicio de la incipiente labor periodística de la época, que generó hace muchos siglos el

nacimiento de una nueva era “análoga” sobre la cual recayó una gran responsabilidad que derivó en la creación nuevas estructuras y formas en la sociedad para poder cumplir con sus necesidades de información.

Es así como durante más de 500 años se fue transformando el ejercicio informativo gracias a los avances de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones), el último de gran importancia, la aparición del computador, el cual dio paso a la migración de lo análogo a lo digital, escenario que se ha venido construyendo durante las últimas décadas, “Más de siglo y medio de periodismo moderno nos aporta una rica herencia para afrontar los desafíos en la era digital” (López, 2020, P.3); estas transformaciones han configurado un nuevo escenario periodístico que articula nuevas prácticas y nuevas formas de abordar una noticia y el desarrollo del trabajo.

Los medios de comunicación y las diversas formas de interactuar con sus públicos han dado un giro con el pasar de los años, lo cual ha permitido la convergencia tecnológica de lo análogo a lo digital en la prensa, la radio y la televisión. En solo dos décadas, ha evolucionado a grandes velocidades el proceso de migración del periodismo, lo que ha generado un proceso de rápida adaptación a este nuevo escenario global a partir de la década del noventa.

El desarrollo científico permitió en un inicio que el periodismo llegara a la computación, y antes a la creación de la “World Wide Web”, la cual entró en funcionamiento durante la década de 1990. En años posteriores, se dio la puesta en circulación de las primeras páginas informativas en el ciberespacio, siendo el Chicago Tribune el primer periódico que dispuso de una edición en AOL en marzo de 1992.

Argumentando la idea anterior, es Boczkowski (2006) quien entiende y analiza la transformación del periódico y su trascendencia en la década de los 90’s en su libro Digitalizar las noticias.

La segunda mitad de la década de 1990 fue un período de efervescencia con respecto a todo lo que estuviera relacionado con la web, y los periódicos estadounidenses no fueron ninguna excepción a ello: invirtieron recursos humanos, financieros y simbólicos para sus emprendimientos en alternativas al soporte impreso con una intensidad inusitada para la industria. (p.1)

Siguiendo con esta idea, es David Carlson (2003), quien se sitúa en EE. UU el país donde se realizó la primera publicación digital en La Triple W (WWW) haciendo que el periodismo tome un nuevo camino en la era digital que ayuda a la efectiva e inmediatez del periodismo hasta la actualidad.

...el 19 de enero de 1994 - por tanto 28 años – la aparición de la primera publicación periodística en la World Wide Web, según este autor corresponde al Palo Alto Weekly, humilde semanario editado en la bahía de San Francisco, USA. (p. 4)

Hablando en contexto latinoamericano, la convergencia de lo análogo a lo digital no tiene relevancia en diferencia de años comparándose con la migración en USA, ya que, la primera publicación fue hecha en Rosario, Argentina en 1994, y nació en el diario digital RosarioNet. De esta manera, comenzó el desarrollo tecnológico periodístico en Latinoamérica, el acontecimiento dio paso a que los demás diarios del continente se fueron involucrando en la digitalización periodística. Desde la perspectiva de Jiménez (2007).

Los procesos de producción informativa en Latinoamérica han sufrido no pocos cambios por cuenta de los adelantos tecnológicos. Unos 85 millones de usuarios de Internet dan cuenta del dinamismo en el crecimiento de la región, donde más de la mitad de los internautas navegan todos los días. (p. 8).

Dando continuidad a la mención de Jiménez, es notable que este suceso de convergencia, dio una revolución al periodismo latinoamericano, ya que, desde ese entonces, paulatinamente, se

fueron involucrando personas y comunidades a ese ambiente digital, haciendo que la información se comprendiera desde una mirada diferente, “por eso los diarios digitales han creado una nueva retórica, han construido dinámicas caracterizadas por la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización” (Jaramillo, 2006, p.8).

Desde este apartado se entiende que se dio un cambio en la forma de redactar en el medio de comunicación hacia los nuevos públicos en la sociedad, debido a la fácil accesibilidad de la internet que hace que se tenga un alcance global hacia las diferentes clases de léxicos de los consumidores. Teniendo en cuenta que los receptores apuntan a sus necesidades de la inmediatez exigiendo mayor cantidad de información en menor número de palabras, conllevando a transformar el método como se concibe, se produce y finalmente se escribe una noticia.

Avanzando en el territorio latinoamericano, un fragmento del artículo encontrado en la web “Periodismo en internet” reveló que “en el Perú fue la revista Caretas la primera publicación periodística en llegar a la Red, en 1995. El primer diario fue La República, en 1996; y luego, en el mismo año, apareció Gestión”. (Richar Roberto, 2007, p.18).

En el Ecuador la transición de lo análogo a lo digital no tardó en aparecer ya que, de acuerdo al artículo “Medios digitales en Ecuador, Cuántos son y qué hacen” “...a finales de 1994, una web del diario ‘Hoy’ es puesta en línea convirtiéndose en el primer diario online del Ecuador...” (2013, P. 112) Todos estos datos muestran que la migración de periódicos entre países no tardó en expandirse, haciendo visible que el periodismo digital era una herramienta utilitaria y necesaria para la sociedad.

Ejemplificando lo antes dicho y haciendo énfasis en el territorio nacional, esta migración hacia la digitalización se fue incorporando inicialmente en Colombia por parte del periódico El Tiempo. Comenzando una nueva era en el ámbito periodístico digital colombiano.

El 20 de noviembre de 1995, las páginas de EL TIEMPO se trasladaron a la pantalla de una computadora, pero no a Internet, con un servicio que fue precursor de los contenidos digitales, que hoy se ha convertido en una gran industria en Colombia. El 24 de enero de 1996, revolucionó los medios de comunicación en Colombia con casa editorial El Tiempo. Lanzando así, la primera página de un medio de comunicación colombiano en la internet". (El Tiempo.com, 2010).

Después del ingreso del periodismo colombiano a la era digital, el avance ha significado procesos de transformación en la relación de los medios de comunicación con sus públicos. Siguiendo en el contexto nacional, más del 56.7% de los hogares en Colombia tienen acceso a internet, según el congreso internacional de las TIC (2021). Los principales territorios que cuentan con mayor acceso a los periódicos digitales por su alcance a la internet son Bolívar, Valle del Cauca, Bogotá, Risaralda y Santander. En contraste con estas cifras, los de menos acceso a internet son Chocó, Vichada y Vaupés.

Seguido en este concepto, los medios de comunicación migrantes han tenido que pasar un proceso de adaptación atípico a su forma de hacer noticias. De esta forma el método de lo análogo a lo digital se ha ido fortaleciendo en cada uno de los medios, dejando atrás progresivamente el periódico impreso tradicional. En esta circunstancia, los periodistas se vieron afectados en esta temporalidad, tanto así, que muchos no han podido trasladarse de manera completa.

Avanzando con el tema, el periodista, debe desarrollar competencias polivalentes o de multitask para desarrollar tareas de este oficio establecidas en la era digital, lo cual significa que éste debe tener la capacidad de escribir sobre diferentes áreas o campos temáticos, pero a su vez contar con la habilidad de presentarla en múltiples formatos y lenguajes digitales tales como gráficos, videos, multimedia o formatos abreviados para redes sociales.

Por consiguiente, es importante indagar en la forma como se asumen estas transformaciones periodísticas en Revista Activa, que permitirá comprender las características del

impacto de las nuevas tecnologías en el contexto regional colombiano, y especialmente en lo que les concierne a las transformaciones de las prácticas periodísticas tradicionales.

1.3 Formulación Del Problema

¿Cómo ha sido el proceso de migración de lo análogo a lo digital en medios impresos en Norte de Santander, caso Revista Activa?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Sistematizar el proceso de migración de lo análogo a lo digital en medios impresos en Norte de Santander y Santander, caso Revista Activa.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Identificar las herramientas y técnicas empleadas en lo análogo y lo digital para el estudio del proceso de migración tecnológica de Revista Activa.
2. Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en Revista Activa.

3. Determinar los nuevos escenarios laborales generados a partir de la migración de lo análogo a lo digital.

1.5 Justificación

La migración de lo análogo a lo digital es un proceso que se ha implementado por la generación y práctica sistemática de las neuro tecnologías digitales de la telecomunicación, que afectan diversos aspectos de la disciplina, dando pie a una integración de herramientas, habilidades, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados. Con los cuales los nuevos comunicadores desarrollan y transmiten información pertinente hacia un público más exigente por la inmediatez.

La investigación responde a la necesidad de analizar y entender las estrategias comunicativas llevadas a cabo en la transformación de lo análogo a lo digital en los medios de la región. Esta se desarrolla con base en la identificación de las habilidades necesarias en los nuevos comunicadores para el salto a la era digital sin perder relevancia o identidad. Caracterizando el proceso de transformación que se ha llevado a cabo, desde las herramientas tecnológicas, las técnicas discursivas, y los procesos de producción del contenido. Considerando como profesionales en el sector comunicacional, que el panorama laboral exige a sus nuevos egresados, solicitándoles un amplio conocimiento en el manejo de las plataformas digitales.

Las investigaciones sobre convergencia resultan escasas en la región, pues se vive en contextos mediáticos migratorios, donde no existe un completo salto a las plataformas digitales. La investigación estudia este caso particular, manifiesta, comprende y profundiza cómo ha sido el

proceso migratorio en el periódico y las estrategias comunicativas usadas por los medios de la región para la bifurcación de su labor informativa. Esto mediante el reconocimiento de resultados obtenidos por la ejecución de métodos de estudio y análisis aprobados.

El trabajo investigativo, aporta a los conocimientos teóricos del Programa de Comunicación Social, en cuanto profundiza sobre una arista de la comunicación, mediante el análisis a profundidad de los procesos de convergencia. No obstante, por medio de la identificación de conocimientos y estrategias académicas sustentadas por un marco teórico, se proporciona un entendimiento de las necesidades prácticas e intelectuales para una buena comunicación.

Este trabajo resulta pionero en la región por su temática contemporánea, aporta a la línea de investigación en el programa de Comunicación Social por ser un tema no muy presente de la experiencia académica de los futuros periodistas. El proyecto constituye una herramienta en los estudios de la comunicación, brindando a la línea de estudio, lenguaje discurso y poder, un análisis a profundidad del proceso migratorio en los medios regionales.

Para sistematizar los procesos de migración que han atravesado los medios impresos, se tiene en cuenta que el periódico se adapta a las nuevas plataformas, que se presentan como una nueva forma de transmitir contenido noticioso, mientras que el ejercicio periodístico se mantiene inalterado, desaprovechando las características propias del medio digital. Este proyecto se sustenta en estas carencias migratorias del medio tradicional y se direcciona hacia la completa transformación digital.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

En este marco de antecedentes el lector tiene 20 trabajos a nivel internacional, en el cual, tres de ellos son precedentes de páginas de inglés. Después, cuenta con cinco investigaciones nacionales para completar el artículo. Estos estudios están llenos de data e información sobre nuevas tecnologías y estas migraciones de lo análogo a lo digital por parte de medios de comunicación alrededor del mundo. En el artículo hay proyectos de algunos países del mundo, pero la mayoría son de: Brasil, Ecuador, España y Colombia. Son países que han estado a la vanguardia de esta evolución digital de los periódicos. Este artículo está dividido en dos partes, los antecedentes internacionales y nacionales.

El documento está constituido por estudios, tesis y proyectos, que fueron viables a tomar como parte de este proceso de estudio e investigación. Estos 25 ejemplares ayudaron en aspectos académicos para reflejar y ejecutar el proyecto en una nueva y delimitada realidad. En el presente artículo se estudió y convirtió en una red de material relevante.

Dentro de los antecedentes internacionales existe una gran serie de elementos a destacar con respecto al estudio de técnicas, dinámicas y herramientas de lenguaje, desde la determinación de términos, la asignación de posiciones y acciones dentro del rubro comunicacional, hasta el impacto en la vida diaria y lo que envuelve a la sociedad.

Todos los trabajos han hablado de la transición mediática que giró en torno al periódico y patentan factores o perspectivas concurridas o también exclusivas, pero todas convergen en la necesidad de adaptación y optimización del oficio periodístico, la tarea y el gran reto es dar con

un diagnóstico concreto o lo más cercano a ello; de los cambios que se dan a raíz de la digitalización para mejorar la labor del periodista y el puesto que asumen los lectores.

A lo sumo, se pudieron identificar 20 trabajos que preceden este proyecto, los cuales se ambientaron en distintos países y sus respectivos medios estudiados, entre ellos están: Ecuador con los diarios “Impacto”, “La Barra Espaciadora”; México, España con “El País”, “El Mundo” y Argentina con estudios en campus universitario de facultad comunicacional, también destacan 3 ejemplares en idioma inglés. Cada uno de estos centrándose en la comunicación como una disciplina. Dependiente, hasta cierto punto, del contexto social que se vive y el nivel de accesibilidad a las tecnologías digitales. Siendo así, se obtuvo que, en España, país del “primer mundo” el enfoque se encuentra en la maduración de la comunicación y sus teorías.

Mientras que, en Latinoamérica, el enfoque está distribuido hacia la relación que existe entre la comunicación con su público, y como esta debe acompañar al público en el salto de medios, haciéndose cada vez más común el uso de las plataformas digitales para consumir información. En este apartado se encuentra una satisfactoria definición de lo que significa la convergencia, y como este es el concepto clave, no solo en esta investigación, sino para la naturaleza y calidad transversal de la comunicación como disciplina.

Un trabajo publicado en ‘Technology in Society’ es “Heterogeneity of traditional and digital media use among older adults: A six-country comparison” patentado por Sakari Taipale, Tomi Oinas y Joonas Karhinen en 2021. El objetivo se llevó a cabo con el estudio de la interacción de un público mayor con los medios tanto digital, como tradicional, ya que como se ha mencionado antes, el estudio de estos dos formatos va a la par, y así dar con un diagnóstico más completo, además se toca el ámbito transnacional, siendo este un trabajo proyectado en varios países (Austria, Canadá, Israel, los Países Bajos, Rumania, España) posteriormente (Finlandia).

La investigación obedeció a una metodología mixta, debido a que, a partir de encuestas en línea y modelos binomiales se suscitaron las cifras, datos que se necesitaron para recolectar la información, en el campo cualitativo se ejerció un análisis sistemático y de comportamiento con los respectivos resultados de las herramientas aplicadas, se tomó en cuenta, género, diferencia dentro del rango de edad ya mencionado, estrato y labor, que estaba delimitada a personas que trabajan o han trabajado en el sector comercial y tecnológicamente estratégico.

Los resultados que se obtuvieron fueron: una diminuta diferencia entre el género, un gran nivel de diferencia en el ámbito transnacional, el uso que se maneja en los medios digitales y análogos es un campo cerrado, ya que se están adecuando a los formatos digitales (proceso que aún continúa) y los medios tradicionales están siendo casi olvidados o bien, son menos utilizados por distintos factores. El modelo descriptivo apuntó un hallazgo casi contradictorio, los resultados varían y se tergiversan con hipótesis ya planteadas.

Se pudo concluir que lo más posible y certero es que indicaron una gran fidelidad a lo tradicional por parte de adultos mayores, si a ocio se refiere, sin embargo, las estadísticas muestran una real migración de usos y aplicabilidades a las herramientas digitales por las condiciones en las que se encuentra el público de estudio, la heterogeneidad se manifiesta dentro de todo ello, pero se desarrolla distintivamente en cada país, los resultados presentados demostraron una necesidad de continuación con el estudio debido al apartado transnacional que conlleva.

Lo que esto aportó a lo largo de esta investigación es un punto de vista distinto enmarcado en otras designaciones y elementos de estudio: rango avanzado de edad. El estudio de generaciones al ser tan amplio, ha sido más complejo y pertinente haber encontrado un trabajo referente ya realizado. A partir de aquí, se pudieron presentar las bases para nuevas investigaciones, como la

nuestra, que, a pesar de no refrendar completamente el enfoque, si brinda gran parte de atención a este, desde puntos estructurales y sistemáticos.

Continuando con este artículo, se analizó un proyecto de investigación realizado en el año del 2020 en Ecuador, Guayaquil. En este proyecto, el autor fue David Fernando Inca Arellano, y tiene como título “La transición de la prensa escrita a nuevos formatos digitales: Caso periódico Impacto, El triunfo”. Realizada en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Este trabajo de investigación mostró la construcción de los nuevos formatos de prensa escrita de la actividad impresa a los nuevos medios digitales.

Este trabajo contó con una metodología mixta, cualitativa-cuantitativa dónde se realizaron más de 381 encuestas y tres entrevistas a profesionales en la materia. Los tipos de investigación en este proyecto tuvo varios componentes, esto ayudó a tener una mayor y relevante recolección de datos. En el proyecto se utilizaron herramientas como: investigación bibliográfica, investigación exploratoria e investigación descriptiva.

Como referencia en el documento con Bradshaw, P. Se presentó un modelo para la redacción del siglo XXI. Cuadernos de Periodistas, (v.12, p.74-79, 2007). Que es un libro que ayudó al autor a tener una mejor perspectiva periodística. Contando con elementos importantes de redacción para el proyecto realizado.

Los resultados, por parte de las encuestas fueron inclinados a los medios digitales, ya que el 100% de los encuestados consideran importante y relevante un medio de comunicación digital que los tenga informados durante las horas del día. En conclusión, el autor de este proyecto sacó tres conclusiones claves de esta investigación.

Para concluir, el periódico investigado solo cuenta con una red social, y que es trabajada de una manera muy ambigua; la segunda conclusión fue, que buscan a la audiencia joven, adulta y adulta mayor y destacando los deportes como su mayor atractivo según su director; la tercera y última conclusión estuvo basada en encuesta y se constituyó que los seguidores del periódico prefieren la red social Facebook y la televisión para consumir y que le dedican menos de una hora al día.

Este antecedente tuvo acotaciones importantes para aportar, ya que en él se demostró, las formas en las que las personas perciben los medios de comunicación en la digitalización y fue de gran relevancia, ya que los resultados se pueden caracterizar y tener como guía para el proyecto en marcha.

Otro artículo que fundamentó el rumbo de esta investigación fue el de “Convergencia digital de los principales periódicos de Iberoamérica”, que se sustenta por Franklin Santín Picoita. Ecuador, 2020. El objetivo del artículo estuvo en comprender los grandes cambios, desde la labor hacia el impacto en el público, buscó cubrir la cultura iberoamericana en función de un contexto ciber mediático, el cual era la conjunción de los grandes medios tradicionales con el apoyo de la web; y así, disipar errores mediáticos para renovarlos.

Se dio una serie de métodos tanto cuantitativos, como cualitativos, que suscitaron los análisis y observaciones de estadísticas y estudios exploratorios utilizando matrices, protocolos y sistematizaciones fundamentadas en una revisión bibliográfica, observaciones web y matrices analíticas para responder a los conceptos, parámetros y variables con respecto a los medios en la extensión iberoamericana en una línea emergente por digitalización.

Como referencia en este trabajo se pudo identificar a Schwab (2016) que da hincapié a la ‘revolución tecnológica’ la presenta como “la convergencia de sistemas digitales, físicos y

biológicos.” López García (2005) quien analizó las nuevas formas de la transformación digital, en cuanto a herramientas, espacios, métodos, etc. Salaverría (2010) toma protagonismo con su concepción multidimensional de la convergencia periodística.

Los hallazgos dentro del artículo fueron las amenazas que se pueden presentar, debido a la ponencia lejana de las personas, es decir, la ausencia del componente humano dentro de los procesos de convergencia que se presentan y están por presentarse. Los smartphones y el internet, se convirtieron en necesidad básica, lo que hace a los investigadores replantearse y recapitular acerca de cada una de las convergencias y revoluciones para desarrollar nuevos rumbos investigativos.

Un principal aporte para tomar en cuenta, es que señaló la forma en que se envuelven la multi-dimensión y la multi-disciplina como principal carácter de los medios enriquecidos por el internet, los cuales ya no tienen límites de tiempo o espacio. Lo importante aquí mencionado no es el cambio o la calidad conforme a este, es que, como otros campos, puede extinguirse o puede generar extremo sosiego en el colectivo que, desde luego, esa no es la labor periodística, por eso el gran reto que se presenta es consolidar los medios, sin abstenerse a los grandes cambios y beneficios que trae la digitalización.

Siguiendo en este contexto de las salas de redacción ecuatorianas, que entró en materia laboral y sustancial, ya que el periodista debe empoderarse en el ámbito social; Se halló otro artículo titulado “Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales” originado en Ecuador, del año 2020, por sus autoras Ana Paulina Escobar y Liza Bahamonde, bajo otra perspectiva, quizá neutra y más abierta, frente a las dinámicas de trabajo que cambian conforme llega lo digital.

Adjuntó como objetivo revelar los estudios frente a grandes emprendimientos periodísticos en Ecuador, “La barra Espaciadora” y la agencia de comunicación “Orión”, a partir de allí dio paso para analizar modos generales de labor empresarial, determinar nuevas estrategias, dinámicas y herramientas tecnológicas que se manejan en los emprendimientos de periodismo y comunicación.

Con una metodología cualitativa que conllevó técnicas de entrevista con los agentes de los emprendimientos periodistas para hacer un seguimiento completamente abierto frente a los casos particulares en Ecuador, por esto no se concretaron particularidades dentro de ambos espacios. El artículo tuvo como principal teórico a Scolari (2013) que sustentó la premisa de que la adhesión de medios y redes en nuestros hábitos, repercutió en un grado extremo cómo percibimos el diario vivir, decisiones en la política y economía.

Como resultado se demostró que entrar como emprendedor del ejercicio periodístico es una apuesta por innovar, renovar dinámicas y tecnologías del sector comunicacional. El cómo se comportan las personas, hacia dónde se mueven los intereses, es una apuesta por saber llevar los medios, los contenidos y la audiencia en tiempos de torrentes de información e inmediatez de difusión, lo cual resaltó el punto más importante de la línea investigativa general, sin embargo, quedan otros aspectos por descifrar.

Concluyendo, con base en su contenido, fue un análisis paulatino de lo que se podría estar enfrentando en días futuros, es imprescindible tener en cuenta esta visión trascendental de lo social que se refleja en las nuevas formas de comunicación y transmisión mediática, que a tan grandes escalas vivenciales llega. Siendo un trabajo reciente, funcionó como material clave para emprender el presente estudio.

El siguiente antecedente tuvo como título “Las tecnologías emergentes y las necesidades sociales en el campo periodístico” que se desarrolla en México. Fue realizado por María del Pilar

Anaya Avila, Rossy Lorena Laurencio Meza, Patricia del C. Aguirre Gamboa y Carlos Eduardo Anaya Avila; en el año del 2020.

Se usaron métodos cuantitativos principalmente en el sondeo de encuestas con criterios en el rango de edad y posición a académicos, tanto egresados, como estudiantes de la universidad, a partir de aquí se evidenciaron las grandes falencias de mediación y tecnología, estrategias que no se implementan en el transcurso de los estudios y que como profesionales presentaban debilidades.

Una autora y referente muy importante para tener en cuenta es López (2020), quien señaló la importancia del proceso de adaptación en el rubro académico y así mejorar el proceso educativo, ya que mejora la accesibilidad a las nuevas estrategias y herramientas de comunicación, genera actualización, mayor alcance y rendimiento a nivel institucional. Nuevos escenarios y desafíos deben ser enfrentados, posibles nuevas revoluciones que cambiarán el rumbo y lo más importante, que es la aprehensión estudiantil, y el deber de fortalecer su preparación.

Los resultados que se contemplaron a raíz de lo anterior fueron las frecuencias de rango de edad con estándar equitativo de género que direccionaron a un elevado diagnóstico foráneo, en cuanto a los egresados, se halló que no estaban laborando en el área de la comunicación, exactamente un 79%, sin lugar a devaluar, sino desde un punto propositivo y encaminado al desarrollo de los comunicadores en formación y los que ya lo son, es necesario comprender los factores socio-económicos en los que los jóvenes se vuelven emprendedores y comienzan a recibir pagos injustos o desertar de su profesión.

Un aporte válido para este trabajo y a la vez en modo de conclusión se puede decir que, aunque este artículo planteó otra inclinación, complementó a los demás artículos para tener una ampliación bibliográfica, no es válido solo saber del periodismo o cómo se maneja, siendo ya dentro de un grupo laboral, sino también ver cómo se comportan las facultades e instituciones

frente al periodismo que gira en torno a una transformación digital, en contextos mucho más cercanos, el de los jóvenes, en su proceso de preparación y en conjunción con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Continuando, hubo otro trabajo realizado por Juan Luis Manfredi Sánchez; María José Ufarte Ruiz y José María Herranz de la Casa. Titulado “Innovación periodística y sociedad digital una adaptación de los estudios del periodismo” del año 2019 tomado de la revista Latina de Comunicación Social en España.

En él los autores tuvieron por objetivo resumir los enfoques que estructuran la investigación, asentar conceptos y proponer nuevas avenidas de investigación. Utilizando en este proceso una metodología cualitativa mediante un estudio de las principales áreas de investigación científica dentro de los programas de Periodismo y Comunicación, en donde se analizaron exámenes y publicaciones periodísticas.

Los principales objetivos y resultados están centrados en revisar el estado de la innovación periodística, resumir los enfoques que estructuran la investigación, asentar conceptos y proponer nuevas avenidas de investigación que son las principales metas de la innovación en las nuevas eras de la intercomunicación digital. Dentro de la investigación, se permitió entender cómo las dinámicas de cambio digital afectan a la economía del periodismo, cuya cadena de valor tradicional se ha desintegrado.

Entre los referentes de esta investigación, también se pudo destacar a Pérez Tornero (2016) quien propuso apostar por una alfabetización digital y mediática que garantice un uso crítico y responsable de los medios e instrumentos comunicativos. (pág. 13)

A modo de conclusión, se pudo recopilar la información de la decadencia económica por parte de los periódicos tradicionales/análogos. El cambio de la digitalización para unos periódicos no les fue favorable, por ello, se logró entender que la digitalización tiene retos importantes y se requiere no solo de material laboral, si no, de recursos económicos importantes para mantenerse a flote.

En el presente documento se incluyó también el artículo de revisión realizado por Ramón Salaverría, en enero del año 2019. Este antecedente tiene el título de "Periodismo digital: 25 años de investigación". Este fue un antecedente internacional realizado en la Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación Departamento de Proyectos Periodísticos en España. El objetivo principal de esta investigación fue mostrar las líneas de investigación sobre la historia del periodismo en la internet, las modalidades de los medios digitales, sus lenguajes y sus desafíos económicos.

Con respecto a la metodología, el autor, Ramón Salaverría, utilizó una recolección y recopilación de datos e información a raíz de entrevistas, convirtiéndose así en un método cualitativo. Como referencia se toma a Antheaume, Alice (2013) *Le journalisme numérique*. París: Presses de Sciences Po. Un periódico parisino que ayudó al autor con los datos de este proyecto.

Como resultados y conclusiones, el artículo empleó la información necesaria para contextualizar a un lector interesado en la historia de la migración del periodismo impreso al periodismo digital. El aporte principal de este antecedente es la información y la data histórica con respecto al periodismo, ya que toda esa información se puede tomar y ayudar a realizar una descripción del problema contundente porque contiene los conceptos y los datos necesarios para ello.

Para dar continuidad, la investigación de Felipe Castro, titulada “Los periódicos en el dinámico ecosistema digital: Estrategias para un modelo de rentabilidad” en el año 2017, se publicó en la Universidad de San Andrés, Argentina. El objetivo de este buscó entender el contexto de los medios en la era digital, y particularmente la influencia de las plataformas móviles, e identificar estrategias exitosas, soportadas por un importante componente de innovaciones tecnológicas.

Para ello, se empleó una metodología cualitativa, el cual fue analizar los medios que se han adaptado a la era digital. Como referente teórico tenemos a Bhrat Rao (1999), quien describió el comercio digital de la siguiente forma: Business to Business (B2B); son intercambios verticales entre empresas que se caracterizan por eficiencias en costos y la escala. Business to Consumer (B2C); que incluye comercio minorista físico y online, así como marketing directo basado en la información sobre los hábitos de los consumidores.

Consumer to Consumer (C2C); esta última categoría se refiere a los servicios personalizados y otras formas de intercambio entre consumidores, incluyendo comunidades en línea, foros y grupos (pág. 17,18). Es por ello, que esta investigación obtuvo como resultado que los periódicos gracias a los avances tecnológicos han tenido grandes cambios, que no solo ha influido en su forma de transmitir información, sino también en su público, es más rápido, rentable y eficiente.

Esta investigación fue de exponencial importancia para el crecimiento teórico del estudio en curso, pues nos permitió evidenciar un camino diferente a la desaparición de los medios análogos, esto nos aportó una alternativa que podría resultar similar al papel que hoy cumple la radio para la televisión.

En este mismo rubro, Pastora Moreno Espinosa, autor de “Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo”, investigación del año 2017 realizada en la Universidad Sevilla, España, esta investigación habló sobre la aparición del internet en los medios de comunicación y cómo han sido los cambios que han experimentado a partir de entonces, donde se evidencia una evolución en la investigación, producción y difusión de información de los medios.

El objetivo principal de la investigación fue analizar y comparar el estilo y los contenidos de las ediciones digitales de dos de los periódicos nacionales más importantes de España, “El País” y “El Mundo”, así mismo, aspectos comunicativos del periodismo y la comunicación, además, analizar cómo se crean contenidos, cómo se realizan y la estructura de los mensajes que transmiten en la sociedad.

La metodología que se utilizó en esta investigación fue cualitativa y cuantitativa, se seleccionaron dos medios El País y El Mundo de España y se han analizado, también se ha realizado una revisión bibliográfica conceptual sobre los enfoques de ambos medios digitales desde su perspectiva comunicativa, para esto se hizo una lectura comparada de diferentes diarios para conocer las diferencias de estos dos periódicos con los otros.

Un autor a destacar es Gillmor (2004) ya que señaló que “nada tienen que ver con lo periodístico, no es menos cierto que un buen número de ellos abanderan hoy día un nuevo modo de información social que se ha dado en llamar periodismo participativo”.

El resultado de la investigación demostró que los periódicos mantuvieron una relación en la edición impresa y digital, sin embargo, se pudieron evidenciar diferencias, ya que en lo impreso se publicaban menos noticias y en lo digital el texto era más directo, pero de todos modos siguieron con la misma estructura, así mismo estos periódicos transmitían en las noticias y artículos,

enfoques de la realidad en diferentes puntos de vista a la sociedad, generando opinión de acuerdo a la información que proporcionan.

Este trabajo le ofreció a la investigación una experiencia en cuanto a la digitalización de los periódicos El País y El Mundo, ya que se analizó a profundidad las diferencias en lo digital y en lo impreso, concluyendo a resultados sólidos que demostró la convergencia digital que ha tenido, así mismo; se relacionó con el contenido que necesita la sociedad y cómo han hecho los periódicos en cuanto a la claridad y objetividad de su información.

Finalmente, se puede decir que el periodismo, y de manera específica, en el ámbito impreso, es una de las profesiones más propensas a tener cambios conforme avanza la tecnología, ya que a pesar de que la imprenta ha dominado al mundo por años, estos últimos han tenido cambios significativos que ponen en duda su paradero, por otro lado, hay que reconocer que ha sabido adaptarse para seguir siendo un elemento indispensable en la sociedad. El nuevo periodismo digital ha tomado fuerza, sin embargo, es una adaptación del escrito en el ámbito digital.

Situada en España en el año 2017, Belén Galletero Campos planteó su tesis llamada “Del periódico impreso al diario digital: Estudio de una transición en Castilla-La Mancha” en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla La Mancha. El objetivo principal de la tesis fue determinar por qué Castilla La Mancha es la primera región de España donde murió la prensa escrita, donde se describió la transición al periodismo digital, basada en la experiencia y análisis. La metodología utilizada fue mixta, y la investigación se divide en seis capítulos.

El referente Micó, et al. Mencionó que “la polivalencia y la capacidad multimedia definen al nuevo periodista, a la vez que excluyen al profesional tradicional del actual sistema de producción en las empresas más modestas, pequeñas, jóvenes o dinámicas. Es más que una tendencia, es una modificación esencial” (Micó, et al., 2015:515).

El resultado de la tesis se basó en la identificación de los factores que determinan la desaparición de la prensa impresa en Castilla-La Mancha una de ellas tuvo que ver con las características geográficas y demográficas, las características socioeconómicas y, por último, el nivel educativo y consumo cultural. También se pudo resaltar que se debió al hecho de que en los últimos años la prensa escrita ha perdido fuerza y los jóvenes ya no se interesan por adquirir periódicos o revistas, si tienen a su disposición un teléfono celular donde es más accesible la información.

Para concluir, como lo reveló la tesis, son varios factores que influyen en Castilla-La Mancha y su desvinculación con la prensa escrita, sin embargo, se pudo entender que los medios digitales han sido no solo una competencia directa de la prensa, sino también una oportunidad para adaptarse a una nueva era.

Esta tesis le ofreció a la investigación un conocimiento en parte del proceso que ha tenido Castilla-La Mancha, su transición a los medios digitales y mayoritariamente los factores que influyeron para que la prensa escrita desapareciera, así mismo, es primordial entender que la adaptación a las nuevas tecnologías no es un problema, sino una oportunidad de cambio, sin embargo, pueden presentarse dificultades como el acceso a computadores e internet que interfieran en este proceso.

Ahora bien, continuando con el bagaje referencial, se halló un proyecto de investigación ejecutado en Ecuador, específicamente, en la Universidad de Guayaquil. Este proyecto fue realizado y llevado a cabo en 2017 por Belisa Noemí Pareja Rendón y tiene como título “Análisis estratégico para la creación de un periódico digital comunitario en la parroquia Junquillal cantón Salitre 2017”.

Este trabajo tuvo como objetivo general, evaluar la pertinencia de un periódico comunitario digital que permita la comunicación y la participación comunitaria en la parroquia Junquillal en el país de Ecuador en Sudamérica. Los objetivos tuvieron la responsabilidad de responder un interrogante, que es la justificación de este proyecto y la pregunta es: ¿La carencia de un periódico digital comunitario no permite una comunicación participativa entre los pobladores de la parroquia Junquillal del cantón Salitre?

Esta investigación trabajó con una metodología mixta, que fue desarrollada por encuestas, entrevistas y con variados métodos, tales como: método descriptivo, método inductivo, método deductivo y varias técnicas de investigación que ayudaron al progreso del trabajo y a que se convirtiera en un trabajo más elaborado hablando del contexto académico.

Como resultados, en el análisis se llegó a la claridad de que, en esta sociedad ecuatoriana, un periódico digital comunitario sería de gran ayuda para el desarrollo de la comunidad y que esto, a su vez, se vincularía con una labor en conjunto para incentivar a trabajar por el turismo. El presente trabajo ayudó a entender la relevancia de la digitalización en el mundo periodístico y se evidenció que podría ayudar con el trabajo que se quiere realizar tomando algunos de sus métodos para la sistematización del trabajo de investigación.

Las autoras María Gonzales, Nancy Ulloa, Viviana Galarza por su parte implementaron un estudio encontrado dentro de una base de datos de la Universidad de La Laguna en abril de 2016, en Ecuador titulado “Origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador”, este mismo tenía como principal objetivo investigar el surgimiento de los medios digitales para reconocer los procesos históricos de la inserción de las TIC en las sociedades tradicionales de Imbabura y Carchi, ubicadas al norte de Ecuador.

Se hizo utilidad de una metodología mixta y cuya población de estudio está basada en 17 diversos medios de tipo tradicionales, haciendo utilidad de 6 medios nativos digitales. Para ello se dio la aplicación de diversos instrumentos, algunos de estos fueron: entrevistas, datos estadísticos, análisis contextual y esto tuvo como ilación final que la comunicación es un proceso dinámico, inevitable, irreversible y bidireccional. Seguido de esto, se tomó como referente al editor web del diario El Norte, Ricardo Cifuentes (2014), quien afirmó que el inicio del periodismo digital en Imbabura fue a mediados del 2011, año en el cual se empezaron a utilizar las redes sociales para compartir información a sus seguidores de Imbabura y Carchi.

Como resultados, este diario fue el primer medio de comunicación regional que creó su propia página web, en el año 2003; se insertó en Internet con una página obsoleta, donde solo se podían subir de tres a cinco noticias diarias. Se concluyó que de esta manera la incorporación de este análisis suele ser beneficioso para el estudio porque permite corroborar e infundir información veraz y confiable para tomarlo como respaldo investigativo. Debido a sus metodologías cuantitativas, y traducción de los resultados a datos cuantificables.

Dándole continuidad a esta temática, de la transición de lo análogo a lo digital. En octubre del 2012, el profesor de medios y comunicación Terry Flew, realizó un artículo titulado “The digital transformation of 21ST century news journalism” realizado en la Universidad tecnológica de Queensland. Básicamente, el objetivo principal de esta investigación fue argumentar cuáles han sido los cambios más significativos en la profesión del periodista y el periodismo. También acotando los desafíos que tienen que afrontar para llevar a cabo un periodismo de calidad ya que, según su investigador, Terry Flew, asegura que el periodismo ciudadano no llena el vacío dejado por la retirada del periodismo tradicional.

La metodología que se empleó fue cualitativa, ya que, el autor buscó recursos en otros artículos, tomándose como referencias y así poder ir construyendo su trabajo investigativo. Para cerrar la idea, se puede entender que este antecedente introdujo y dio herramientas de elaboración para el proyecto que se llevó a cabo, ya que estuvo muy vinculado al cambio y las características principales que han tenido que replantear los periódicos en la digitalización.

Otro referente que se tomó para este artículo fue, a Daniel Hallin, en el que tuvo gran participación en una revista tratada sobre “La nueva era de los medios impresos” en esta, contó detalladamente la participación de los medios en plataformas digitales y la actualizada manera de hacer periodismo para la el público en general.

En resultados de la investigación, los medios de comunicación han tenido que trasladarse a lo digital, enfrentando los grandes retos que eso trae de la mano, ya que, según lo planteado en este artículo de investigación “muchos medios de comunicación se han visto perjudicados por cambiar su estilo de hacer noticias” (pág. 7). De esa forma, se evidenció cuál ha sido el proceso de cada uno de los canales. Pero, todos apuntando hacia la misma dirección, la adaptación de lo análogo a lo digital.

El aporte principal de este artículo, fue el vínculo tan cercano que tiene con el proyecto que se quiere realizar, porque el autor de este proyecto le mostró al lector los procesos, cambios y características que implicó la migración del periodismo, y de los periodistas con la llegada y aparición del periodismo digital.

Adjunto a esta recolección de artículos, se tuvo el trabajo propuesto por Juan Pablo Hamada, titulado: “Estudios sobre periodismo digital: Ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias”, publicado en la revista *Aposta*, Revista de Ciencias sociales. España, en el año 2013. Para el autor, el objeto de estudio fue el periodismo de la era digital,

mediante un enfoque investigativo de carácter Cualitativo, en el que analizó los diferentes medios informativos audiovisuales con tal de encontrar las configuraciones que asumen los medios para la digitalización.

El autor enmarcó su trabajo destacando el marco teórico de Vincent Mosco, quien llamó la atención sobre la “amnesia histórica” que caracterizó la exaltación digital. Señaló que este entusiasmo es característico de los nuevos dispositivos técnicos. Y recordó las grandes capacidades transformadoras que se depositaron sobre el telégrafo, luego la radio y la televisión.

Como resultados, en estos estudios surgió la necesidad de leer las prácticas vinculadas al poder, el trabajo colectivo y la búsqueda de otros modelos de ejercer el periodismo con los nuevos medios. El autor de la investigación presentó cómo, las nuevas herramientas digitales y las nuevas formas de producir información brindan una mayor libertad de prensa. Dado que ahora estamos inmiscuidos en una época donde comunicar es más sencillo que nunca.

En conclusión, se destaca que este estudio sirvió como un sustento puesto que se acercó mucho a la temática que existe dentro de la investigación en curso, pues se dio abordaje a todos aquellos sustentos en materia de información significativa para el crecimiento teórico a nivel personal y profesional en cada uno de los autores de esta investigación.

Continuando así, Juliana Castellano Díaz, quiso saber e investigar cuáles fueron las transformaciones y los cambios que los periódicos y los medios de comunicación han tenido por medio de esta nueva era digital. Para esto realizó la investigación que tituló “De lo impreso a lo digital, la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales”. Investigación que fue ejecutada en el 2011 y que tuvo proceso y desarrollo en Ecuador, en la Universidad de los Hemisferios.

La metodología utilizada en el trabajo de investigación fue planteada por Lluís Codina, profesor de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Se utilizó una metodología cuantificable que se tabuló dividiendo cuatro tablas, divididas en los términos estudiados anteriormente que son la multimedialidad, hipertextualidad, interactividad y la universalidad.

Este trabajo fue elaborado en los periódicos de habla hispana más importantes, periódicos como: eltiempo.com y el espectador.com de Colombia; eluniversal.com, y el nacional.com de Venezuela; elcomercio.com y eluniverso.com de Ecuador; elcomercio.pe y larepublica.pe de Perú; la prensa.com y padigital.com.pa de Panamá.

En conclusiones y resultados se llegó a finalidades interesantes y una de ellas fue que la interacción con el público y los medios es mucho mayor, esto se puede ejemplificar con las redes sociales. En las redes sociales, las personas pueden interactuar con comentarios, likes, etc. También se llegó a la conclusión de las modificaciones lingüísticas que han tenido los periódicos, y en las personas no solo han tenido cambios lingüísticos, sino también de las estructuras mentales de quienes construyen y consumen información. Ya que la información no se consume de la misma manera, es un nuevo contexto que ha estado modificando el comportamiento humano y lo seguirá haciendo ya que la tecnología y el avance son unas técnicas ya muy absorbidas por los medios análogos, y, sobre todo, digitales.

Continuando con la misma autora, Juliana Castellano Diaz, se analizó otro trabajo de su repertorio, titulado “De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales”. Publicado en la Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador. En el año 2011. El cual tuvo por objetivo indagar sobre las modificaciones más sustanciales que han sufrido los principales periódicos de Colombia y sus países vecinos, en sus plataformas digitales. Frente a una serie de exigencias sociales en la época de la información.

El análisis a los periódicos más influyentes sobre el terreno fronterizo, se realizó usando una metodología cualitativa, en la que se estudiaron las técnicas de investigación periodística y presentación de la información que estos medios usan, una vez adoptado el espacio digital. Cuestiones como la extensión de la información; la transmisión de la misma en espacios digitales, y la presentación expés de la información en un entorno cambiante conformaron los análisis de Castellanos.

Como referencia, también se sustentó bajo el marco teórico de José Álvarez Marcos, profesor de la Universidad de Sevilla, quien planteó que el nuevo discurso cibernético, propio del ciberperiodismo, mostró cinco características definitorias que condicionan tanto la estructura redaccional de las informaciones, como su presentación visual y gráfica que son: Multimedialidad, Hipertextualidad (A su vez fundamentada mediante la teoría de juegos de John von Neumann), Interactividad, Universalidad e Instantaneidad.

Los resultados de la investigación probaron el desarrollo de una nueva prensa que, pese a ser inmigrante, hace un importante esfuerzo por transformar su lenguaje, sus ritmos de producción, sus lógicas de construcción de información, la manera de visualizar y consumirse, por lo tanto, su manera de relacionarse con los receptores. La escritura y las imágenes estáticas siguen constituyendo el lenguaje de los nuevos medios; Los periódicos limitan las opciones de micro y macro navegación; no obstante, la interacción con el público aumenta debido al vínculo que se genera entre éstos y los emisores a través de las redes sociales.

Esta investigación resultó útil para el trabajo investigativo debido a que se tuvo en cuenta que los medios de comunicación tradicionales poseen una larga trayectoria de credibilidad y confianza, sin embargo, estas pierden terreno frente a la inmediatez de los medios digitales, que ganan ventaja conforme las generaciones cambian siguiendo su curso natural.

Asimismo, en el trabajo titulado “Nuevos Perfiles para nuevos Medios” se centró en un trabajo creado por el docente Jesús M. Flores Vivar, publicado en Madrid-España en marzo del 2010, así como el título lo menciona, Jesús M. Flores Vivar, muestra por medio de su tesis los nuevos perfiles que puede tener un periodista en la era digital y actual.

Se afirmó que el protagonista de esta evolución es el “internet” este ha sido el medio que ha marcado durante varios años una diferente mirada a las personas y que marcará cada vez más, debido a la constante evolución de la tecnología, incrustándose en nuestra cultura desde que nacemos. Por consiguiente, un periodista debe aprender a saber investigar y no solo dejarse llevar de lo superficial, por ejemplo, si en una puesta al aire el periodista comunica de manera inadecuada, los receptores no tomarán la información y esa persona y canal perderá credibilidad.

Cabe resaltar que la metodología empleada fue cualitativa, se emplearon encuestas y entrevistas a periodistas sobre sus perfiles adoptados en esta convergencia digital y a un grupo de docentes interesados en la investigación y transformación de medios digitales. De ahí se sacaron los instrumentos para consolidar la información que se va a plasmar en la tesis, tomando en cuenta las miradas y aportes de cada uno de los entrevistados.

Concluyendo, es importante destacar que esta tesis fue de gran importancia para nuestro tema de investigación, porque se mencionó ese avance significativo que se ha generado en las culturas de las personas por medio del internet, involucrándose directamente en la vida de todos, adoptado y dándole mayor uso a lo digital y dejando a un lado el formato análogo, y esto es por la facilidad y el alcance que tiene en las comunidades.

Este trabajo de investigación aportó información de valor al tema a investigar, porque lo que se busca es investigar minuciosamente los avances que han tenido los medios de comunicación

con la tecnología. Y este trabajo contó con características tanto de sistematización como de metodologías importantes que forman parte de la guía al trabajo a realizar.

En continuidad con lo anterior, esta tesis fue publicada por autoría de Samia Benaissa Pedriza, que se tituló “Medios impresos o digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital”. Básicamente, el objetivo principal de esta investigación fue realizar un análisis detallado sobre la crisis de los medios escritos, buscando posibles soluciones que puedan contribuir a esa difícil situación.

La metodología que se empleó en la tesis fue un estudio cualitativo y descriptivo, específicamente en la observación directa, revisiones bibliográficas que pudieron referenciar y complementar conceptualmente, investigaciones científicas tomadas desde los últimos 10 años y también gran variedad de fuentes documentales en áreas como, académicas, periodísticas, económicas y sociales.

Como resultados, al hablar de ese avance que ha tenido el periódico desde la creación de la empresa, convirtiéndose en el siglo XIX en el principal medio de comunicación en los países más evolucionados. Desde ahí, no solo se publicaban noticias, también reportajes, crónicas, editoriales etc. Lo que generaba un número considerable de audiencia y todo esto fue debido a la evolución incipiente de la tecnología.

A modo de conclusión se puede ver, cómo a medida que el tiempo transcurre todo va evolucionando, cambiando y para aquellos que tienen costumbres “antiguas” adaptarse a lo actual. Gracias también a la revolución industrial se tuvo mayor alcance a las personas, posibilitando la comercialización de nuevos inventos creados al paso del tiempo.

En otro antecedente, estuvo presente el trabajo de Ramón Salaverría José y Alberto García Avilés. Titledo como: “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. Publicado en la revista Trípodos, número 23. Barcelona, España. En el año 2008. En él, ambos autores se propusieron como objetivo proporcionar una perspectiva de descripción general a los cambios que pueden dar forma al periodismo en el futuro. En este análisis, varias oportunidades y amenazas son identificadas, considerando los desafíos que la convergencia tecnológica plantea a las empresas de medios y, en general, al periodismo como profesión.

Su población de estudio se centró en los profesionales del periodismo y la comunicación, así como los medios en que ellos se desempeñan. Ocupando una metodología de carácter cualitativo, realizando un análisis del discurso donde se identifiquen las características y naturalezas del razonamiento periodístico en las nuevas épocas de la interconexión.

Los autores reconocieron como referentes teóricos una serie de escuelas de pensamiento que definen la convergencia como un fenómeno sistémico (Flynn, 2000; Killebrew, 2003; Gordon, 2003; Jenkins, 2004; Singer, 2004; Klinenberg, 2005). Principalmente a Cham-Olsted Killebrew (2005) y Lawson-Borders (2006). Todos estos estudios, a pesar de concentrarse en aspectos concretos de la convergencia, partieron de una concepción de la convergencia como un fenómeno orgánico, propiciado por la interrelación de diversos factores no exclusivamente tecnológicos.

Para concluir, los autores analizaron que los condicionantes de la producción informativa en el entorno de convergencia pueden incidir en el debilitamiento de estándares periodísticos tales como la veracidad, la exactitud y el rigor. Y terminan definiendo la convergencia como: Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de

los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados.

La importancia de este antecedente para el trabajo investigativo, residió en los múltiples marcos y definiciones que nos presentó sobre la convergencia. Así como brindó una definición estudiada de lo que significa la convergencia, que se produce luego de entender y relacionar a los demás autores de manera enfocada. La tecnología digital favorece la integración de funciones que antes estaban separadas en el proceso de producción informativa, por lo que los periodistas asumen las tareas de grabación y edición (hasta hace unos años separadas), y se incrementa la automatización de tareas y servicios.

Finalizando, se contó con un trabajo realizado por Markku Sääksjärvi y Teemu Santonen titulado: “Evolution and Success of online newspapers – an empirical investigation of goals, business models and success”. Publicado en la universidad de estudios económicos, departamento de administración. Helsinki, Finlandia. Año 2003. En él los autores concibieron como objetivos, evaluar y analizar los medios y estrategias utilizados por los principales periódicos y medios de información en el proceso de transformación a lo digital.

Los autores tomaron como objeto de estudio los ejemplares más exitosos de la industria publicitaria y de la información, esto con el fin de reducir el panorama de estudio, haciéndolo más estable y entendible, para analizarlo mediante un proceso de estudio mixto. Estudiados mediante análisis del discurso y las estrategias comunicativas, posteriormente puestos con bases de datos para obtener resultados estadísticos fríos.

Para poder especificar, realizar hipótesis y obtener resultados contables mucho más precisos, los autores basaron su trabajo en el marco de las teorías previamente establecidas para medir el éxito de las campañas y estrategias de comunicación.

Especialmente utilizaron las ideas y estrategias de evaluación de propuestas y testeadas por Venkatraman y Rajanuman (1987). Las cuales se basaron en probar tres hipótesis diferentes: La primera, se usa para validar los conceptos básicos del modelo y su estrategia. Y las últimas dos, para comprobar y explicar el éxito obtenido por la publicación.

Para concluir con el apartado de los antecedentes internacionales, se llegó al análisis de que la mayoría de autores centraron sus estudios en la transformación o maduración sufrida por el periodismo en pro de adaptarse al ambiente cambiante de las nuevas tecnologías, desarrollando en el proceso nuevas definiciones y maneras de entender la comunicación y la transmisión de información.

Igualmente, es de notar como la mayoría de los autores sustentaron sus trabajos bajo el marco de una investigación o análisis cualitativo. Donde estudiaron el discurso o las estrategias comunicativas de los actores que movilizan los medios de información. También se logra identificar un análisis cualitativo al público, pues si bien no es el centro de las investigaciones, es innegable reconocer como formaron parte importante del enfoque periodístico, y como el periodismo se mueve donde se encuentre el público. Recalcando la importancia social de los medios, y las responsabilidades de estos para transmitir la información, ahora que el público se encuentra interconectado permanentemente.

Sin embargo, es notable como la mayoría de estos análisis se realizaron en un momento donde los medios digitales, así como las redes sociales que se lograrían conformar en el internet, estaban aún en etapas tempranas. Dejando de lado temas como la sobreexposición del público a la información, la desinformación que se puede cometer por responder a la inmediatez, y las nuevas responsabilidades del periodismo frente a un público, en su mayoría, más desinteresado y acomodado.

En lo internacional se analizaron distintos antecedentes que relacionan con los medios digitales, la prensa escrita, las diferentes transformaciones que han tenido a lo largo de los años y cómo han sido estas, por eso mismo se situó en países como España, Ecuador y México, donde se pudo apreciar diferentes factores que han influido en el cambio que ha tenido el mundo con respecto a la información, al periodismo escrito y la transición a lo digital.

Como conclusión se distinguió que, los análisis de datos, que cubren los niveles nacional y regional, de los periódicos digitales en un país con una infraestructura nacional bien desarrollada, revelaron que los periódicos en el medio digital fundados por las editoriales tenían varios objetivos genéricos diferentes. Tanto para la versión digital nacional como para la regional, el objetivo individual más importante fue siempre apoyar y fortalecer la versión impresa del periódico.

Entrando en estudios más cercanos, este artículo tiene en su estructura, cinco antecedentes nacionales que han estado sosteniendo y reforzando el trabajo. Los estudios en esta parte del artículo, son el complemento para tener en cuenta al realizar el trabajo de investigación. La mayoría de estos estudios son realizados en Bogotá por parte de instituciones superiores.

En resumen, los estudios conseguidos por los siguientes investigadores contribuyeron a definir el marco teórico y metodológico propio, brindando una plataforma para enfocar el desarrollo de la temática; La era de la digitalización e información, y las estrategias efectivas con las cuales los medios análogos han realizado el salto (convergencia). Es de notar que, en las investigaciones realizadas en territorios nacionales, se brinda mucha más atención a las relaciones que se construyen entre el público y el medio, junto a las herramientas cognitivas de los comunicadores.

Continuando con este apartado nacional, se presentó la tesis de grado titulada “La transformación digital en los medios de comunicación tradicionales”, realizada por Erika Paola

Sánchez Flórez magister en mercadeo Digital, publicado en la Universidad EAN, Bogotá-Colombia en el año 2020. Dicho estudio habló sobre la transformación de los medios de comunicación y sus procesos de elaboración y publicación de contenidos, gracias a la evolución de la tecnología, influyendo en la vida de los individuos.

El principal objetivo de la tesis fue investigar cuales son las razones por las que se ejecutó el avance de los medios de comunicación, aquellos motivos que han dejado a un lado lo análogo o tradicional y han iniciado ese proceso de adaptación de lo digital. Se llevó a cabo una metodología cualitativa, realizando entrevistas a periodistas colombiano sobre el desarrollo del periodismo en los medios digitales, en contraste con el modelo de comunicación que hoy día desempeña la era moderna.

Asimismo, se puede decir que probablemente los hábitos de consumo digital que se van venido generando en la audiencia, de la mano con los desarrollos tecnológicos, han impactado de manera positiva los métodos implementados en los medios de comunicación tradicionales para la transmisión de sus contenidos, direccionados al público receptor.

Como resultado, se entiende que, al momento de dar alguna información, debe existir una buena relación con el emisor y el receptor, ya que, si ese mensaje no es claro al público, no va a generar el mismo impacto y va a crear desinformación e interrogantes en los ciudadanos, es importante al momento de transmitir, primero estudiar al público específico que al que se dirige, ya que, los medios están obligados a adaptarse a los escenarios donde se encuentra el mercado.

A modo de conclusión, se pudo inferir, que es una herramienta de gran utilidad al tema de investigación porque se menciona la innovación que ha traído la tecnología referente a los medios de comunicación llevándolos a un universo digital. apuntando a la misma dirección, que es adaptarse a los cambios culturales y a la evolución que esto conlleva.

Para el siguiente antecedente, se contó con la autoría de William Ricardo Zambrano Ayala, el documento es un artículo que tiene como titulación “La transformación de los medios de comunicación. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo”. Este documento se realizó en Colombia y fue desarrollado en el 2017 y cuenta con una extensión de 16 páginas que analizan algunos periódicos en Colombia en el rubro digital, este artículo tiene palabras claves como: Convergencia, competencias, periodismo, digital, medios, TIC.

El proyecto contó con una metodología que está constituida por la metodología cualitativa y la metodología cuantitativa que están desarrolladas específicamente por encuestas y entrevistas que se le realizaron a empresarios, periodistas, productores, editores, directores y docentes de programas de Comunicación y Periodismo. Esta metodología está dirigida hacia los tres periódicos y medios principales y con mayor audiencia de Colombia que son: Caracol tv, Caracol Radio y el periódico El Tiempo. El artículo se basó en la hibridación basada en la convergencia digital y el impacto que ha causado y las transformaciones que se han desarrollado por motivos de la digitalización y los nuevos métodos de comunicación que han aparecido.

En resultados, se evidenció una mejora en transformación notable, positivamente, para los medios en el rubro de la economía, la plusvalía aumentó y esto hizo que poco a poco los medios le dedicasen mucho más tiempo y presupuesto a la digitalización. Se notó (según el artículo) una paulatina extensión de los medios análogos. Los contenidos fueron bajando de calidad y se califica de obsoleto el contenido de estas plataformas que ya tiene una audiencia de adultos mayor y una audiencia muy baja en comparativa con los medios digitales que en el presente están en el auge de la tecnología y tiene mucho potencial para seguir creciendo en los medios de comunicación.

Como conclusión, se evidenció que la convergencia que produce estas transformaciones en los medios de comunicación no fue lo mejor para estos medios y dándose cuenta del avance

tecnológico que habían tenido otros medios, tuvieron que iniciar y desarrollar estrategias que empezaran a vincular estos medios con la tecnología. En otras conclusiones, se determinó que lo que detonó el cambio fueron los factores económicos y tecnológicos. Esto confirmó que los nuevos perfiles periodísticos van a estar trabajando más con tecnología y dispositivos tecnológicos, y esto hará que se ubiquen en el lugar más central en los procesos de información.

Con la misma importancia, se contó con una tesis realizada por Juliana Castellanos Diaz, llamada “De la tinta a los bits, Análisis de la transición de los medios impresos análogos al ambiente digital”, esta fue publicada el 7 de febrero del 2011 en la Universidad de Medellín. Esta tuvo resultados en el proceso de investigación que prueban el desarrollo de una prensa escrita a ser trasladada a lo digital, cambiando su lenguaje, su ritmo de producción y su lógica de construcción de información.

Es importante destacar que la metodología que se empleó fue cuantitativa, utilizando encuestas y documentales. Esto ayudó a analizar y evaluar los resultados en el medio digital, y se encontraron que con los siguientes términos: multimedialidad (representación de la información) hipertextualidad (acceso a la información) interactividad (comunicación entre el receptor-emisor) y universalidad (proceso de adaptación a lo moderno).

Según los resultados obtenidos, el 40% de los encuestados entre los 45 y 65 años, prefieren los medios de comunicación tradicionales, debido a que se les dificulta dominar esta era digital. Por lo que es completamente normal, ya que, la gran parte de su vida han empleado diarios físicos, Tv análoga y mínimo uso del internet. En consecuencia, según estudios los diarios más interactivos que han sido transformados al entorno digital son los colombianos y venezolanos, y esto es un aspecto positivo, porque promueve el comercio y hace que crezca este medio y que exista la creación de diferentes periódicos. Finalmente, lo más importante es encontrar el perfil con el que

un colectivo se pueda identificar, apoyar esta transformación, y darle el mejor uso al periódico digital.

Esta investigación aportó al estudio a realizar, porque se observó esa evolución a la que han tenido que enfrentarse los medios, siendo inmigrantes, pero realizando un gran esfuerzo por transformar la manera en que se comunica, la parte audiovisual se cambió un 80% siendo así, un perfil distinto de visualización y, por lo tanto, su manera llevarle a los receptores, dejar ese impacto positivo que todo medio de comunicación debería tener.

“La transformación digital de los medios de comunicación: entender el negocio digital para generar valor” de Adriana Molano Rojas, ubicado en Bogotá, Colombia, año 2019, artículo de la Universidad Observatorio de Cultura y Economía, donde en él, se habla del papel que cumplen los medios de comunicación hoy en día, más que todo enfocado en la transformación digital entendida como resultado de la globalización.

El objetivo principal fue entender la transformación digital de los medios de comunicación, donde se señala que este ha sido un propulsor y un resultado de la sociedad donde se pueden evidenciar múltiples cambios desde económicos hasta tecnológicos. Partiendo desde el lado histórico se mencionaron los diferentes factores que han influido en el proceso, hasta el punto de llegar a la transformación digital donde se reconoce a la tecnología como una herramienta.

La metodología utilizada fue mixta, se pudo observar la investigación en el documento en parte de los antecedentes, así mismo combinó datos cuantitativos y cualitativos, sin embargo, predominó la recolección de información enfocándose en la transformación digital de los medios de comunicación y cómo han afectado a la sociedad globalmente.

Un referente a destacar fue Osterwalder (2010), quien definió en su libro “Generación de Modelos de Negocio” que “Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que describe el fundamento de cómo una organización crea, entrega y captura valor”. (pág. 14)

Se pudo concluir con este artículo que el panorama de los medios de comunicación y, en general, de las industrias culturales y creativas en contextos de transformación digital puede ser tan alentador como cada uno de ellos esté dispuesto a entender y a visionar, así mismo que la transformación digital ha sido clave para los medios de comunicación que se han adaptado a las nuevas tecnologías volviendo su información más rápida y eficaz.

Este artículo aportó a la investigación todo lo relacionado con la transformación digital englobada en los medios de comunicación, así mismo hizo referencia a los antecedentes de cómo comenzó la era digital y a su vez como se ha relacionado con la economía y cultura. Por otro lado, enlazó a la tecnología con el desarrollo, enfocándose en la búsqueda de estrategias para una visión más amplia en todas las áreas.

Otro estudio que procedió de Colombia es el “Pemo: Periodismo móvil cafetero. Una mirada al uso de dispositivos móviles en tres salas de redacción del Eje cafetero colombiano”, fue incremento de parte de Ricardo Bustamante Echeverry y Franklin Molano Gaona en el 2020, como primer paso está lo que ya se ha venido hablando, el proceso de transformación e innovación del periodismo y las TIC.

La investigación-creación realizó talleres de registro y post producción con utilidad de los dispositivos móviles que aquí se establecieron como prácticos y ligeros, sin abandonar el manejo de la calidad en los contenidos, enfatizando los grandes medios del Eje Cafetero, todo esto alimentó una metodología intrínsecamente cualitativa, en la que se utilizó una serie de encuestas a

los periodistas sobre dispositivos que manejan y contenido que crean o difundan, sin dejar de lado el cómo lo hacían.

Después de eso están las formas de interacción y comportamiento como índice social, por lo tanto, la investigación centró su objetivo en plasmar la relación que tienen los medios emergentes con los tradicionales en un contexto específico, el de Colombia, así mismo, mostrar los usos y aplicaciones en las salas de redacción del Eje Cafetero Colombiano: La patria, de Manizales; El Diario, de Pereira; y La Crónica del Quindío, de Armenia.

Con estas características, los resultados apuntaron a la exposición de operaciones, grados de redacción y el manejo de equipos de convergencia en la multimedia y digital, haciendo comparación entre los tres periódicos y estos hallazgos arroja otras cuestiones que tiene que ver con que, si todos utilizan dispositivos y aplicaciones alternativas para producir y crear, es por motivos económicos o falta de apropiación, falta de interés u otros motivos que dan paso a que suceda esto.

Concluyendo así, que en dichos equipos se concentran las grandes mesas de discusión, en otras investigaciones se ha evidenciado que los medios y producciones alternativas ayudan a las minorías o grupos desestimados a desarrollarse en conjunto y resurgir dentro de los procesos mediáticos y comunicativos, abre espacio a nuevas investigaciones y en esta no se aleja tampoco.

Lo que esta investigación brindó al proyecto, es la demostración de que esta es una cara recursiva que puede quedar en contraposición con el carácter profesional, sin embargo, es válido abordar la investigación desde un punto crítico y es interesante cómo la línea emergente e innovadora se vuelve principalmente alternativa debido al margen de alcance, pues los dispositivos móviles ahora son los equipos de producción y difusión.

Por otro lado, finalizando este apartado nacional, las metodologías que se emplearon fueron diversas, cualitativas, cuantitativas y mixtas. Asimismo, se evidenció, que esta adaptación a la tecnología ha sido contemporánea en todos los países, claro está, que en unos surgió este cambio primero que, en otros, siendo así que depende del desarrollo y la accesibilidad que tenga cada uno de los territorios.

Sin embargo, la intencionalidad que se logró reflejar, es que todo lector al analizar este artículo, conozca y tenga mayor entendimiento sobre este amplio panorama, que es el de ‘los periódicos impresos en los medios digitales’. Por otro lado, en este artículo se logró plasmar la relación y preferencias que tienen los consumidores de periódicos digitales e impresos, dando porcentajes y cifras de acuerdo a la inclinación que tienen las personas.

A modo de conclusión general, se comprendió que este proceso de transformación cada vez va evolucionando de manera paulatina y que jamás será estático, debido a los avances tecnológicos propiciados por la humanidad. La importancia de todo esto, es la labor social, saber comunicar, saber transmitir una noticia y que el emisor esté informado de manera adecuada sobre lo que ocurre en el diario vivir, sacándole el máximo provecho para así, aportar a la sociedad positivamente.

Es evidente que la prensa escrita ha evolucionado a tal punto de crear diversos medios donde se puede insertar información, creando páginas webs y plataformas digitales, todo esto ha sido patentado, replicado y contrapuesto por múltiples artículos, para así generar un punto crítico y dar con un resultado más concreto, pero parece más una realidad utópica, debido a la gran diversidad de alcance que tiene sobre el mundo el sistema comunicacional. Por ello, fue pertinente apuntar estos antecedentes delimitados nacionalmente que aportan información para dar una visión

previa de lo que se necesita estudiar en el oficio periodístico y así tomar el rumbo de esta investigación.

Realizando el estudio de este artículo de antecedentes, se llegó a la conclusión de que los medios digitales poseen una serie de ventajas de las cuales los medios tradicionales carecen. No obstante, los medios como disciplinas son dependientes del público, de las relaciones humanas que existen al comunicarse con los otros. En Colombia, específicamente, se ha visto cómo los medios de comunicación se centran en conectar distintos territorios, que de otra manera quedarían aislados por razones geográficas o culturales.

Teniendo en cuenta lo anterior, se transforman los medios de comunicación como actores activos de la cultura, y en términos de convergencia, estos han sido vinculados conforme se están dando los saltos en tecnología, industria y empresa. Es decir, el territorio resulta aún atrasado en términos de avances tecnológicos, por lo que los medios se han ido amoldando poco a poco a los recursos que se tienen a la mano, dotando así a los comunicadores de estrategias recursivas para transmitir información en ambas plataformas; y al público, cierta flexibilidad para consumir la información donde desee.

2.2 Marco Teórico

Dentro del marco teórico que guía este estudio, se exploran con detenimiento las siguientes teorías: Sistematización de Experiencias, Digitalización Tecnológica, Convergencia Análogo-Digital, El Ecosistema Mediático, El Ciberespacio y la Comunicación, Internet como Medio de Comunicación, y finalmente, Periodismo Digital y Comunicación Digital. En la actual era de la comunicación, estas teorías adquieren una relevancia aún mayor, dado que la convergencia

mediática y la transformación digital han orquestado una revolución en la forma en que las personas interactúan con la información y los medios de comunicación. A medida que los diarios y otros medios efectúan la transición desde el formato analógico hacia el digital, se despliega un panorama fascinante que arroja luz sobre la intrincada danza entre la tecnología y la comunicación.

En el corazón de este escenario dinámico y en constante cambio, emerge la Sistematización de Experiencias como una metodología que surgió en América Latina durante la década de los 80. Originada en un contexto de crisis socioeconómica, esta metodología se ha empleado en proyectos de investigación para recopilar y analizar situaciones vividas por comunidades, transformando dicha información en conocimiento de gran utilidad. En el ámbito periodístico y mediático, la sistematización desempeña un papel crucial al desentrañar la metamorfosis de los periódicos hacia el ámbito digital, un proceso conocido como convergencia análogo-digital.

La convergencia mediática, un fenómeno que abarca la integración de tecnologías y medios, va más allá de su interpretación como mera transformación tecnológica. Autores de la talla de Dailey y su escuela han presentado modelos que facilitan el análisis de esta convergencia, identificando tendencias y patrones de comportamiento en los medios. Este proceso engloba interacción y colaboración en un entorno de constante evolución.

Adicionalmente, el concepto del ecosistema mediático, influenciado por la ecología, analiza los medios como entornos interdependientes que interactúan en contextos específicos. El ecosistema es afectado por factores tanto bióticos (los propios medios) como abióticos (el entorno), y el juego de factores intermediáticos y tecno ambientales desempeñan un rol crucial en su adaptación y equilibrio.

El ciberespacio, un espacio virtual moldeado por redes informáticas, ha dado origen a la comunicación digital, donde Internet emerge como un medio crucial en la sociedad

contemporánea. Este medio permite una interacción inmediata y personalizada, redefiniendo nuestra relación con la información y la comunicación.

Autores influyentes como Orihuela y Salazar han enriquecido nuestra comprensión de la transición de lo analógico a lo digital, especialmente en el ámbito de los medios impresos. Estos cambios han generado profundos impactos en la comunicación, la cultura y los desafíos que enfrenta la sociedad en las últimas décadas. El periodismo digital ha evolucionado en consonancia con estas transformaciones, adoptando herramientas tecnológicas para enriquecer la información en tiempo real.

La comunicación digital se ha erigido como un pilar fundamental en los medios contemporáneos, abordando aspectos que van desde la migración de lo analógico a lo digital hasta la definición de elementos esenciales en el periodismo y la interacción entre tecnología y discurso. Comprender estas dinámicas resulta esencial para maximizar las oportunidades que ofrece la comunicación digital en el actual y futuro panorama mediático.

2.2.1 Sistematización de Experiencias

Desde la década de los 80' s, la sistematización de experiencias se tomó como metodología para los proyectos de investigación. Este proceso en particular nació en América Latina, y haciendo un análisis profundo a las lecturas de Antonio Verger, se comprende que este sistema creció en el contexto de una crisis socioeconómica en la mayoría de los países de la región. (2004, p. 4). Haciendo así, que la sistematización de experiencia empezará a estar presente en los proyectos de investigación, hasta la actualidad.

Tomando estos datos como contexto, la sistematización de experiencias es una forma de investigación que tiene como factores principales el proceso de recolectar e interpretar una situación o acción experimentada por una sociedad y/o comunidad, y así, tomar puntos específicos y transformarlos en información mejorada para los sujetos interesados en el tema estudiado, Oscar Jara (1994). “Así se contribuye a la acumulación de conocimientos generados desde y para la práctica, y a su difusión o transmisión”. (1994. p. 67). Este sistema para los estudios y proyectos, básicamente, funciona como un método dialéctico para cumplir los objetivos de información que se quieren transmitir.

La sistematización de experiencias tiene como característica ser realizada sobre una vivencia en cualquier época de la historia y, por otro lado, como lo expresa Verger, tiene la cualidad de enfatizar el desarrollo del proceso per se.

La sistematización pone énfasis en el desarrollo de los procesos. De esta manera, se diferencia de la evaluación, la cual enfatiza los resultados, y de la diagnosis, que se centra en la realidad sobre la que se actúa. Así, a quien sistematiza le interesa rescatar el proceso, evidenciar cómo se ha actuado, analizar los efectos de la intervención en los sujetos y el carácter de las relaciones que se han generado. (Verger, 2004, p. 4)

Continuando con lo antes expuesto, los periódicos y su convergencia análogo-digital, tienen una cualidad y un proceso, que es el desarrollo y la evolución del mismo hacia la digitalización, por esto, la sistematización se convierte en una categoría pertinente. La recolección de información de estos procesos de transformación es la forma de evidenciar los resultados y las vivencias de los periódicos que se quieren estudiar en el proyecto de investigación llevado a cabo.

Es por esto, que las experiencias resultan ser un mecanismo o herramienta en la que los participantes pueden tener puntos a su favor como capturar significados de sus propias acciones, y así construir a una visión común sobre la experiencia vivida entre aquellos que la han protagonizado: aciertos, errores, topes, posibilidades.

Analizando las lecturas del autor Oscar Jara (2010), y su estudio sobre esta metodología en el campo investigativo, se pudo concluir que la reflexión e interpretación del método es la base para lograr una sistematización completa.

Lo esencial de la “sistematización de experiencias” reside en que se trata de un proceso de reflexión e interpretación crítica sobre la práctica y desde la práctica, que se realiza con base en la reconstrucción y ordenamiento de los factores objetivos y subjetivos que han intervenido en esa experiencia, para extraer aprendizajes y compartirlos. (Jara, 2010, p. 68)

En otro punto de análisis para en la sistematización de experiencias, se debe señalar la importancia de la recopilación máxima de opiniones para reflejar, efectivamente, las variadas experiencias y las diferentes perspectivas de los involucrados, como lo menciona Jorge Chávez-Tafur, “Más que buscar un consenso forzado, la extracción de lecciones y la producción de nuevos conocimientos serán tareas más sencillas si se tiene en cuenta esta diversidad de opiniones y se logra representarlas cabalmente en el proceso de sistematización”. (2006, p. 13)

En el ámbito periodístico y de los medios contemporáneos, la sistematización de experiencias tiene una práctica importante hacia estos, a partir de los datos y experiencias recolectadas de sus experiencias vividas, las comunidades interesadas tomarán y rescatarán todos estos elementos para el futuro del medio. No obstante, los trabajos de estos métodos sirven como guía y ejemplo para corregir errores, no solo de los periódicos que están en la convergencia hacia

lo digital, sino también, para los diarios, medios y periodistas que estén interesados en involucrarse al rubro digital sin pasar por la convergencia análogo-digital.

2.2.2 Digitalización Tecnológica

La digitalización según el autor G. A. González (2017), se define como un proceso mediante el cual, algo real (físico, tangible) es pasado a datos digitales, esto con el fin de que se pueda manejar por una computadora (de naturaleza, a su vez, digital) algo que era físico, modelando, modificándolo, y aprovechando para otros propósitos distintos de su cometido o función originales.

El autor G. A. González (2017), también menciona que, el mundo actual está inmerso en la digitalización y ya no puede prescindir de ello, ya que la sociedad está en un mundo digital. La digitalización exige lectura, habitualmente por medio de herramientas tecnológicas, del modelo original para tomar datos que serán útiles para reconstruir el objeto digital dentro de la computadora, así mismo cuando se ven vídeos o diferentes contenidos. La digitalización así mismo, necesita de recursos que estén destinados a ella para que la información se acerque lo más posible al formato digital.

La autora Noemi Vázquez Gómez (2021) menciona que, en la actualidad lo digital avanza y evoluciona a un ritmo rápido, cada día surgen nuevas tecnologías y lo que hoy es lo último y más sofisticado, mañana queda totalmente obsoleto. Define la digitalización como el proceso que permite transformar los procesos analógicos y la información en un formato físico a uno digital. Resalta que la digitalización poco a poco entra en la vida diaria de las personas, ya que donde antes se compraba un libro, ahora se descarga a PDF.

Los dos autores mantienen una postura sólida con respecto a la digitalización y los cambios que ha traído consigo, así mismo se entiende que es el proceso que permite que algo logre estar en una computadora, celular o cualquier tipo de aparato tecnológico. La relación de digitalización con el trabajo que se está llevando a cabo radica en el proceso que ha tenido los periódicos impresos al adaptarse a la era digital y así mismo el concepto mismo, que, al definirse, se entiende que es el proceso de lo análogo a lo digital, y así mismo la evolución de la lectura y del acceso de información.

2.2.3 Convergencia Análogo – Digital

Este pensamiento de digitalizar la información a una herramienta tecnológica daría paso a la conformación de un nuevo concepto. La convergencia, que en sus inicios era definida por la generación de nuevos mensajes comunicativos a partir de la combinación de códigos lingüísticos diferentes. En esta primera escuela de pensamiento, la convergencia era designada únicamente al proceso de confluencia de tecnologías propiciado por la digitalización, sin contemplar sus eventuales implicaciones en ámbitos como la configuración empresarial o el perfil del periodista. Era un reduccionismo tecnológico aceptado por la academia.

Sin embargo, el concepto de convergencia es altamente esquivo en cualquier estudio académico al ser un fenómeno poliédrico que abarca ámbitos tan diferentes como lo pueden ser tecnologías, industrias, mercados, géneros y audiencias. Además de poliédrico, es también un concepto dinámico, por ello Henry Jenkins nos ayuda a definir mejor la convergencia como: “El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas.” (*Jenkins*

2006. Pág. 14). Una definición acertada para la construcción del marco teórico en cuestión por su pragmatismo, que permite enlazar los demás conceptos dentro de la investigación y plantear un diálogo entre autores para resolver los objetivos del proyecto.

De esta manera, más que un fenómeno estático o el destino final de alguna transformación, la convergencia hace referencia en realidad a un proceso. Un proceso que en los estudios comunicacionales afecta tanto al modo en que se producen los contenidos como a su consumo.

Entre los estudios sobre convergencia exclusivos al plano periodístico, el enfoque, además de asumir el carácter sistémico de la convergencia, se interpreta como un proceso longitudinal; constituido por diversas etapas que tienen como meta la integración, proceso definido por una serie de cuatro características intrínsecas: Polimorfismo, Complejidad, Inestabilidad y Proximidad. Estos pensamientos darían paso a una nueva escuela del pensamiento alejada del reduccionismo tecnológico de las primeras definiciones.

Entre los autores que se alinean en esta segunda escuela se encuentran: Zavoina y Reichert, Dailey; Lawson-Borders, y Appelgren. Estos pensadores parten de las concepciones anteriores, pero incorporan aportaciones relevantes al momento contemporáneo, generando así nuevas corrientes de pensamiento.

En primer lugar, entienden que analizar la convergencia sólo desde una perspectiva tecnológica, como los de la primera escuela, supone un reduccionismo. Afirmando que conviene distinguir y tener en cuenta las diversas esferas de convergencia, y señalando que el estudio de cada una de esas esferas debe realizarse por separado para evitar confusiones. Esto plantea una serie de entendimientos metodológicos relevantes para el proyecto en curso, dado que la

convergencia debe ser planteada como una herramienta para la migración mediática, y no su punto máximo u objetivo.

En segundo lugar, estos autores conciben la convergencia como un proceso sujeto a degradación. Así, el concepto de convergencia, en lugar de ser un fenómeno aislado, sería en realidad un proceso continuo. Un marco de referencia donde cada uno de los mercados periodísticos, empresas de información y/o medios alcanzaría un determinado nivel de convergencia dentro de la escala, pudiendo también moverse libremente a conveniencia. Tal vez para un ejemplo más claro sea necesario observar el modelo teórico propuesto por Dailey.

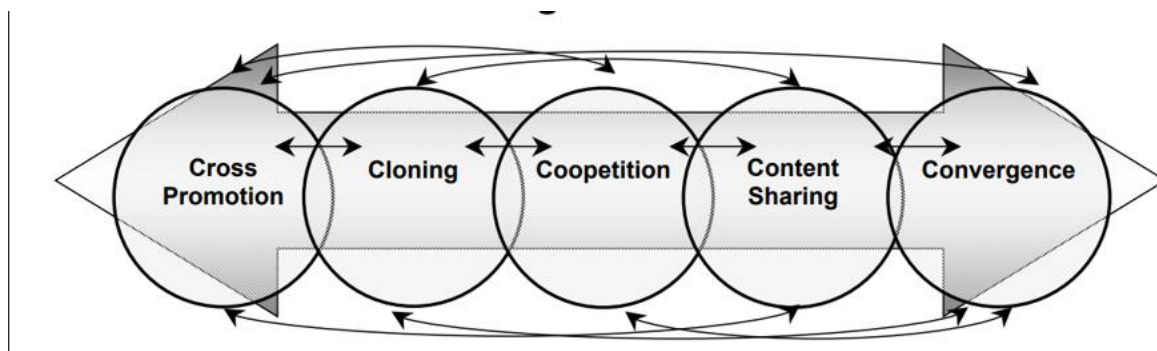


Figura 1. La convergencia continua

Fuente: The convergence continuum (Dailey et al, 2003).

El modelo generado por Dailey y su escuela resulta de gran ayuda al proceso investigativo en curso, pues brinda una herramienta pragmática e intuitiva para analizar el estado actual de la convergencia mediática en la región. Permitiendo identificar los diferentes tipos de comportamiento que toman los medios en su proceso migratorio; bien sea desde una preferencia por la promoción mutua, el clonado de la información en ambas plataformas mediáticas, la competencia explícita entre medios o la transmisión y compartimento de la información. Pudiendo

ubicarlos y notar sus movimientos en la escala al momento de cumplir con el objetivo de sistematizar la migración y generar conclusiones.

No obstante, la definición de la segunda escuela sobre convergencia también nos entrega dos palabras clave: Interacción y Cooperación. Esto es un marco teórico en el que podemos definir nuestro concepto de convergencia como: Un proceso segmentado donde cada parte interactúa una con otra al unísono. Donde diferentes medios buscan transmitir mensajes, con diferentes resultados, a un público activo que expresa fidelidad mediante el compromiso a las redes sociales en forma de “engagement” y “revenue”.

2.2.4 El Ecosistema Mediático

A raíz del concepto de ecosistema mediático, Canavilhas, desarrolla una teoría con bases de Ernst Haeckel (1869) y su concepto de ‘Ecología’, término estudiado de origen griego, cuya estructura va así: ‘Oikos’ que significa casa y ‘logos’ que significa estudio. Ecología es el punto de partida en una analogía de Medio Natural donde, en este caso, se ajusta a los medios en la red. Se convierte en un modelo estructural para analizar el mundo mediático como un paralelo con el ecosistema biológico.

Entonces a raíz de elementos que se destacan en un ecosistema biológico, se hace una comparación de rasgos, en este caso: los factores bióticos (relaciones entre poblaciones), y factores abióticos (relación de la comunidad con el ambiente). De este modelo se tiene una escuela de teóricos llamada Ecología de los Medios, la cual estudia el Ecosistema mediático y cataloga a los medios como ‘Ambientes’.

Ahora, dentro de un ecosistema mediático hay que analizar cuáles son esos factores bióticos, que de este lado equivale a los medios, sus características y las relaciones entre ellos. Según otro autor, Kittler (1996) los medios a pesar de las nuevas tecnologías, cambian de posición, más no desaparecen; entonces aquí el ecosistema mediático tiende a reequilibrarse y restablecerse mediante adaptaciones, estos factores bióticos en este ámbito se denominan factores inter mediáticos.

Por el lado de los factores abióticos es más complejo debido a los factores ambientales, que son muchos como la temperatura, la luz, la composición química de los ambientes o los alimentos. Para tener en cuenta esta interpretación de ambiente dentro del ecosistema mediático. Existen dos teorías intérpretes de este:

Teoría de efectos limitados, señalada por Lazarsfeld en 1940, en la que se abarca el contexto social y el cómo se descifra el mensaje. Por otro lado, está la Teoría de Sistemas, desarrollada por Luhmann en 1981, la cual indica que la comunicación es selectiva en cuanto a su producción, distribución y aceptación de contenido, aquí se sistematiza las diversas limitaciones en la recepción del mensaje.

Siguiendo con las adaptaciones anteriores, los factores ambientales se dividen entre dos tipos: Los contextuales y los tecno ambientales; En los factores ambientales se tiene en cuenta la eficacia de la comunicación de masas bajo determinado contexto de relaciones sociales, en especial, en estos tiempos de consumo móvil, independiente y descentralizado.

Los factores tecno ambientales se abordan desde un punto instrumental y equivalen a esas aplicaciones e interfaces para acceder al mensaje, estas definen la forma en cómo la audiencia interactúa con el medio, por ejemplo, los distintos espacios que tiene un periódico: blogs, redes sociales, plataforma digital, ereaders, etc. Finalmente, esas formas de interacción modifican el

ambiente y son estudiadas en este panorama bajo la interactividad y usabilidad, que son las acciones del consumidor en el ecosistema mediático.

Este interesante aporte por Canavilhas para la comprensión del panorama mediático es de gran utilidad para la investigación que se está manejando conforme a las perspectivas de la digitalización y las nuevas formas de contenido; esto porque el autor funda una teoría y da paso a otras, a raíz de teorías anteriores, así concreta los procesos y elementos de la comunicación frente a las innovaciones tecnológicas en los últimos 20 años.

Las nuevas audiencias dentro de este trabajo se estudian a partir de tres mecanismos de acción mediática que se rigen por nuevas formas de interacción y mayor demanda de uso de plataformas, espacios y dispositivos. Por ello es más que significativo este apartado teórico, ayuda a comprender además de sistemas o lineamientos del proceso comunicativo, y es un estudio que se abre y se adapta a las nuevas temáticas, intereses y modalidades.

2.2.5 El Ciberespacio y la Comunicación

Haciendo contextualización al ciberespacio, se entiende que es un ambiente creado por las redes informáticas, es decir, no es físico, es un concepto utilizado para ubicar las cosas que se realizan en grupos intangibles e inexistentes al mundo físico, a partir de ahí se producen la relación entre el ciberespacio e internet. También, es entendido como un nuevo medio de comunicación que emerge de la interconexión mundial de los ordenadores designa también el oceánico universo de informaciones que contiene, así como los seres humanos que navegan por él y lo alimenta. Además, es aquel espacio virtual que siempre está presente, pero se activa cuando dos personas interactúan por medio de: videollamadas, mensajes de texto, llamadas telefónicas y redes sociales.

En esta misma línea, se toma al autor Orihuela quien afirma que el ciberespacio es “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y públicos, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa lenguaje multimedia, interactivo e hipertextual y se actualiza y se publica en la red internet” (Orihuela, 2005, p. 74). Tomando en cuenta lo anterior, se puede decir que el ciberespacio es un ambiente netamente tecnológico y que su existencia depende de la internet, de esta manera, se pueden establecer lenguajes interactivos e hipertextuales.

Siguiendo en este razonamiento el ciberespacio surge en y por la comunicación, de ahí se entiende su naturaleza de espacio y medio. En ese mismo sentido, el teórico francés Pierre Levy define la teoría de la siguiente forma:

... La “cibercultura” como el conjunto de las técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento y valores que se desarrollan conjuntamente en el crecimiento del ciberespacio, es decir, como un sistema híbrido donde cultura (la dinámica de las representaciones), sociedad (la gente, sus lazos, sus intercambios), y técnica (los artefactos eficaces) se influyen y retroalimentan mutuamente”. (Levy, 2008, p. 2)

Como se ha planteado antes, es posible acotar que el ciberespacio según lo planteado por Levy, es aquel ámbito en donde protagonizan los dispositivos tecnológicos, lo que lo hace virtual, es decir, es inexistente e intangible en el mundo físico. Por lo que, las personas ejercen la forma de comunicar a distancia, exponiendo ideas, generando diálogos flexibles y cambios de percepciones intrapersonales.

Asimismo, esta invención es categorizada como un neologismo, ya que, contiene nuevas formas de comunicar, actitudes y pensamientos que hacen posible que se desarrolle el ciberespacio, ya que, analizando nuevamente al autor “el ciberespacio es sinónimo de ciber medios y

cibercultura” (Levy, 2008, p. 5). Con esto, se llega al entendimiento que tiene correlación y está fuertemente marcado por la experiencia y las prácticas del llamado ‘periodismo electrónico’.

Es de gran pertinencia los aportes hechos por los autores anteriormente, ya que, hablando en contexto periodístico tiene relevancia con el proyecto de investigación propuesto por el grupo de trabajo, por lo que, a partir de esta evolución del ciberespacio y la internet, se han tenido que trasladar los medios de comunicación a este entorno tecnológico y/o virtual. Haciendo énfasis en los periódicos virtuales, en las noticias publicadas en redes sociales, esto hace que se cree ese espacio de interacción entre emisor y receptor, consiguiendo de esta manera, el proceso de diálogo por medio de esta innovación tecnológica y cibernética.

2.2.6 Internet Como Medio de Comunicación

En primer lugar, antes de profundizar el internet como medio de comunicación, se debe hacer énfasis en que es y cómo se clasifica la comunicación. Básicamente, es un proceso de interacción en el que dos o más personas realizan un intercambio de ideas y pensamientos, para así construir de manera recíproca este proceso de interrelación, para que esto exista, debe haber un emisor (encargado de transmitir la información) un público o receptor (recibe la información propuesta), este proceso es inherente en las personas, ya que, lo adquirimos desde que nacemos, debido a que todo comunica.

Para mayor profundización del tema se toma al autor Martin (1968) donde según su entendimiento define la comunicación.

... Proceso dinámico en el que el escucha y el hablante, lector y escritor, actúan recíprocamente, el hablante proporcionando estímulos sensoriales directos e indirectos al escuchar; el escucha

recibiendo de forma activa tales estímulos, dándoles significado a través de imágenes mentales, confrontando dichas imágenes con la información y sentimientos actuales y, tarde o temprano, actuando en función de tales imágenes página. (p. 87)

Concluyendo el aporte anteriormente propuesto, se evidencia que la comunicación es un panorama multilateral, en donde cualquier estímulo dado por el sujeto se puede considerar como dicha acción. Sin embargo, también existen diferentes tipos de comunicación de las cuales son; comunicación intrapersonal, que es el intercambio de información que cada persona tiene consigo misma; comunicación interpersonal, esta hace referencia al compartimiento de ideas entre dos o más personas.

Por otro lado, debido a este avance producido por la tecnología, los mass media se han visto en la necesidad de implementar diversas formas de interacción, de las cuales, se tiene al internet como medio de comunicación. Tomando en cuenta lo anterior, en la década de los 90 's se creó el internet, por lo que, debido a esta invención la sociedad se fue modernizando y adaptándose a esta innovación en su diario vivir, paulatinamente. Asimismo, se toma al autor Gabriel Pérez Salazar, quien se enfocó en analizar el internet como medio de comunicación en actos comunicativos y entornos virtuales.

...El internet ocupa un lugar fundamental porque se sitúa como eje indiscutido de los cambios que propicia el nuevo modelo: permite replantear una nueva dimensión espacio-temporal; es la ventana más impresionante para acceder al dato; es el recurso que oscila entre la comunicación masiva y la personalizada. (Salazar, 2012, p. 11)

Reanudando con el tema, el teórico Gabriel Salazar (2012), según lo planteado afirma que el internet es una herramienta fundamental para la comunicación de las personas, básicamente, es

el método idóneo para tener un diálogo inmediato y sencillo entre los sujetos, por lo que, no es necesario tener una conversación física o tangible.

Es pertinente abordar los estudios de estos teóricos mencionados anteriormente, como muestran sus posturas en este panorama de la digitalización, específicamente, en el libro 'internet como medio de comunicación' ya que, es de gran utilidad para el proyecto investigativo que se ha venido elaborando, enfocado en la transformación de lo análogo a lo digital en los medios impresos, generando impacto en la sociedad, transformando culturas y formas de comunicar, convirtiéndose en un reto tanto para los periódicos, periodistas y consumidores en las últimas dos décadas.

2.2.7 Periodismo Digital

El periodismo se concibe en la actualidad como una disciplina y/o una actividad configurada para la captación y el manejo periódico de la información en cualquiera de sus manifestaciones formales o variadas. Pero la convergencia análogo-digital ha hecho que el periodismo tome un nuevo rumbo como medio de comunicación modificando características importantes en sus desarrollos y métodos de hacer el trabajo.

Los diarios digitales tienen como característica principal el uso de las TIC en su día a día, ya en las universidades más prestigiosas se ofrece esta carrera, es por ello que este oficio se ha convertido en un trabajo con más herramientas y se encarga de aprovechar todos los recursos que ofrece la internet a fin de ampliar y enriquecer la información en un solo medio y de manera inmediata.

Cabe resaltar que posee 4 características importantes las cuales son: Transformación tecnológica (digitalización), Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad), Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad) y Participación activa de los usuarios (interactividad).

En esta teoría se desenvuelven dos autores que dan su definición de periodismo digital, abordando estos dos autores, el teórico Eliseo Verón, quien propone una serie de preguntas relacionadas con los nuevos medios que permitan dar respuesta al problema evolutivo de estos estudios. El principal interés de Verón fue movilizado por el carácter social de los fenómenos relacionados con la nueva práctica de la comunicación, y recordó que no se debe confundir tecnología con medio, ya que medio es tecnología que conecta producción y consumo.

Una tecnología puede convertirse en un medio, el proceso está sujeto a ciertas condiciones de producción que dan lugar a ciertos usos, condiciones que determinan cómo el receptor puede reconocerse como tal, brindándoles una lectura única. (Verón, 2001 P. 2)

Con base a lo anterior, se puede decir que los procesos de mediación están asociados a ayudas tecnológicas cada vez más complejas, dando lugar a nuevas formas de interpretación, cuestionando los sistemas de representación y convirtiéndose en dispositivos de construcción de sentido.

Verón, hace una comparación entre tecnología y medio, incluso lo que es la realidad de estos en la región, con lo cual, se puede analizar sus discursos y hacer estudios sobre la digitalización en noticias en los procesos migratorios. Incluso permite identificar cómo la tecnología puede convertirse en un medio y como es su proceso y su uso para el público receptor, todo esto bajo una perspectiva socio-discursiva como un fenómeno que enmarca los estudios sobre la digitalización.

A continuación, se tiene al autor Otto Groth, quien se concentró en los medios impresos, periódicos y revistas, como expresiones fundamentales del periodismo

En su teoría define el periodismo digital con los siguientes 4 elementos que corresponden de alguna manera a una nueva proyección de las definidas por Groth como constitutivas del fenómeno de la Prensa, los cuales son: Periodicidad, universalidad, actualidad y accesibilidad o difusión. (Groth, 2015, p. 3).

Según la fórmula de Groth, se basa en el desarrollo y profundización de estos elementos que conforman su identidad. Sólo en el periodismo confluyen simultáneamente las cuatro características o elementos de la acción social y humana.

Este autor hace referencia al análisis cualitativo del discurso de los periodistas digitales en los medios de la región. Otto da una descripción de estos 4 elementos mencionados, ya que corresponden a la naturaleza del periodismo digital y con ellos el proyecto tendrá puntos de referencia al momento de analizar y sistematizar el periodismo digital en la región.

2.2.8 Comunicación Digital

La comunicación digital ha sido un marco de referencia para los periódicos en la actualidad, desde la década de los 90' s, los diarios han estado en una migración análogo-digital, convirtiendo sus discursos análogos en discursos digitales, haciendo así que haya cambiado su proceso discursivo. Tal como lo establece Scalori “La comunicación digital está inmersa en todos los perímetros, es un proceso de elaboración y distribución que se ejecuta con la asistencia de las tecnologías digitales, permitiendo el incremento de una base analógica en digital...”. (2008. p. 60)

Este fenómeno está constituido por mensajes digitales, hablando en términos más exactos, se entiende que los mensajes digitales, básicamente, se establecen por un patrón simbólico de conjuntos finitos, comprendiendo a José Guadalupe Talavera.

Un mensaje digital es una secuencia ordenada de símbolos, seleccionados de un conjunto finito de elementos discretos. Ejemplos de mensajes digitales son las letras de un texto, los orificios de una cinta o una tarjeta perforada, los puntos y rayas del código Morse, etcétera". (Principios de comunicación digital, 1999, p. 8)

A comparación de un mensaje analógico, según este autor tiene una variable física y esto conlleva a tener conjuntos infinitos de variables.

Una magnitud física, variable en el tiempo según una función continua. Es decir, dentro de cierto rango puede tomar infinitos valores. Así tenemos por ejemplo la variación de presión sonora que produce la música o la palabra, la intensidad de luz en una escena, el nivel de combustible en un depósito...". (1999, p. 9).

La comunicación digital cuenta con tres factores que comienzan con la fuente de información, el medio de transmisión y, por último, el destinatario. Este método de comunicar tiene múltiples beneficios para el medio, por ejemplo, facilidades de: facilidad para diversos servicios; facilidad de multiplexación; facilidad para la utilización de tecnología moderna; facilidad criptológica; facilidad de monitoreo.

Todos estos factores han hecho que los medios vayan, paulatinamente, migrando a la tecnología y a las áreas digitales. Para José Guadalupe Talavera, esto tiene un beneficio extra y es la mezcla de fuentes.

Un beneficio adicional de la red digital integrada es que el tráfico que proviene de distintas fuentes puede “mezclarse” en un único medio de transmisión. En los sistemas analógicos esto es muy difícil de lograr, no sólo por los diversos requerimientos de ancho de banda sino por los distintos niveles de calidad. (1999, p. 15).

En la comunicación digital hay diferentes enunciadores, - por ejemplo, las empresas, los investigadores, los periodistas, etcétera-. También hay diferentes tipos de narrativas, en los medios de comunicación los discursos y sus métodos de escritura a través de la digitalización son diferentes, y hace contraste con la narración y métodos de empresas comerciantes, por ejemplo. Carlos Scolari, lo constituye de esta manera:

Los discursos comerciales tienen como objetivo la venta de productos y servicios (hacer hacer) mientras que los académicos y periodísticos, cada uno a su modo se plantea transferencia de un conocimiento a (hacer saber). Los discursos contractuales por su parte proponen a sus enunciatarios la ejecución de una práctica, hubo otra cómo puede ser el rechazo al software comercial o el uso desviado de una tecnología. (2008, p. 69)

Agregando otro punto en el estudio de Scolari, “La tecnología se convierte en un objeto del discurso y entra a formar parte de una trama cultural donde el conocimiento y poder se entremezclan... (2008, p. 72). Se analiza que la tecnología y la digitalización comunicacional, se convirtieron en un imperativo para la sociedad periodística, por esto, se debe entender los procesos y los desarrollos de esta migración a la digitalización, ya que es un universo que está en evolución, y comprender el cómo permitirá una mejor comunicación digital.

2.3 Marco Contextual

En esta nueva era de la digitalización periodística que comenzó a nivel mundial, específicamente, en Estados Unidos desde la década de los 90 's, los medios regionales de Colombia no se quedaron atrás y han migrado a este ecosistema digital. Desde 1995 con el periódico El Tiempo, - quién fue el precursor en el país con esta innovación-, esta convergencia análogo-digital ha ido convirtiéndose en un medio más recursivo para los periódicos y, sobre todo, para los periodistas que hicieron una reconstrucción y resignificación de sus métodos y labores para cumplir y estar presentes en el desarrollo de esta revolución tecnológica.

Agregando más ideas hacia este estudio en desarrollo, por parte de Norte de Santander y Santander – entendiendo estos departamentos como las áreas geográficas dónde se realizó el estudio - , la digitalización en los periódicos comenzó a finales de la década de los 90's y principios del siglo, iniciando así, en el norte del país una nueva forma revolucionaria de trabajar y ejercer el periodismo, un método digital que ha ido avanzando, evolucionando y mejorando en este proceso de convergencia tecnológica progresivamente, y que a causa de estos cambios cuentan con más recursos que le ha permitido un amplio alcance, y un mayor consumo por parte de sus seguidores y lectores.

Haciendo énfasis en la zona geográfica de este estudio, se puede encontrar que en el rubro periodístico hay 11 diarios de los cuales siete son de Santander y cuatro son los que constituyen Norte de Santander. Estos medios están laborando actualmente cumpliendo una función informativa para la sociedad, ofreciendo alternativas de consumo en el espacio digital tanto en página web como en redes sociales.

Revista Activa es el medio trabajado en este proyecto, es la revista que hizo esta convergencia de lo análogo a lo digital en esta área del país. La Revista Activa es precursora en la

región para ejemplificar y entender el proceso análogo-digital, esta revista dio sus primeros pasos en Cúcuta, Norte de Santander inaugurándose en el 2007 naciendo de la publicista Claudia Ortega. Comprendiendo más esta migración a la digitalización, estos son los medios que entendieron el paradigma sociocultural de la internet logrando expandir su posición con esta herramienta.

El enfoque de revista activa como medio de comunicación, está dirigido al periodismo de entretenimiento y comercial siendo el foco en términos de información de este medio. Cabe destacar que la función principal era mostrar a los empresarios y destacar positivamente a la región y al área metropolitana de Norte de Santander, fortaleciéndose en los últimos años en el contenido digital, específicamente en su página web y redes sociales, ya que, sostener el medio análogo dada a las circunstancias actuales tecnológicas que son las representativas en esta temporalidad.

La digitalización y la pervasividad están redefiniendo la vida de los periódicos actualmente, el periodismo digital se convirtió en un área de estudio con principios, particularmente, preparados y hechos para una nueva era. En Colombia y en la región, se llegó a esta característica de innovación para la comunicación de masas. No obstante, es una innovación que está en proceso para los investigadores lo que lo hace ser síntoma de la apreciación a ese mundo del periodismo en el ciberespacio y la internet.

3. DISEÑO METODOLÓGICO

El presente proyecto posee una metodología cualitativa donde se emplean técnicas, recursos y métodos de investigación como lo pueden ser las entrevistas abiertas, los análisis del discurso y técnicas de observación. Todo esto con el fin de recolectar la información completa sobre los diferentes medios protagonistas de la investigación. Para proceder con su análisis, sistematización de experiencias e interpretación de los resultados obtenidos. Enfocándose así en los aspectos ideológicos de la migración análoga – digital, en lugar de los aspectos numéricos o estadísticos.

Las investigaciones cualitativas suelen ser multi metódicas en su acercamiento al tema de investigación, es decir, a menudo se aplican diferentes métodos para obtener información al mismo tiempo, los datos generados por esta metodología son de tipo descriptivo: lo que dicen los involucrados, contenido de discurso y el contenido cultural de las personas.

Este tipo de metodología implica comprender el contexto natural del fenómeno migratorio en los medios de comunicación, considerando los significados que se le atribuyen y el efecto que generan los comunicadores. El método cualitativo, en esencia plantea comprender el fenómeno desde el primer efecto.

Dado que el análisis investigativo envuelve un ejercicio que se explica desde una mirada contextualizada y holística, reconociendo la convergencia social y comunicacional, así mismo, esta metodología alude a lo interpretativo a lo no numérico y a lo no estadístico. De esta manera se logra un proyecto que acude a la hermenéutica que tiene el propósito de hacer una interpretación de los factores del proceso análogo-digital de los periódicos estudiados.

Este proyecto académico quiere sistematizar el proceso de convergencia análogo-digital en los medios impresos de la región, tales como: Revista Activa. Teniendo en cuenta, que esta evolución ha ido a la vanguardia con la tecnología, haciendo que, los periódicos cambien su paradigma de recolección e importación de información. Dado a lo anterior, se eligió la sistematización de experiencias para la recolección y desarrollo de indagación para el proyecto llevado a cabo.

Siguiendo con esta idea, los medios se han visto en la circunstancia de evaluar su método de hacer noticias, por eso, por medio de esta metodología, se quiere llegar al análisis de ese proceso de migración digital, “debido al interés de esta en explorar, analizar, describir, comprender “(y explicar y fenómenos, sic)” explicar fenómenos, escenarios, grupos sociales y/o comunidades desarrollando teorías que aporten nuevos conocimientos” (Creswell, 2013).

La sistematización de experiencias siendo un método creado en 1998 en Latinoamérica, tiene características idóneas para trabajos de estudio a nivel social y con una metodología cualitativa, para mayor entendimiento se toma la siguiente cita: “facilita la descripción, la reflexión, el análisis y la documentación, de manera continua y participativa, de procesos y resultados de un proyecto de desarrollo” (Selener, et al., 1996). Haciendo énfasis en la idea de Selener, esta herramienta tiene una particularidad de análisis y reflexión en el trabajo.

Asimismo, este sistema es acorde con el estudio, permitiendo hacer una recolección de datos y documentos del periódico, con su proceso y el cambio de lo impreso (tangible) a lo digital (intangibile). El objetivo principal de este proyecto es el proceso de producir un nuevo conocimiento acorde a la evolución digital de los medios impresos de la región, mostrando los diferentes escenarios a lo que se han visto con la necesidad de migrar, innovando su participación comunicacional sobre sus lectores.

3.1 Paradigma Interpretativo

El paradigma interpretativo parte de reconocer la diferencia existente entre los fenómenos sociales y naturales, buscando la mayor complejidad y el carácter inacabado de los primeros, que están siempre condicionados por la participación del hombre, así lo explican los autores Claudia Barrero Espinosa, Liliana Bohórquez Agudelo y, Martha Patricia Mejía Pachón en la “revista” de Itinerario Educativo de (2011).

Por su parte Ayala y Maite (2021) menciona al paradigma interpretativo como un estudio de la conducta humana en su entorno social y en el que se produce, intentado entender los factores socioculturales de los grupos, se basa en la comprensión y descripción de lo que se investiga, es de metodología cualitativa, se basa en la investigación, en la recopilación de información y datos. Como su nombre lo indica, este paradigma interpreta información, donde se puede comprender el origen y trayecto de esta.

En relación con el proyecto y esta estructura investigativa, la búsqueda de información sobre la sistematización de experiencias se enfoca es en identificar los diferentes cambios que ha tenido los periódicos en su transición de lo análogo a lo digital, se busca reconocer los fenómenos sociales y naturales buscando una complejidad de la participación del hombre. La articulación del proyecto y el paradigma interpretativo, se fundamenta en la búsqueda y análisis de la información.

La sistematización de experiencias, en este caso se enfoca en identificar los diferentes cambios que han tenido los periódicos en su transición de lo análogo a lo digital. Por lo cual, se amalgama de forma idónea puesto que esta estructura investigativa facilita el estudio y la recolección de información de la forma adecuada permitiendo reconocer los fenómenos sociales y

naturales identificando la complejidad de la participación del ser humano en los procesos relacionados con las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Finalmente, es importante resaltar que para esta propuesta de investigación. Esta estructura de indagación es de suma importancia para la investigación, con sus bases de interpretación; permiten que el estudio y la captación de información que se busca en los diferentes periódicos logren sentido y propósito de necesidad y de evolución en los estudios de los fenómenos, situaciones y temas socioculturales, tecnológicos y políticos.

En el trabajo de investigación este paradigma tendrá un papel fundamental, ya que su caudal experimental desemboca, en este caso, en toda la información que hay sobre la convergencia digital y la sistematización de experiencias en relación con la convergencia en Revista Activa.

3.2 Método y Metodología

3.2.1 Método Cualitativo

El método cualitativo es una forma de estudio analítico que permitió obtener una visión holística del fenómeno de interés. Bajo esta metodología de estudio, las decisiones de muestreo reflejaron la pregunta la hipótesis (nosotros tenemos pregunta) del investigador, de lo que constituyó la base para datos confiables, confiables y correctos en respuesta a un enfoque del problema amplio. Esto con la finalidad de lograr una síntesis subjetiva, o conclusión, que defina todos los aspectos del fenómeno mediante una explicación satisfactoria, que involucre contexto y parcialidad.

La investigación cualitativa se centró en la comprensión, en explicar la forma en que los individuos se relacionan directa o indirectamente con el medio donde se desarrollan. explorando desde el punto de vista de los participantes en sus contextos naturales. Por ello, se eligió un enfoque cualitativo cuando se trata de examinar las formas en que los individuos perciben y experimentan los cambios dentro de determinado ambiente predispuesto, profundizando en sus puntos de vista, interpretación y significados.

El enfoque adquirió mayor importancia para las temáticas de estudio poco exploradas o para grupos sociales apartados, pues permite generar precedentes de investigación y conceptos, definiciones, y arquetipos significativos.

Por ello, el proyecto adoptó una metodología de carácter cualitativo que le permite: “Ahondar de manera minuciosa en las raíces del fenómeno con el propósito de entenderlo para definir satisfactoriamente, estudiar y comprender a los principales actores dentro de este fenómeno para dotarlos de nueva significancia, y concluir de manera holística todos los apartados dentro del análisis para generar conocimiento”. Teniendo en cuenta que la temática de estudio resulta rica e ilimitada por su naturaleza innovadora a nivel regional.

El proyecto en curso se encargó de profundizar en elementos relevantes del fenómeno, para lograr conclusiones que establezcan nuevas definiciones y conocimientos sobre la migración análogo-digital en los medios de la región. La investigación que se llevó a cabo, pretendió ahondar en aspectos muchos más profundos que las conclusiones estadísticas, pues la migración análoga digital es un fenómeno altamente incomprendido, maleable y que se genera por las experiencias de cada comunicador en el medio.

Por ello es tan importante la metodología cualitativa, en especial la sistematización de experiencias, es la manera para contribuir de manera directa y personal a la transformación de las prácticas comunicativas en los medios regionales, en la medida que se cumplan con los requisitos de un riguroso análisis conceptual que permita comprender, desde el presente, el pasado y futuro.

Los instrumentos seleccionados, por su acercamiento a la recolección de datos más subjetiva e ilimitada posible resultaron ser la entrevista semiestructurada y las entrevistas de grupo focal. Instrumentos realizados a los comunicadores, periodistas, y cúpula administrativa del medio regional; Revista Activa. Con el objetivo de estudiar los procesos de migración de manera holística, posterior a la recolección de los datos, se establecieron parámetros de selección, y la información fue sometida a análisis para la sistematización de experiencias.

El proceso de estudio mediante mediciones cualitativas inició en el conocimiento del terreno donde ocurrió el fenómeno a estudiar. Teniendo en cuenta que el proceso cualitativo no es lineal, sino iterativo; Los supuestos pasos fueron en realidad acciones de estructura propuestas antes de ingresar a campo para profundizar en el problema. Las tareas de investigación, recolección y análisis de datos fueron permanentes; sus significados variables.

En los estudios cualitativos el tamaño de la muestra no fue estadísticamente significativo. Esto se debe a que el interés del investigador no fue generalizar sus resultados a una población mayor. Por ello, los factores de sugerencia de lo que constituye una población de muestra estuvo sujeto a una necesidad subjetiva, pudiendo entonces darse el caso que, a medida que avanzó la búsqueda, se pudiesen agregar o reemplazar otros tipos de sujetos a la unidad original. El proceso cualitativo fue de naturaleza cambiante, se designaron en orden de importancia los principales tipos de muestras y sujetos no probabilísticos.

Las principales tácticas para conseguir la información mediante el enfoque holístico del método cualitativo fueron: la observación, la entrevista, los grupos de enfoque, la recolección de documentos y materiales, y las historias de vida. Todas ellas implicaron organizar los datos recogidos, codificarlos y transcribir su significancia. La codificación presentó dos niveles: El primero, donde se asignó una categoría a los datos recogidos. El segundo, donde los datos recogidos generaron temas y relaciones entre los conceptos estudiados. Al final se concluyó una teoría de cimientos fuertes en los datos, esto constituyó la estrategia para abordar un tema tan extenso y subjetivo, generando una teoría sobre la investigación dada.

El proyecto tomó entonces como piedra angular para la recolección de datos el involucramiento personal con los actores principales de la conversión análogo-digital. Empleando entrevistas, para reconocer el impacto de la transición mediática a la era digital. La Observación, que identificó las tácticas mixtas del trabajo periodístico empleado por los actores. La recolección de materiales, que ejemplificaron y demostraron el avance de los medios hasta su convergencia, así como se encontró el eslabón donde confluyen ambas prácticas. Haciendo posible así la generación de una teoría conocimiento significativa que permitió dar resolución a los objetivos planteados.

3.2.2 Metodología

Este proyecto académico sistematizó el proceso de convergencia y migración análogo-digital en el medio impreso de la región, tal como: Revista Activa. Teniendo en cuenta que, esta ha ido a la vanguardia con el progreso de la digitalización. No obstante, la sistematización de

experiencias fue la metodología más acorde para la recolección e investigación hacia el proyecto llevado a cabo.

La sistematización de experiencias, siendo un método creado en 1998 en Latinoamérica, tiene características idóneas para trabajos de estudio a nivel social como el que se quiere realizar previamente, el cual, permitirá un mayor entendimiento de este contexto comunicacional, para argumentar, se acude a Selener: “facilita la descripción, la reflexión, el análisis y la documentación, de manera continua y participativa, de procesos y resultados de un proyecto de desarrollo” (Selener, 1996, pág. 55). Siguiendo el aporte de la cita, esta metodología cualitativa, genera el conocimiento basándose en la característica principal que es, la facilidad de descripción de procesos y resultados de un proyecto en desarrollo.

Dicho esto, el análisis investigativo envolvió un ejercicio que se explica desde una mirada contextualizada y holística, reconociendo la convergencia comunicacional, así mismo, esta metodología acudió a lo interpretativo, a lo no numérico y a lo no estadístico. De esta manera se logró un proyecto que concurrió a la hermenéutica, que tuvo el propósito de hacer una interpretación de los factores del proceso análogo-digital de los periódicos estudiados en el proyecto.

De esta manera, las entrevistas semi estructuradas y los '*Focus group*' fueron la columna vertebral del proyecto para lograr el objetivo de la sistematización llevado a cabo en la investigación, ya que estas herramientas contaron con las características requeridas e idóneas para adquirir la información deseada por parte de los investigadores.

Siguiendo con esta idea, los medios se han visto en la circunstancia de evaluar su método de hacer información; para adquirir una configuración comunicacional y una planeación dirigida

aún más, a las comunicaciones y mensajes digitales. No obstante, con esta metodología se llegó al análisis de ese proceso de migración digital, “debido al interés de esta en explorar, analizar, describir, comprender “(y explicar y fenómenos, sic)” explicar fenómenos, escenarios, grupos sociales y/o comunidades desarrollando teorías que aporten nuevos conocimientos” (Creswell, 2013).

Profundizando en la idea Creswell, la sistematización fue una herramienta holística que permitió la explicación fenomenológica en el proyecto llevado a cabo por el grupo de trabajo, enfocándose en la migración análogo-digital en los medios de la región, desarrollando así nuevos conocimientos para esta área de estudio social a nivel académico-regional.

El objetivo principal de esta metodología sistemática, fue analizar el proceso y migración análogo-digital de los periódicos de la región, mostrando de esta manera las herramientas, la innovación comunicacional y los nuevos escenarios que depara el campo laboral para los nuevos comunicadores sociales. Finalmente, este sistema fue acorde con el estudio, pues permitió hacer una recolección de datos y documentación del periódico, con su proceso y el cambio de lo impreso (tangible) a lo digital (intangibile).

3.3 Universo y muestra

3.3.1 Universo

Para el desarrollo del dispositivo metodológico de la presente investigación se escogieron las poblaciones configuradas dentro del equipo profesional periodístico pertenecientes a Revista Activa; fue la revista escogida para la elaboración del proyecto de investigación, es un medio

escrito que en la región hizo la migración de lo análogo a lo digital. Más aún, este medio ha llevado las noticias de manera digital recientemente (2020), ya que es la revista precursora de la región, y de la capital, acotando que cumple un potencial como una buena base de datos para las próximas generaciones de comunicadores sociales de la región Norte Santandereana y Santandereana.

3.3.2 Muestra

Para el proceso de la investigación se llevó a cabo tipo y ejercicio de muestreo no probabilístico por conveniencia. Este tipo de muestreo se realizó por la clase de investigación llevada a cabo que fue de corte cualitativo, para ello se estructuró y se debió tener presente los siguientes criterios:

- Comunicadores o periodistas graduados y formados académicamente laborando actualmente en Revista Activa.
- Personas que ocupen el cargo de jefe de redacción, reporteros y diseñadores de estos periódicos.
- Personas que en el pasado hayan tenido un acercamiento al periodismo.

3.4 Actores

Tabla 1. Periodistas entrevistados

NOMBRE	CARGO EN REVISTA ACTIVA	PROFESIÓN
Claudia Ortega	Directora	Comunicación social

Dayra Suarez	Editora de contenido	Comunicación social
Vanesa Sanchez	Periodista	Periodismo
Karina Barreto	Periodista	Periodismo
Grecia Quintero	Trabajadora	Comunicación social
Lorena Vargas	Ex trabajadora	Comunicación social
Marina Ramírez	Ex trabajadora	Comunicación social
Freddy Peñaranda	Extrabajador	comunicación social
Iván Roa	Ex trabajador	Comunicación social
Giovana Chaves	Ex trabajadora	Comunicación social

3.5 Fuentes y Procedimientos para la Recolección de la Información

La presente investigación sistematiza las experiencias de dicho fenómeno comunicativo mediante una metodología de carácter cualitativo, que permita dar solución a sus principales objetivos: Identificar las técnicas empleadas en lo análogo y digital, establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración, y determinar los nuevos escenarios laborales generados a partir de la migración de lo análogo a lo digital.

3.6 Procesos de Aplicación de Instrumentos

Los instrumentos seleccionados, por su acercamiento a la recolección de datos más subjetiva e ilimitada posible resultan ser la entrevista semiestructurada y las entrevistas de grupo focal. Estos instrumentos son realizados a los comunicadores, periodistas, y administrativos del medio regional; Revista Activa.

El criterio de selección para los instrumentos es un muestreo por conveniencia. Una técnica de muestreo no probabilístico y no aleatorio, que, por su amplitud, es utilizada para asegurar la facilidad de acceso y la disponibilidad de los entrevistados. Cada elemento de la población seleccionada (comunicadores, periodistas, jefes de redacción y administrativos) puede ser un participante y es elegible para ser parte de la muestra.

Con el objetivo de estudiar los procesos de migración de manera holística, posterior a la recolección de la data, se establecen parámetros de selección, y la información es sometida a análisis para producir una sistematización de experiencias. Para recolectar la información, según los parámetros establecidos para una sistematización de experiencias, es necesario llevar a cabo una intervención de grupo que consta de los siguientes pasos:

- Reunirse con los periodistas, administrativos, y encargados de los medios, asegurando la disposición participativa y libre de cada miembro independientemente de su cargo.
- Definir a los participantes del instrumento, siguiendo un muestreo no probabilístico de selección a conveniencia, cada grupo de participantes estará conformado por periodistas, jefes de redacción y encargados administrativos. Máximo quince integrantes por grupo meta.
- Aplicar los instrumentos seleccionados, entrevista semiestructurada y grupo focal. Notando con particularidad la información símil con el proyecto, teniendo siempre presente aquella que permita dar resolución de la pregunta y brinde nueva data relevante.
- Contrastar y realizar un análisis a la información, para generar conclusiones relacionadas al cumplimiento de la pregunta y los objetivos específicos del proyecto. Generando nuevo saber.

3.7 Instrumentos

Desde nuestro método cualitativo se entiende que las formas de recolección de datos necesitan de una instrumentación que se vincule a instrumentos con énfasis cualitativo, por ende, este proyecto de investigación estará constituido por cuatro instrumentos de corte no cuantitativo. Se realizará, primeramente, una ficha constituida por 10 preguntas con respuestas abiertas que permite proporcionar el diálogo dentro de la misma.

Siguiendo en esta línea, se encuentra la entrevista semi estructurada como instrumento que será aplicado a periodistas de los diarios seleccionados, constituida por 15 preguntas que tiene como meta cubrir los tres objetivos de la investigación llevada a cabo, teniendo la categoría de convergencia como protagonista de esta herramienta.

No obstante, el grupo focal es un instrumento que se aplicará a periodistas con conocimientos de migración análogo digital de sus respectivos diarios, contará con cinco preguntas que será de utilidad para la recolección de información requerida. Asimismo, para profundizar en la historia de la convergencia análogo digital se utilizará una entrevista narrativa que será contada a solo un integrante del medio para así poder constituir una línea de tiempo con los fundamentos y fechas importantes de la convergencia vivida por el diario.

Tabla 2. Entrevista semiestructurada a periodistas de Revista Activa

Entrevista Semiestructurada	
Realizadores	Isdaly Johana Medina Delgado, Scarlet Alvarado Delgado

Fecha de inicio/Duración	Una hora		
Metodología	<p>En el presente instrumento (entrevistas semiestructuradas) se dará un inicio de preguntas de contextualización de los participantes para dar introducción a la temática requerida. La primera media estará destinada a ejecutar las preguntas enfocadas en los procesos de convergencia. La segunda mitad del instrumento se estarán abordando preguntas sobre los escenarios laborales y las herramientas empleadas dentro de la convergencia análogo-digital.</p> <p>La entrevista estará conformada por 15 preguntas, las cuales serán repartidas equitativamente entre los entrevistados dando un total de cinco preguntas para cada uno, acotando, qué cada entrevistador podrá realizar preguntas derivadas de las respuestas si es acorde hacerlas. Para al final de la hora, aproximadamente, se tendrá la entrevista totalmente realizada hacia los entrevistados de Revista Activa.</p>		
Grupo Meta	Periodistas de Revista Activa respondiendo entrevista semiestructurada.		
Participantes	Periodistas de Revista Activa		
Categoría	SubCategoría	Preguntas	Objetivos
Convergencia	Periodismo digital	¿Cuáles son las características narrativas que diferencian a las noticias publicadas en el periódico análogo y en los formatos digitales?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.

Ecosistema mediático	Periodismo digital	¿Qué categorías periodísticas incluyen en sus secciones de noticias?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.
Convergencia	Periodismo digital	¿Cuál ha sido el mayor reto al que se ha tenido que enfrentar el periodista en esta convergencia análogo-digital?	Determinar los nuevos escenarios laborales generados a partir de la migración de lo análogo a lo digital.
El ciberespacio y la comunicación	Periodismo digital	¿De qué manera cuantifican la interacción de su público con las notas publicadas en sus formatos digitales?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.

Convergencia análogo- digital	Digitalización	¿Qué herramientas emplean para la elaboración de las noticias a comparación de forma análoga?	Identificar las herramientas y técnicas empleadas en lo análogo y lo digital para el estudio del proceso de migración tecnológica de los medios impresos en Norte Santander y Santander.
Convergencia	Periodismo digital	¿Cómo es el proceso de redacción de noticias en lo análogo y en el medio digital?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.
Internet y ciberespacio	Digitalización	¿Qué características toman en cuenta al momento de publicar sus noticias en lo análogo y en lo digital?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.

Ecosistema mediático	Periodismo digital	¿Cuáles son las ventajas y desventajas que existen al momento de publicar notas en los medios digitales?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte Santander y Santander.
Ecosistema mediático	Periodismo digital	¿Qué aptitudes debe tener un comunicador para poder ingresar a un periódico actualmente?	Determinar los nuevos escenarios laborales generados a partir de la migración de lo análogo a lo digital.
Convergencia análogo-digital	Digitalización	¿Qué medio es más consumido actualmente entre el análogo y el digital?	Identificar las herramientas y técnicas empleadas en lo análogo y lo digital para el estudio del proceso de migración tecnológica de los medios impresos en Norte Santander y Santander.

Convergencia	Digitalización	¿Que llevó este medio a la digitalización?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.
Ecosistema mediático	Periodismo digital	Según su opinión, ¿el periódico análogo puede llegar a desaparecer?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.
Ecosistema mediático	Periodismo digital	¿Cuál es la mayor dificultad al momento de hacer noticias tanto para lo análogo como para lo digital, actualmente?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.

Internet y ciberespacio	Digitalización	De acuerdo a las edades, ¿qué población consume más las noticias digitales, y en cuáles de las plataformas?	Establecer los cambios en los procesos de producción de contenidos durante la migración de lo análogo a lo digital en los medios impresos en Norte de Santander y Santander.
Convergencia	Periodismo digital	En la actualidad, ¿Cuáles son las herramientas adquiridas para contactarse con las fuentes principales?	Identificar las herramientas y técnicas empleadas en lo análogo y lo digital para el estudio del proceso de migración tecnológica de los medios impresos en Norte Santander y Santander.

Tabla 3. Ficha Técnica

Ficha Técnica	
Realizadores	Isdaly Johana Medina Delgado, Scarlett Alvarado Delgado
Fecha de inicio/Duración	1 hora
Grupo Meta	Periodistas de Revista Activa respondiendo ficha técnica.

Participantes	Periodistas de Revista Activa			
Categoría	Planteamiento	Resultados		
Convergencia	¿Identifica alguna diferencia en los procesos al generar información para medios análogos y medios digitales?	Si	NO	¿Cuáles?
Periodismo Digital	¿Considera importante el valor de la información gratuita que trajo el internet?	Si	NO	¿Por qué?
Digitalización Tecnológica	¿Dispone de las herramientas necesarias para un periodismo digital eficaz?	Si	NO	¿Cuáles son las herramientas necesarias?
Ecosistema Mediático	¿El medio posee especificaciones diferentes para el periodismo digital y el periodismo análogo?	Si	NO	¿Cuáles?
Ciberspacio	¿El internet ha desvalorizado o valorizado el periodismo?	Si	NO	¿Por qué?

Comunicación Digital	¿Existen grandes cambios en el público consumidor del periodismo digital y el consumidor del periodismo análogo?	Si	NO	¿Cuáles?
Digitalización Tecnológica	¿Conoce todas las posibilidades de las herramientas a su disposición para generar noticias?	Si	NO	¿Cuáles utiliza más?
Periodismo Digital	¿Considera importantes las interacciones de las noticias en las redes sociales?	Si	NO	¿Por qué?
Convergencia	¿Han llegado a compartir el material audiovisual de una noticia con periodistas de otros medios?	Si	NO	¿Por qué?
Ecosistema Mediático	¿Ha realizado colaboraciones con otros medios de información en redes sociales? (menciones, comentarios, etc...)	Si	NO	¿Cuáles?

4. RESULTADOS

Al encontrar que Revista Activa se reforzó digitalmente a raíz de la pandemia del año 2020, ahora cuenta con revista impresa-digital y página web. Comenzó a ofrecer mejor accesibilidad a sus usuarios a la vez que logró mayor alcance e influencia, se logra entender que la revista no había hecho modificaciones en torno a lo digital desde el inicio de la transición, lo que indica que hubo resistencia a los nuevos procesos, a los nuevos formatos y dinámicas. Sin embargo, una vez adoptadas por el medio, este se desarrolló de forma exponencial, incrementando la audiencia y su interactividad.

Dentro de las respuestas a los cambios generados por medio de la audiencia, se encontró que un ápice comparativo obedece al estudio sobre generaciones, que aborda el artículo “Heterogeneity of traditional and digital media use among older adults: A six-country comparison” publicado en 2021, este apunta al paralelo de rangos de edades de cada consumidor de medios noticiosos, que en el caso de Revista Activa, es visitada por personas de entre 20 y 50 años, 80% mujeres, 20% hombres, los más jóvenes prefieren leer en formato digital.

Al encontrar que las personas más jóvenes son las que prefieren leer y consumir cualquier tipo de contenido en formato digital, el cual se caracteriza por contenidos con soporte multimedia e interactivo, sin extensiones o léxico complejo; ya que esa es una de las aristas a las que apunta la inmediatez; por ello, se halló que hay una tarea inminente de educar y fomentar la crítica en las audiencias.

En cuanto a las aptitudes que debe asumir un periodista se pudo concretar que dentro del medio se presenta inconformidad por cómo se han estado empleando los beneficios y novedades de la digitalización en torno a la profesión, lo cual ha estado evidenciado en otros trabajos como

el de “Convergencia digital de los principales periódicos de Iberoamérica” que en el contexto ecuatoriano del 2020 señala una falencia dentro de la labor periodística, debido a la falta de componente humano, crítico e investigativo dentro de la producción periodística y los procesos de convergencia.

Se pudo destacar una infalible disyuntiva en cuanto a la premisa de que el formato impreso puede llegar a desaparecer debido a varios factores como la baja demanda y precios por suscripción al medio, el alto consumo de papel y material, la escasa cantidad de audiencia que sigue consumiendo la imprenta. Sin embargo, existe una vertiente dentro del análisis instrumental, que defiende la funcionalidad simultánea entre las dos modalidades (impreso - digital) que se le puede dar al medio, ya que entre ambas se da un complemento hacia lo relevante de un modelo periodístico e interactivo: informar y educar.

Las entrevistas fueron soporte de producción de conocimiento práctico, estas se aplicaron a la directora y periodistas de Revista activa, en las cuales se estudió la expresividad y el contenido, estas categorizaron el conocimiento y los abordajes investigativos que se pueden seguir sistematizando o bien, modificando de acuerdo con la digitalización y las nuevas sucesiones de convergencia en torno al periodismo. Estas dieron respuesta a los tres objetivos planteados en el trabajo investigativo, los cuales son:

4.1 Capítulo 1

Explorando las Herramientas y Técnicas Utilizadas en el Análisis Analógico y Digital del Proceso de Migración Tecnológica de Revista Activa.

En la actualidad, se encuentra en marcha un proceso de transformación tecnológica en Revista Activa, una publicación impresa que busca adaptarse a las demandas cambiantes de su audiencia en un mundo digitalizado. En este proceso, se están empleando una variedad de herramientas y técnicas tanto análogas, como digitales, para facilitar la migración tecnológica de la revista. Estas herramientas permiten a Revista Activa comprender mejor las necesidades de su público y evolucionar en consonancia con las tendencias actuales. A lo largo de esta exploración, se examina cómo la combinación de estas herramientas enriquece y agiliza la transición de Revista Activa hacia un medio más orientado tecnológicamente sin perder de vista su conexión con los lectores tanto en lo análogo, como en lo digital.

Este capítulo está respaldado por la teoría de digitalización tecnológica, según el autor G. A. González (2017), es un proceso donde algo real (físico), es pasado a datos digitales, esto con el fin de que se pueda manejar por una computadora, celular, entre otros. Lo físico, escrito en papel o impreso, se transforma y se aprovecha para otros propósitos distintos de su cometido o función original. Otra autora, Noemi Vázquez Gómez (2021) menciona que, en la actualidad lo digital avanza y evoluciona a un ritmo rápido, cada día surgen nuevas tecnologías y lo que hoy es lo último y más sofisticado, mañana queda totalmente obsoleto, esto indica que el avance vertiginoso de lo digital hace que lo efímero sea más complejo de abarcar. Esta dinámica resalta la necesidad de una adaptación ágil, como la que enfrenta Revista Activa en su migración tecnológica.

Hoy en día, han aparecido nuevas herramientas en el entorno digital de comunicación que hacen más fácil obtener información y conocer diversas fuentes. También, las técnicas empleadas para la recolección y edición de la información han cambiado, en comparación con el tiempo cuando las revistas solo se hacían en papel. Ahora, con la tecnología, es más sencillo encontrar datos gracias a buscadores y redes sociales, en contraste con el pasado, cuando esto era más

complicado. Para editar, las computadoras y programas han reemplazado los métodos antiguos, permitiendo que las revistas tengan un diseño más atractivo y moderno.

En lo análogo la revista utiliza su propio lenguaje impreso, donde prima el texto informativo y como recurso las fotografías, infografías y formatos que se adapten a una hoja de papel; En lo digital el lenguaje es más directo, más específico y corto porque va apoyado de material multimedia, de fotografías, vídeos, infografías, links y material periodístico de soporte que es de gran utilidad.

“En cuanto a lo digital, se toma en cuenta que sea tendencia, algo que se esté manejando en todos los medios de comunicación que se esté hablando de eso, que sea un tema actual que dé de qué hablar, entonces lo digital se mueve mucho por eso, por la tendencia, en lo análogo, está muy ligada al patrocinio, a la información, no solamente a lo actual, sino está relacionado con los temas patrocinados con la información que manejan los contactos, entonces eso es un punto fundamental para este medio de comunicación”. (D. Suárez, comunicación personal, 2022)

Revista Activa utiliza herramientas de mensajería digitales para la recolección de información, como WhatsApp, Telegram y Gmail, así mismo se organizan videollamadas por Meet o Zoom con el fin de lograr una mejor interacción con el entrevistado si se encuentra en una ubicación geográfica distinta, la revista realiza procesos presenciales, donde el periodista tiene que buscar las fuentes e información verídica para sus contenidos, sin embargo, las nuevas tecnologías han permitido experimentar nuevas opciones de desarrollo periodístico.

Las herramientas que más utilizamos para contactarnos con las fuentes obviamente es WhatsApp, el celular, cómo tal las redes sociales son donde contactamos también a otras personas sobre todo Instagram y que son como los lugares donde nosotros podemos hacer como el primer acercamiento con las personas interesadas, de las empresas interesadas en trabajar con nosotros (V. Sánchez,

comunicación personal, 2023).

En el entorno digital contemporáneo, las redes y plataformas sociales son fundamentales, se han transformado en herramientas esenciales que ejercen un papel trascendental; Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, YouTube, son plataformas que conectan a personas de todo el mundo y también desempeñan un papel esencial en la exploración y comprensión de temas y de la sociedad. Estas plataformas se han convertido en canales indispensables para difundir y compartir información.

Yo creo que las redes sociales son una gran fuente de información y también el internet y los buscadores son grandes herramientas que uno puede utilizar para construir noticias y para buscar información de años pasados guardada que sirve mucho para construir una historia y verificar datos, eso sirve demasiado y que ha sido como una de las grandes herramientas que se utilizan ahora para producir noticias de forma digital. (V. Sánchez, comunicación personal, 2023).

Dentro del vasto panorama de recursos digitales disponibles, Google se destaca por proporcionar una serie de herramientas de apoyo que han demostrado ser invaluable en diversas esferas, y en particular, en el caso de Revista Activa. Entre estas herramientas, destaca Google Drive, una plataforma que se ha erigido como un pilar fundamental en la operatividad de la revista. A través de Google Drive, Revista Activa encuentra una solución integral para el manejo y administración de la información que se proyecta publicar, tanto en las redes sociales como en formatos web.

La versatilidad de Google Drive se manifiesta en su capacidad para albergar una amplia variedad de archivos, desde documentos de texto hasta imágenes, videos y presentaciones, en un espacio en la nube que garantiza la accesibilidad desde cualquier dispositivo con conexión a

internet. Esta característica es especialmente valiosa para el equipo de Revista Activa, ya que les permite colaborar de manera efectiva en tiempo real, sin estar limitados por ubicación geográfica o dispositivos específicos.

Hay una herramienta muy buena que se llama Google news, tu das click allí y te sale la noticia por sección, entonces está entretenimiento, deportes, cultura, judicial y también te permite elegir por región, por ciudad. Esta herramienta la utilizamos mucho al comienzo del día, también en el transcurso del día para mirar qué temas son tendencias en los medios de comunicación, cuáles son las notas más publicadas (K. Barreto, comunicación personal, 2023).

Por otro lado, están los programas de edición que utilizan en su material gráfico y audiovisual, herramientas que actúan como catalizadores de la creatividad y la expresión visual. Los más utilizados son Canva, Photoshop, Illustrator, InDesign y Premiere, cada uno con su conjunto único de capacidades que impulsan la creación de contenidos tanto en formatos análogos como digitales.

Se trabaja mucho con aplicaciones, con el software de adobe que incluye Photoshop, Illustrator, InDesign y Premiere, para lo que son videos, se trabajan aplicaciones incluso como Canva, que son a la mano, que te facilitan la edición de algo para redes sociales, eso se trabaja mucho y bueno otras más (D. Suárez, comunicación personal, 2023).

Canva, por ejemplo, se ha convertido en un lienzo digital para creadores de todos los niveles, permitiendo la materialización de ideas visuales de manera intuitiva y dinámica. Photoshop, se alza como el estándar de edición fotográfica, ofreciendo un abanico de herramientas para perfeccionar y transformar imágenes en obras de arte digital. Illustrator, por su parte, se

destaca en la creación de gráficos vectoriales, garantizando una calidad y escalabilidad inigualables.

A su vez, InDesign facilita la maquetación profesional, fusionando elementos visuales y textuales de forma elegante. Por último, Adobe Premiere emerge como el punto de referencia en la edición de vídeo, potenciando la narración visual con su conjunto de características avanzadas. En conjunto, estos programas han revolucionado la forma en la que se concibe y se comparten contenidos visuales y audiovisuales.

En el contexto actual de la publicación de contenido, se ha ampliado el concepto de multitasking y multidimensionalidad. Las herramientas disponibles para los creadores de contenido ahora integran una variedad de funciones que antes no estaban disponibles en el ámbito analógico. La digitalización ha permitido que estas herramientas evolucionen constantemente para adaptarse a las necesidades cambiantes de los usuarios y las demandas del mercado.

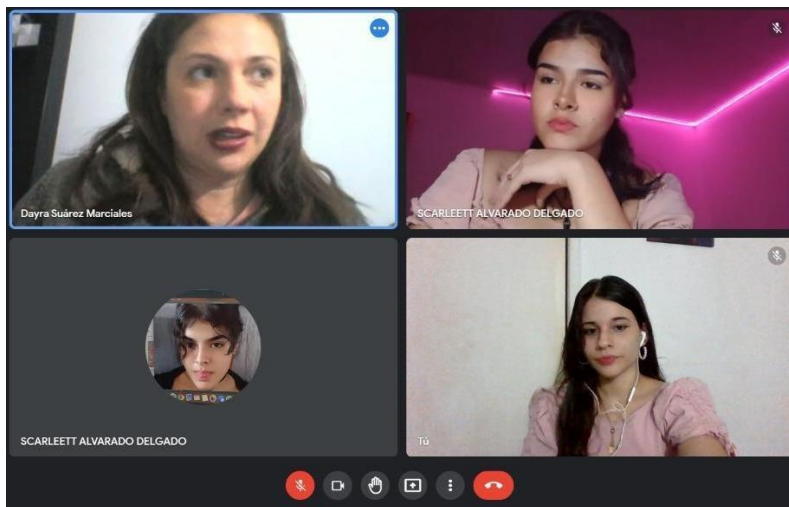
Una de las características más destacadas de esta evolución es la capacidad de combinar formatos diferentes para crear experiencias multimediales e hipertextuales efectivas. Esto implica la integración de texto, imágenes y videos, así como la inclusión de enlaces a recursos adicionales dentro del contenido publicado. Esta interconexión de información crea una especie de "multiverso" de contenido donde los usuarios pueden sumergirse en una variedad de temas y explorar una gama diversa de recursos relacionados.

La revolución en técnicas y herramientas ha democratizado el acceso a la creación de contenido, permitiendo que una amplia gama de creadores, desde periodistas hasta bloggers y creadores de contenido independientes, puedan participar en el proceso de publicación y

distribución de información. Esto ha llevado a una explosión de creatividad y diversidad en el paisaje mediático, donde una amplia gama de voces y perspectivas pueden encontrar su lugar.

En conjunto, la digitalización ha transformado profundamente las técnicas y procesos de publicación de contenido, extendiendo las posibilidades de multitasking y multidimensionalidad. Las herramientas digitales ofrecen una gama cada vez mayor de funciones y capacidades que permiten a los creadores de contenido experimentar con una variedad de formatos y técnicas. Esta evolución ha llevado a la creación de un multiverso de información ilimitada, donde la creatividad y la innovación florecen en un entorno en constante cambio.

Imagen 1: Entrevista a periodistas de Revista Activa



Fuente: Entrevista virtual con Dayra Suárez, editora de contenido de Revista Activa.

4.2 Capítulo 2

Transformaciones en los Procesos de Producción de Contenidos durante la Transición de lo Analógico a lo Digital en Revista Activa.

Los procesos de producción de contenido dentro de la labor periodística han tenido cambios debido a la transición del formato análogo a digital, por ello, está puesto como segundo factor importante a analizar dentro de los objetivos desarrollados a lo largo de la investigación. Estos cambios se han venido estudiando conforme van surgiendo y se han establecido a un punto en el que es posible, viable y enriquecedor sistematizar los saberes que se han generado a raíz de esos cambios y a raíz de las adaptaciones que demandan.

Hay una constante afirmación y acentuación por parte del equipo de trabajadores de Revista Activa en el hecho de que existe un común denominador en el hábito consumidor de la audiencia digital que se enmarca en lo directo, corto y atractivo; de no cumplirse con estos lineamientos, el eje de consumo no subirá, siendo este un catalizador de atención instantánea y efectiva que se genera a través de un contenido creado por el medio.

Esto mismo lo sustenta el abordaje de Gabriel Pérez Salazar en 2012, la nueva oleada de formatos más visuales, cortos y directos se convierten, en la demanda de los usuarios de cualquier medio escrito y así mismo, en una transformación mediática de los formatos y herramientas debido a un “eje indiscutido de los cambios”, que aborda la aparición de la Internet como “la ventana más impresionante para acceder al dato y el recurso que oscila entre la comunicación masiva y la personalizada”.

La proyección de contenidos en Revista Activa ha tenido un bagaje de 15 años de producciones y publicaciones, pero no fue sino hasta el año 2020 que se fortaleció el ámbito digital y comenzaron a potencializar el acceso a esta. Hubo cambios en la estructura y la narrativa digital, la cual se fundamenta en lo puntual y lo concreto, maneja categorías no tan judiciales, los marcos que emplea ahora el formato digital en la revista son referentes al periodismo de entretenimiento y el periodismo comercial, con características que están basadas en la tendencia y la actualidad.

Un característico y determinante rasgo en los procesos de producción de contenido es que el periodista que ha migrado al plano digital, se siente ahora limitado y reducido con el espacio que tiene la información para ser segmentada en los contenidos posibles a manejar dentro de este actual plano, a diferencia del análogo, que en palabras de Lorena Vargas, ex periodista redactora de Revista Activa:

Tiene mayor libertad como de poder desarrollar su narrativa, mientras que cuando se escala lo digital, pues ya hay que pensar también en la persona que va a leer y en ese ritmo que lleva ese lector de consumir (L. Vargas, comunicación personal, 2023).

De esta forma, al analizar el enfoque que varía dentro de un medio escrito a otro, una revista está más cargada de entretenimiento, tecnología, cultura, turismo, salud y estética, como los nuevos intereses que se mueven en esta audiencia actualmente, los cuales están ligados a la tendencia y a lo ‘viral’, mismo contenido que conjuga con la producción de contenido corto, directo y entretenido, o en el caso de las noticias y reportajes; que genera intriga.

Los contenidos que se despliegan actualmente están estrechamente relacionados con la parte emocional, la parte sensorial, que es emprendida a partir del acompañamiento del lenguaje multimedia, que son todas esas herramientas que se permiten desde el audio, el video y la parte gráfica, la lectura de contenido noticioso ahora toma una necesidad de incentivo simbólico y representativo.

Partiendo de eso, se puede señalar que el mayor debate que se genera, está centrado en considerar un beneficio o no el auge digital, por otro lado, si la llegada del internet puede valorizar o desvalorizar el oficio, si la imprenta perdurará, cada uno de estos interrogantes son los más importantes a la hora del análisis, ya que sintetizar experiencias y percepciones sobre el destino

incierto de los medios en este proceso contribuye a la consecución de conocimiento práctico a la vanguardia de nuevas condiciones mediáticas.

Como aspecto clave a tener en cuenta, en términos contrastivos, el campo digital puede registrar más rápida y eficazmente información de los usuarios y determinados intereses, dentro del esquema de caracterizaciones y herramientas que brinda la digitalización, entonces se habla del hecho de que se puede cuantificar la atención, interacción del público y así mismo se diagnostican las representaciones y dinámicas de lenguaje que se reflejan en la demanda.

Dentro de ese análisis comparativo que suscita cada tipo de formato mediático, el análogo es más paulatinamente ejercido e integrado, porque como lo explica Freddy Peñaranda, ex-periodista de Revista Activa:

En lo análogo digamos que hay un tiempo para que el periodista busque la noticia, la redacte y hay unos filtros, un proceso, en el cual hay diferentes personas encargadas, hay que tomar, tanto las fotos, buscar la noticia, en este caso el periodista, quien hace la entrevista a la persona destacada, luego está el diseñador que crea las piezas gráficas, está el de la imprenta que es el que revisa la noticia, hay una persona encargada de todo el tema biográfico, hay como todo un proceso para poder publicar la noticia (F. Peñaranda, comunicación personal, 2023).

Otros trabajadores de este medio afirman y concuerdan que el proceso de redacción digital es más limitado, sencillo e inmediato, pues menos personas y en menos tiempo se hacen cargo de los contenidos en el panorama digital, el cual es intangible y corregible como una dimensión mediática distinta a la física, en la cual no hay una función de “editar” esto explica lo que menciona G. A. González en 2017 “El mundo actual está inmerso en la digitalización y ya no puede prescindir de ello, ya que la sociedad está en un mundo digital.”

Es decir, al momento de generar y entregar contenido para el panorama análogo de los medios escritos se requieren entre 6 a 10 personas detrás de alguna noticia o publlirreportaje, mientras que para el digital una sola persona cubrir más de dos noticias en una sección determinada del medio, como lo es en el caso de la revista, que tiene sus dos versiones, por lo cual existen dos modos de trabajo distintos que pueden llegar a complementarse de alguna forma, pero siempre hay más tendencia a uno que a otro, aquí ya se habla del origen de una transformación digital.

Al hablar de funciones como “editar” se suman otras que abordan los elementos de la digitalización como la ‘hipertextualidad’ que da pie a la interconexión de distintas plataformas, aplicaciones y medios a través de enlaces, en los cuales se comparten y complementan audiencias y contenidos, por esto mismo se dice que la digitalización es más compleja al no haber un orden o categorización suficiente para la masiva información que existe, misma complejidad que señala Noemi Vázquez Gómez (2021) “en la actualidad lo digital avanza y evoluciona a un ritmo rápido, cada día surgen nuevas tecnologías y lo que hoy es lo último y más sofisticado, mañana queda totalmente obsoleto.”

Uno de los tantos términos importantes que rodean este tema, es el de “representación”, se dice de un corpus de conocimientos que hacen inteligible la realidad física, si resumimos a Moscovici (1979). Lo que ocasionó la migración digital de los medios responde a lo que podría ser una alteración de las representaciones y una de las principales causas sociales para que emerja esa alteración es la dispersión de la información; demasiada información que no se organiza o categoriza lo suficiente. La objetividad puede pasar a otro plano, porque como se evidencia, está en una escala de prioridad contrapuesta al deber de llamar la atención o generar intriga.

Desde un punto más estructurado de opciones y características que se encaran dentro de un margen de utilidades y facilidades, en el equipo de Revista Activa, se ha recolectado sobre todo

una dualidad dentro de la misma funcionalidad, la ventaja y la desventaja dentro de sí misma, otro elemento particular de la digitalización como lo es la “inmediatez” brinda esa funcionalidad en la que se puede contraponer la rapidez y entretenimiento que se demanda a la rigurosidad y veracidad que el oficio periodístico requiere.

Por esto que se ha mencionado, es importante abarcar y analizar la dinámica que ha propiciado el salto digital, que consta de nuevas tareas atribuidas a los periodistas y también nuevos comportamientos de la audiencia en sus hábitos de recepción de información, ya que no se basa de solo texto e imágenes ahora, si dentro del propio texto hay cambios para el ‘lector digital’ como la estructura multimedia y nuevos formatos como el visual, auditivo y audiovisual. teóricamente se explica así:

Una tecnología puede convertirse en un medio, el proceso está sujeto a ciertas condiciones de producción que dan lugar a ciertos usos, condiciones que determinan cómo el receptor puede reconocerse como tal, brindándoles una lectura única. (Verón, 2001. P. 2).

Como Giovana Sanchez, periodista de la revista, menciona “los públicos están creciendo, las audiencias están mutando” el reconocerse dentro de una lectura única es el fundamento de requiere brindar la labor periodística y dentro de un fenómeno (digitalización) de variaciones tecnológicas y consecuentemente, semióticas, es crucial gestionar reformas y reestructuraciones de todos los elementos comunicativos que se emplean en masa y caben en la práctica dialógico - crítica que causa la difusión de información en masa.

Otro punto de discusión a tener en cuenta es la posibilidad que tiene el medio análogo en esta situación, donde lo digital, que bajo un estudio de generaciones es más consumido; es decir ¿el medio análogo podría llegar a desaparecer? Se pudo comprobar que genera debate entre los

trabajadores de Revista Activa, ya que el 70% de periodistas dice que sí puede llegar a desaparecer, en cambio un 30% dice que no, ahora bien, las razones del porcentaje que refuta la posibilidad, plantean que el consumo del formato análogo va a reducir a gran escala.

Así que dentro de este mismo campo de debate se abre un estudio de probabilidades, analizando y diagnosticando las nuevas nociones y representaciones sociales que se den tanto de la gestión como de la recepción de información, e incluso de la información misma, premeditada por las tecnologías, actuales y próximas a surgir. El resultado de ahora es neutro, aún no se termina del todo el modo análogo de los medios, ya que, por ejemplo, en la Revista Activa aún hay demanda.

Culminado un sondeo de opiniones y saberes generados a raíz de esta sistematización, hay variedad de condiciones en las que se da una dificultad al generar contenido dentro la revista Activa, un 30% de los trabajadores concuerdan en que la gestión y el contraste de fuentes es algo muy relevante y estricto al momento de trabajar la información; del mismo modo afirman que no es tan sencillo llegar a una veracidad instantánea.

Otras opiniones del medio mencionan que crear contenido novedoso y que atraiga es lo más difícil en el medio, reinventarse se considera la tarea más importante y complicada en el mundo de la información y la difusión mediática, y en el medio escrito, como la revista o el periódico, -por estar encima de otras plataformas o canales- es más exigida la tarea de entregar algo nuevo siempre al lector.

Adaptarse al multiformato y a lo instrumentalista que es la digitalización es uno de los mayores retos en el oficio, ir a la par de cada herramienta, por la tanto conocimiento y técnica es

lo que ocupa a cada trabajador del medio en un afanoso proceso de reinención y adaptación constante, así es como lo expresa, Giovana Sanchez, periodista de la Revista Activa.

En promedio, las edades que consumen más plataformas, medios y contenidos digitales son personas desde los 25 hasta los 50 años de edad, las edades posteriores a 50 años aún los consumen en su mayoría de manera análoga, y como se manifiesta este paralelo generacional, da un gran paso a demostrar y verificar de manera directa cómo será el estado de consumo por parte de las audiencias en los próximos años, lo mismo complementaría información para el debate sobre la desaparición del medio análogo.

Sin duda alguna, se determina un campo de estudio para aterrizar este planteamiento en aras experimentales, la digitalización de medios escritos ha sido un fenómeno que cambió distintos aspectos de la gestión mediática y llevó al cambio, en función de ello, la labor periodística, en la cual se vinculan nuevos escenarios laborales que se disponen a raíz de la transformación digital en los medios de comunicación.

Últimamente, los procesos de producción de contenido han evolucionado hacia modelos de negocio más estructurados y centrados en el cliente, como la suscripción y la compra de contenidos. La personalización del servicio se ha convertido en un elemento fundamental para atraer y retener a los usuarios en un mercado cada vez más competitivo. Si bien los avances tecnológicos han reducido la necesidad de trabajo manual en la producción de contenido, esto no significa que se requiera menos esfuerzo por parte de los medios para satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más exigente.

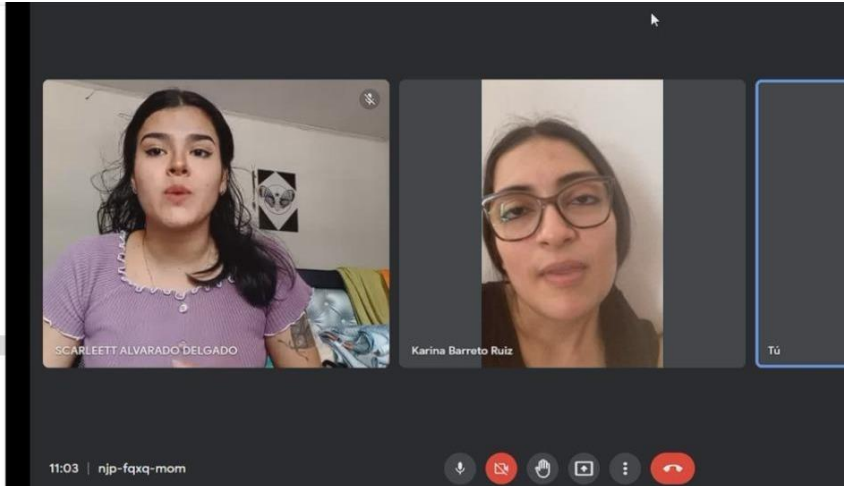
En este sentido, la negociación de la información se ha vuelto crucial. Los medios deben encontrar la manera de ofrecer una amplia gama de contenido sin comprometer la calidad y la

veracidad. Esto implica desarrollar estrategias creativas y económicas para persuadir a los clientes de que la suscripción a su servicio vale la pena. La diversificación de modelos de suscripción, como las suscripciones mensuales, anuales, por contenido premium o acceso a paquetes específicos, se convierte en una estrategia clave para atraer a diferentes segmentos de la audiencia y garantizar una base sólida de ingresos.

Es importante destacar que, a pesar de la creciente importancia de la monetización del contenido, la calidad y la integridad periodística siguen siendo fundamentales. Los medios deben mantener altos estándares éticos y de profesionalismo para ganarse la confianza y lealtad de su audiencia. La producción de contenido relevante, informativo y entretenido sigue siendo el corazón de cualquier estrategia exitosa, independientemente del modelo de negocio adoptado.

En conclusión, en un panorama mediático en constante evolución, la personalización del servicio y la diversificación de modelos de negocio se han vuelto cruciales para la supervivencia y el éxito de los medios de comunicación escritos. Sin embargo, estos cambios no deben dejar de lado la calidad y la integridad del contenido periodístico. La negociación efectiva de la información y la adaptación a las demandas del mercado son elementos clave para mantener la relevancia y la sostenibilidad a largo plazo.

Imagen 2: Entrevista a periodistas de Revista Activa



Fuente: Entrevista virtual con Karina Barreto, periodista de Revista Activa.

4.3 Capítulo 3

Exploración de los Escenarios Laborales Emergentes tras la Transición de lo Analógico a lo Digital.

En un mundo impulsado por la tecnología y la innovación, la transición de lo analógico a lo digital está generando una reconfiguración profunda en los escenarios laborales. Esta transformación está marcando el camino hacia nuevas formas de trabajo, oportunidades y desafíos sin precedentes. A medida que las empresas y las industrias migran hacia lo digital, se abren escenarios laborales emergentes que requieren una comprensión detallada y una anticipación cuidadosa. En esta exploración, se analizará cómo la convergencia de lo analógico y lo digital da forma a la dinámica laboral actual y cómo las habilidades, roles y perspectivas profesionales evolucionan en este cambiante panorama.

Una teoría que respalda este capítulo, es el ciberespacio y la comunicación, es un ambiente generado por las redes informáticas, siendo intangible y desvinculado del mundo físico. Surge de la interconexión global de computadoras y es un nuevo medio de comunicación, varias personas conectadas a una misma red donde pueden relacionarse entre sí. Contiene información y es nutrido por individuos que interactúan en él, a través de medios como videollamadas, mensajes, llamadas y redes sociales.

El autor Orihuela, afirma que el ciberespacio es “aquel emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y públicos, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa lenguaje multimedia, interactivo e hipertextual y se actualiza y se publica en la red internet”, es decir, se relaciona con un individuo que compone contenido con la intención de compartirlo en Internet y proporcionar información a la audiencia como un mediador. Este mediador emplea enfoques particulares para narrar, incorporando elementos como imágenes, videos y enlaces interactivos. Además, se esfuerza por mantener la información relevante y actualizada, asegurándose de que esté disponible en la red de Internet para ser consultada por aquellos interesados.

Por otro lado, el autor Levy, menciona que “el ciberespacio es sinónimo de cibermedios y cibercultura”. Esta afirmación sugiere que el ciberespacio no es simplemente un espacio vacío en línea, sino que engloba elementos más complejos y significativos. La referencia a "cibermedios" apunta a la naturaleza comunicativa de este espacio, indicando que no solo es una plataforma tecnológica, sino también un medio para compartir información, historias y comunicarse.

Los escenarios laborales que se muestran propicios después de que se dio la digitalización se ven reflejados en la complejidad y los retos que envuelven el oficio periodístico principalmente, dentro de un fenómeno que es continuo y avanza cada vez más. Lo que es claro ahora con respecto

a lo que demandan los perfiles laborales, no lo es para un par de años más adelante, a todo esto, la situación que se genera es una dualidad que maneja la digitalización del periódico entre lo que ofrece la innovación tecnológica y la adaptación que sea capaz de emplear el oficio periodístico, las aptitudes que tenga un comunicador son esenciales para un buen trabajo profesional, ya sea para trabajar independientemente o con una empresa.

Las aptitudes que requiere un periodista en estos tiempos, es que tiene que tener conocimiento de los tiempos anteriores, esto es una recopilación de lo de antes y lo de ahora, porque una persona que solo maneje la parte multimedia en este momento, pero que no tenga la consistencia de un periodista de los de la antigua escuela, tampoco es muy útil para el medio de comunicación, entonces ante todo ética profesional, responsabilidad, compromiso, visión, olfato periodístico, manejo adecuado de la escuela de información, la lectura en esas entrevistas, en esas cosas de los contextos, de conocimiento, de lo que sucede en la vida real, así sea un tema más banal, pero que sepa cuál es su relación con el contexto en el que se está desarrollando diariamente en estos casos las habilidades, en cuanto herramientas tecnológicas, lenguajes o narrativas que están relacionadas con la parte digital, el manejo de estos públicos de estos tiempos (D. Suárez, comunicación personal, 2023).

El salto a lo digital fue y sigue siendo un hecho que constituyó la posición que debe asumir el nuevo periodista, alterada por el contexto (condiciones socio-económicas, culturales y políticas) es decir, los temas estructurales que rodean un sector limitan el rol del comunicador social y del periodista, que lo deja en la compleja y constante responsabilidad de influir, adaptarse y reparar, bajo parámetros analíticos y constructivos. Es un reto para el periodista actual y el que se desarrolla capacitarse y aprender para los cambios continuos, para lograr tener conocimientos previos y sólidos sobre su carrera y cómo se desempeñará como profesional o en un medio.

Un comunicador debe de tener ética, saber escribir, hacer contenido bueno, que sea respetuoso con sus fuentes, con sus historias, con la ciudadanía, con la comunidad, pero adicional que sepa un poco más del tema digital, hay que trabajar en equipo, entonces puede que yo no sepa diseñar, pero entonces la idea es que haya un diseñador que me apoye a mí en el proceso de diseño porque el comunicador es comunicador, no es diseñador, no es fotógrafo, hay muchos que tienen las cualidades, pero no todos las tienen, entonces es importante que tenga el conocimiento para que sepa orientar a su equipo, pero sobretodo que tengas las herramientas para seguir contando historias a través de las nuevas narrativas. (G. Chaves, comunicación personal, 2023).

La exploración de los nuevos escenarios laborales originados por la transición de lo analógico a lo digital es un proceso en constante evolución y adaptación. La continua construcción de modalidades mediadas por la tecnología añade complejidad a esta tarea. La proliferación de información, la propagación de noticias falsas y la necesidad de fomentar el interés de las audiencias más jóvenes son desafíos recurrentes en los medios. Sin embargo, a medida que se desarrollan nuevas herramientas y enfoques, las oportunidades emergen para abordar estos desafíos y navegar con éxito en el cambiante panorama laboral. El análisis y la adaptación continua serán esenciales para enfrentar los retos y capitalizar las ventajas que ofrece este emocionante nuevo entorno digital.

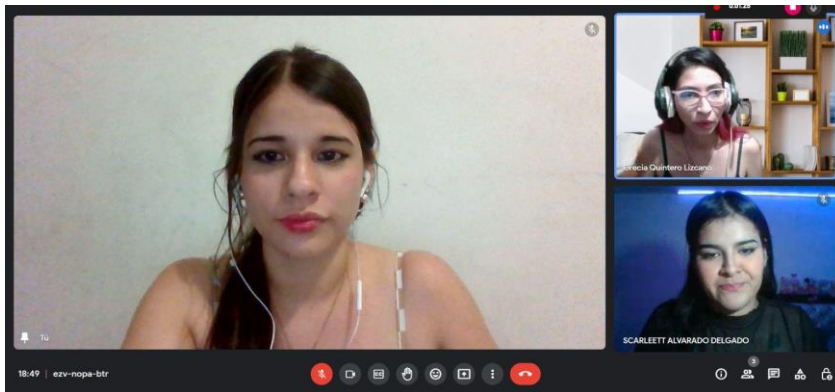
Ahora, en este paisaje mediático, se observa un equilibrio entre la complejidad de las tareas que enfrentan los periodistas, ya sea en entornos análogos o digitales. En el pasado, el trabajo periodístico solía ser más individualizado y abarcaba una gama más amplia de roles dentro de una organización mediática. Por lo general, había más personal empleado en un medio, y cada individuo se dedicaba a una función específica. Sin embargo, en la actualidad, la tecnología ha transformado radicalmente esta dinámica.

Hoy en día, los periodistas se enfrentan a la tarea de cumplir múltiples roles dentro de una organización mediática. Gracias a las herramientas digitales, software e inteligencia artificial, un solo periodista puede realizar tareas que anteriormente requerirían un equipo completo. Esto ha llevado a una reducción en la cantidad de empleados en los medios de comunicación, ya que la tecnología permite una mayor eficiencia en la producción y distribución de contenido.

Además de adaptarse a estos cambios, los periodistas deben asumir un papel activo en la experimentación e innovación dentro del campo del periodismo. La innovación no se trata simplemente de hacer algo nuevo, sino de transformar estratégicamente la práctica periodística para satisfacer las necesidades cambiantes de la audiencia. Esto implica un estudio cuidadoso de los pensamientos, las costumbres, los intereses y las curiosidades de las personas que consumen noticias y otros contenidos periodísticos. Al comprender profundamente a su audiencia, los periodistas pueden ajustar su enfoque y utilizar herramientas y técnicas que complementen estas nuevas necesidades de manera efectiva.

Finalizando esta cavilación, el periodismo contemporáneo se encuentra en un punto de inflexión, donde la tecnología está transformando la forma en que se producen y consumen las noticias. Los periodistas deben adaptarse a estos cambios y asumir un papel activo en la experimentación e innovación dentro del campo. Al comprender a fondo a su audiencia y utilizar herramientas digitales de manera efectiva, los periodistas pueden continuar cumpliendo su papel crucial en la sociedad y proporcionar contenido relevante y significativo en un mundo cada vez más digitalizado.

Imagen 3: Entrevista a periodistas de Revista Activa



Fuente: Entrevista virtual con Grecia Quintero, periodista de Revista Activa.

5. CONCLUSIONES

En el transcurso del desarrollo de la investigación se han podido evidenciar las siguientes conclusiones:

La digitalización es un tema actual, medianamente explorado, sin embargo, dentro de lo que puede delimitar el contexto, las herramientas mediáticas, y otras condiciones que reúne, este es un fenómeno no tan estudiado, que a lo sumo ha tenido un análisis empírico, dentro de lo que cabe en la recolección de datos, opiniones y saberes, se extrae que hay un conocimiento de ciertos elementos que tiene el entorno digital como la inmediatez, la hipertextualidad, y la interactividad.

La convergencia de los medios análogos al entorno digital es inexorable, inclusive necesaria, los medios de comunicación deben optar por la creación de plataformas web que se adapten a las necesidades del público en el entorno digital, abre paso a otro mundo consumido solo digitalmente, donde todo es accesible mediante el uso de las nuevas tecnologías y el internet.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, la información es más efímera, pero se puede recopilar digitalmente, fenómeno que, al ser ambivalente, puede generar inestabilidad en función de la ética y la veracidad de la información y contenidos mediáticos, sin embargo, no quiere decir que deba evitarse, más bien se debe potenciar su uso en función educativa y crítica, para fomentar nuevos rumbos enriquecedores dentro de la amplia visión del periodismo.

Al encontrar que las personas más jóvenes son las que prefieren leer y consumir cualquier tipo de contenido en formato digital, el cual se caracteriza por contenidos con soporte multimedia e interactivo, sin extensiones o léxico complejo, ya que esa es una de las características a las que apunta la inmediatez, se concluye que hay un compromiso ineludible de educar y fomentar el

pensamiento crítico en las audiencias, eso, sin dejar de lado las ventajas que ofrece el ecosistema digital.

La evolución del periodismo desde la invención de la imprenta hasta la transición digital ha sido un proceso de cambio constante. Desde la revolución de Gutenberg en el siglo XV, la imprenta ha revolucionado la comunicación y el acceso al conocimiento. El avance tecnológico llevó a la era digital, que trajo consigo cambios profundos en la forma en que se comunica y consume información. La migración hacia lo digital ha remodelado la producción y presentación de noticias, con una creciente demanda de contenido multimedia e inmediato.

A nivel latinoamericano, la convergencia digital ha influido en la forma de redacción y presentación de noticias, permitiendo un alcance global y un nuevo enfoque en la interactividad. El caso de Revista Activa demostró cómo la transición digital ha redefinido la relación entre los medios y su audiencia, demandando nuevas competencias de los periodistas. En este contexto, el periodismo ha experimentado una evolución continua para mantenerse relevante en la sociedad actualmente conectada.

La migración de lo análogo a lo digital ha revolucionado la comunicación, impulsando la convergencia de herramientas y estrategias en el campo periodístico. Esta investigación abordó la necesidad de adaptación en la era digital, resaltando la importancia de nuevas habilidades para los comunicadores. A través del análisis exhaustivo de los medios regionales, se subraya la urgencia de una transformación completa para mantener la relevancia y efectividad en el panorama comunicacional actual.

El proyecto empleó una metodología cualitativa basada en entrevistas, análisis del discurso y observación para abordar la migración de lo análogo a lo digital en los medios. Se enfocó en

aspectos ideológicos y contextuales más que en cifras, buscando comprender el proceso desde una perspectiva espontánea e integral. La metodología cualitativa permitió una exploración en profundidad, y la sistematización de experiencias demostró ser una herramienta adecuada para analizar la evolución de los medios impresos hacia lo digital en la región, caso Revista Activa; por último, el proyecto contribuyó a una comprensión más amplia de este cambio y su impacto en la comunicación.

Revista Activa ilustró un proceso de transformación digital que resultó en un crecimiento exponencial de su alcance e interactividad. A través de la combinación de formatos impresos y digitales, la revista logró una mayor accesibilidad para sus usuarios, atrayendo a una audiencia diversa, predominantemente compuesta por mujeres jóvenes.

La preferencia de los jóvenes por el formato digital resalta la importancia de contenidos multimedia e inmediatos, lo que a su vez subraya la necesidad de fomentar la educación crítica entre las audiencias. En cuanto a los periodistas, la disyuntiva entre el formato impreso y digital plantea desafíos en cuanto a la adaptación y calidad del contenido que se crea. La convergencia entre ambas modalidades emerge como una posibilidad funcional y coexistente.

Las entrevistas que se realizaron a los profesionales de Revista Activa demostraron cómo la digitalización impactó en la expresividad y enfoque del contenido, lo que demostró la necesidad de una continua adaptación e innovación en el periodismo. Revista Activa ilustró la importancia de abrazar los cambios tecnológicos y de adaptarse a las necesidades cambiantes de las audiencias para mantener la relevancia y calidad en el periodismo actual.

Todo esto apunta a darnos una extensa idea exploratoria de sistematización de información mediante una sintetización de experiencias entre cada capítulo de resultados sobre la evolución de

las técnicas y herramientas que se emplean para la labor periodística, los cambios en los procesos de producción de contenidos, y finalmente, cómo se han estado transformando los escenarios laborales que emergen tras esta transición en los medios escritos, más específicamente en la región y plantea:

En la era digital, la relación entre las empresas mediáticas y los consumidores ha evolucionado drásticamente. Antes, la esencia de un periódico radicaba en la calidad de la información que ofrecía. Sin embargo, en la actualidad, la abundancia de información disponible en línea ha convertido esta materia prima en una comodidad. Ahora, el verdadero valor se encuentra en cómo se filtra y presenta esa información al público, así como en los beneficios adicionales que ofrece el medio para fomentar la fidelidad a la suscripción.

En un entorno donde los medios de comunicación tradicionales luchan por mantenerse relevantes frente a la competencia de plataformas digitales gratuitas, la fidelización de los suscriptores se ha convertido en un desafío clave. Los medios de pago deben demostrar su valor añadido para justificar el gasto, ya que compiten directamente con fuentes que ofrecen información similar de manera gratuita.

Una estrategia efectiva para fomentar la fidelidad a la suscripción es la personalización. Con la recopilación de datos sobre las preferencias individuales de los usuarios, los proveedores de servicios pueden adaptar el contenido y la experiencia de usuario a las necesidades específicas de cada individuo. Esto implica conocer cuándo prefieren consumir información, qué dispositivos o plataformas utilizan con mayor frecuencia y qué tipo de contenido les resulta más relevante, esto designa un orden sistemático y estratégico de presentarlo. Al ofrecer una experiencia personalizada, los medios pueden mejorar significativamente la satisfacción del cliente y aumentar la probabilidad de que los usuarios opten por suscribirse y permanecer leales a la plataforma.

Por otro lado, en el panorama actual del periodismo y la publicación de contenido, los periodistas han adoptado una estrategia más dinámica e interactiva que nunca. Integrar las redes sociales en su práctica diaria se ha vuelto prácticamente obligatorio. Esto les permite no solo difundir su trabajo, sino también interactuar con los lectores, analizar las reacciones y retroalimentación del público, y utilizar esta información para mejorar y adaptar su contenido.

Los periodistas de hoy en día no solo se limitan a escribir y publicar artículos, sino que también se convierten en curadores de contenido, seleccionando cuidadosamente lo que mostrarán a su audiencia. Utilizan datos recopilados de las interacciones en redes sociales para identificar tendencias, temas de interés y áreas de debate entre los lectores. Esta retroalimentación les permite afinar su enfoque editorial y producir contenido que resuene con su audiencia.

Además de la integración de las redes sociales, los periodistas deben ser multidisciplinarios en sus habilidades. Esto significa que no solo deben ser expertos en redacción y reportaje, sino también tener conocimientos en diseño, desarrollo web y comunicación. La creación de contenido en el entorno digital requiere una comprensión profunda de cómo presentar la información de manera efectiva en línea, utilizando herramientas y técnicas que mejoren la accesibilidad y la experiencia del usuario.

En el espacio de la web social, los periodistas deben demostrar habilidad y agilidad creativa, así mismo, habilidades de adaptación. Cada plataforma tiene sus propias características y audiencia única, por lo que es importante que los periodistas sepan cómo aprovechar al máximo cada una de ellas. Además, la escritura precisa y la verificación de hechos siguen siendo fundamentales, incluso en un entorno donde la experimentación y la innovación son bienvenidas.

En conclusión, la relación entre las empresas de medios y los consumidores ha evolucionado hacia un modelo donde la personalización y la experiencia del usuario son fundamentales para fomentar la fidelidad a la suscripción. En un mercado saturado de información gratuita, los medios de pago deben destacarse no solo por la calidad de su contenido, sino también por su capacidad para adaptarse a las preferencias individuales de los usuarios y ofrecer un valor añadido que justifique el coste de la suscripción.

Para cerrar este último campo reflexivo, el periodismo contemporáneo se ha vuelto más interactivo, dinámico y multidisciplinario que nunca antes. Los periodistas integran las redes sociales en su práctica diaria, utilizan la retroalimentación del público para mejorar su contenido y se mantienen al día con las últimas tendencias tecnológicas y herramientas de comunicación. Ser ágil, creativo y estar dispuesto a experimentar son habilidades esenciales en este entorno en constante evolución.

6. RECOMENDACIONES

Se considera primordial la implementación de estrategias y técnicas dentro del espacio académico que motiven el desarrollo de investigaciones informativas en torno a lo digital, ya que desde la comunicación social como programa educativo se puede entender y buscar explicar su desarrollo y evolución.

Se recomienda persistir en el campo de la investigación de medios de comunicación, dando continuidad al actual proyecto, ya que este permite indagar en la trascendencia de información de los medios con respecto a la llegada de las nuevas tecnologías y su convergencia digital.

Teniendo en cuenta el punto de vista analítico y experimental, como una variable clave dentro de la investigación, se sugiere abordar y complementar más ángulos de proyección en el marco teórico y referentes que preceden y amplíen cada factor y consecuencia en el campo de estudio.

En materia de contenido metodológico del proyecto, es viable y fortalecedor actualizar y comparar otras herramientas e instrumentos para diversificar el desarrollo y resultados posibles en la temática, fundamentando un recubrimiento sólido para tomar o descartar diferentes horizontes de estudio a partir de este.

Es recomendable también para los estudiantes del programa continuar la investigación con otros medios de comunicación de otras regiones y del país, sobre el proceso de convergencia y los cambios de los medios impresos en cuanto a la llegada del entorno digital, y así entender su funcionamiento, su escala de alcance, su evolución y adaptación de manera intercultural.

El programa y la institución podrían ejercer más valoraciones en torno al tema para generar ajustes y mejor dirección en el proceso de reformar y reestructurar los puntos claves; en el plantel y sistema educativo, que se indagan a partir de todo el corpus de conocimiento ya articulado en este trabajo.

Se sugiere al área de comunicación social su plena disposición a la adaptación y reinención estratégica para el cumplimiento de valores y tareas irrefutables que comprenden la rigurosidad en medidas resolutivas dentro del espacio y oficio periodístico.

Finalmente, una de las inminentes tareas a ejercer de la mano del compromiso ético y el desarrollo de las siguientes generaciones en el periodismo y la comunicación social, es un mayor entendimiento y abordaje de la sociedad estudiantil en las academias y planteles educativos, siendo los integrantes gestores recientes de los cambios psico-sociales y culturales que dirigen elementos importantes en esta investigación, más importante que la comunicación es la comprensión, tanto de aptitudes como de competencias guiadas por factores de la vida en la actual sociedad, que los educadores deben atender íntegramente.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarado Domínguez, J. M. (2020) Proyecto de investigación para la transición de la prensa escrita a nuevos formatos digitales: caso periódico impacto, El Triunfo. [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].
[file:///D:/DESCARGAS/10%20antecedente%20\(1\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/10%20antecedente%20(1).pdf)

Becerra, M. Mastrini, G. (2011) Transformaciones en el sistema de medios en la argentina del siglo XXI [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Quilmes]
[file:///D:/DESCARGAS/9%20antecedente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/9%20antecedente%20(2).pdf)

Bustamante-Echeverry, R., & Gaona, F. M. (2021). PEMO: PERIODISMO MÓVIL CAFETERO: Una mirada al uso de dispositivos móviles en tres salas de redacción del Eje Cafetero Colombiano. *IROCAMM-International Review Of Communication And Marketing Mix*, 1(4), 07-21.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM/article/download/12198/12671>

Campos, B. G. (2018). *Del periódico impreso al diario digital: estudio de una transición en castilla-la mancha* (Doctoral dissertation, Universidad de Castilla-La Mancha).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=248959>

Canavilhas, J. (2011). El nuevo ecosistema mediático. *Index. Comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 1(1), 13-24.
(<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3660767>)

Carlo Scolari (Ed Gedisa) (2008) Hipermediaciones
https://books.google.com.co/books/about/Hipermediaciones.html?id=gDslBQAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
e

Castellanos Díaz, J. (2010) De la tinta a los bits, análisis de la transición de los medios impresos análogos al ambiente digital [Tesis de maestría, Universidad de Medellín]
[file:///D:/DESCARGAS/13%20antecedente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/13%20antecedente%20(2).pdf)

Vanguardia (<https://www.vanguardia.com/>)

Castellanos Díaz, J. (2011) De lo impreso a lo digital la migración de los periódicos impresos de América Latina a los entornos digitales [Tesis de pregrado, Universidad de los hemisferios Quito, Ecuador]. <file:///D:/DESCARGAS/3%20antecedente.pdf>

Castro Cervantes, F. (2017). Los periódicos en el dinámico ecosistema digital: estrategias para un modelo de rentabilidad.

<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16132/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Ges.%20Castro%20Cervantes,%20Felipe.pdf>

Chavez Tafur, Jorge (Ed) (2006) Aprende de la experiencia

<file:///C:/Users/ufps/Downloads/12%20Sistematizacio%CC%81n%20-%20Jorge%20Chavez-Tafur-Aprender%20de%20la%20experiencia.pdf>

Definicionabc.com ([Definición de Digitalización » Concepto en Definición ABC](#)
(definicionabc.com))

Escobar, A. P., & Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, (3), 84-101 <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7693>

Ester, A. (2007) Media Convergence and Digital News Services <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A12773&dswid=-1772>

Flew, T. (2012, October). The digital transformation of 21st century news journalism. In *Conference on Digital Media and Journalism*. <https://eprints.qut.edu.au/54249/>

Flores Vivas, J. M. (2011) Estudios de tecnología y comunicación. *Revista TecCom Studies*, 1-7. [file:///D:/DESCARGAS/9%20antecedente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/9%20antecedente%20(2).pdf)

García, J. (2015) Otto Groth y el periodismo como ciencia <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5472540>

Hamada, J. P. (2013). Estudios sobre periodismo digital: Ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (57), 1-20. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950253004.pdf>

Herrero Curriel, E (2011) El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Revista de comunicación vivat academia*, 2-17. <file:///D:/DESCARGAS/5%20Antecedente.pdf>

Herrero Curriel, E. (2015) La credibilidad de las redes sociales en el ámbito periodístico. *Revista de comunicación*, 2-8. <file:///D:/DESCARGAS/4%20antecedente.pdf>

Inca Arellano, D. F. (2020). *La transición de la prensa escrita a nuevos formatos digitales: caso periódico impacto, el triunfo* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2020.).
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3880>

Moreno Espinosa, P. (2017). Periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo.
https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/4766

Pareja Rendón, N, B (2017) Análisis estratégico para la creación de un periódico digital comunitario en la parroquia junquillar cantón salitre. [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil] [file:///D:/DESCARGAS/Antecedente%2015%20\(1\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/Antecedente%2015%20(1).pdf)

Pedrizza Benaissa, S. (2010) Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital [Tesis de pregrado, Universidad de España]
<https://journals.openedition.org/argonauta/3855>

Picoita, F. G. S., & Benítez, V. P. A. (2020). Convergencia digital de los principales periódicos de Iberoamérica. *DE LA COMUNICACIÓN*, 107. https://www.researchgate.net/profile/Katty-Carrion/publication/348349812_CONVERGENCIA_D_E_L_A_C_O_M_U_N_I_C_A_C_I_O_N_MAESTRIA_EN_COMUNICACION_MENCION_INVESTIGACION_Y_CULTURA_DIGITAL/links/5ff9303da6fdccdc83ee85a/CONVERGENCIA-D-E-L-A-C-

O-M-U-N-I-C-A-C-I-O-N-MAESTRIA-EN-COMUNICACION-MENCION-
INVESTIGACION-Y-CULTURA-DIGITAL.pdf#page=108

<http://www.reibci.org/publicados/2020/dic/4100101.pdf>

PIÑA OSORIO, JUAN MANUEL, & CUEVAS CAJIGA, YAZMÍN. (2004). La teoría de las representaciones sociales: Su uso en la investigación educativa en México. *Perfiles educativos*, 26(105-106), 102-124.
(http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100005&lng=es&tlng=es.)

Rubiano Daza, H. (2019) Transformación de las prácticas periodísticas en medios impresos regionales [Tesis de doctorado, Universidad Javeriana]
[file:///D:/DESCARGAS/13%20antecedente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/13%20antecedente%20(2).pdf)

Sääksjärvi, M., & Santonen, T. (2003). Evolution and Success of Online Newspapers: an empirical investigation of goals, business models and success. In *Towards the Knowledge Society: eCommerce, eBusiness and eGovernment The Second IFIP Conference on E-Commerce, E-Business, E-Government (I3E 2002) October 7–9, 2002, Lisbon, Portugal* (pp. 649-665). Springer US. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-0-387-35617-4_42

Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, (23), 31-47.
<https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/download/118910/154114>

Salazar (Ed clase Valdes). (2011) Internet como medio de comunicación.
<file:///C:/Users/ufps/Downloads/Internetcomomediodecomunicacin.pdf>

Salto Carvajal, M. R (2015) Rol corresponsal de prensa escrita en la ciudad de manta y su evolución de lo análogo a lo digital. [Tesis de maestría, Universidad Laica Eloy Afaro de Manabí] [file:///D:/DESCARGAS/2%20Antecente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/2%20Antecente%20(2).pdf)

Sánchez Flores, E. P (2020) Transformación digital en los medios de comunicación tradicionales [Tesis de maestría, Universidad EAN]
[file:///D:/DESCARGAS/8%20antecedente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/8%20antecedente%20(2).pdf)

Sánchez, J. L. M., Ruiz, M. J. U., & de la Casa, J. M. H. (2019). Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 1633-1654. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7124975>

Sierra Caballero, F (2011) Medios de servicio público, periodistas alternativos y esfera pública deliberativa, *hacia un nuevo consenso sobre el rol del periodismo en la era digital*. Revista latinoamericana de comunicación, 1-9.
[file:///D:/DESCARGAS/6%20antecente%20\(2\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/6%20antecente%20(2).pdf)

Taipale, S., Oinas, T., & Karhinen, J. (2021). Heterogeneity of traditional and digital media use among older adults: A six-country comparison. *Technology in Society*, 66, 101642.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160791X21001172>

Tecnobitt.com (<https://tecnobitt.com/digitalizacion-y-transformacion-digital-definicion-y-principales-diferencias/>)

Vivar, J. M. F. (2010). Nuevos perfiles para nuevos medios. *TecCom Studies: Estudios de Tecnología y Comunicación*, (1), 10-16.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6345792>

Zambrano Ayala, W. R (2017) La Transformación de los medios de comunicación. El nuevo panorama digital de la comunicación y del periodismo. [Tesis de doctorado, Universidad de Oviedo]. [file:///D:/DESCARGAS/12%20antecente%20\(1\).pdf](file:///D:/DESCARGAS/12%20antecente%20(1).pdf)

Zurita, J. L. (2015) Innovación y tecnología para un periodismo digital de calidad [Tesis de pregrado, Universidad de la Laguna, España]
file:///D:/DESCARGAS/11%20antecedente%20(2)

8. ANEXOS

Anexo 1. Carta de validación de instrumentos

San José de Cúcuta, 6 de octubre de 2022

A quién pueda interesar

Respetuoso saludo,

Por medio de la presente certifico que he revisado y avalado las entrevistadas diseñadas para el proyecto titulado “Sistematización del proceso de convergencia análogo digital, en el diario La Opinión S.A. Norte de Santander” investigación desarrollada por estudiantes del Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander.

Atentamente,



Carolina García Pino

Mg. en Estudios Sociales y Culturales

Mg. en Gestión de la Tecnología Educativa

Esp. en Práctica Pedagógica

Esp. en Administración de la tecnología Educativa

Comunicadora Social.

Docente Universidad Francisco de Paula Santander

San José de Cúcuta, 4 de octubre de 2022

Señores
Comité de Investigación
Programa de Comunicación Social
Universidad Francisco de Paula Santander Presente

Asunto: validación de instrumento

Me permito informarles que he revisado los instrumentos del proyecto titulado:
“Sistematización del proceso de convergencia análogo digital, en el diario La Opinión S.A.
Norte de Santander” propuesto por los estudiantes:

- Irving Jokeved Solano Zerpa Código - 1331256
- Dayli Liseth Saldaña Trujillo – 1331255
- Cristian Jesús Conde Rosas – 1331160
- Luisa María Ortega Herrera – 1331219
- Isdaly Johana Medina Delgado - 1331225
- Scarleett Alvarado Delgado – 1331229

Doy constancia que atendieron las correcciones



Margarita Rosa Peñaloza Durán
Comunicadora Social
Mg. en Administración
Código: 05857