

Los medios comunicativos tradicionales y la convergencia digital

Solórzano Zambrano Andrés Alejandro
<https://orcid.org/0000-0001-7044-2451>
e.aasolorzano@sangregorio.edu.ec
Universidad San Gregorio de Portoviejo
Manabí, Ecuador

Vélez Álava Nancy
<https://orcid.org/0000-0001-5199-9465>
ngvelez@sangregorio.edu.ec
Universidad San Gregorio de Portoviejo
Manabí, Ecuador

Zambrano Santos Zita Lucia del Rosario
<https://orcid.org/0000-0003-4534-6649>
zlambrano@sangregorio.edu.ec
Universidad San Gregorio de Portoviejo
Manabí, Ecuador

Recibido (13/02/2024), Aceptado (21/04/2024)

Resumen: El artículo trata sobre el desafío que enfrentan los medios de comunicación y la actividad periodística en las tecnologías digitales; la adaptación a la convergencia digital representa una oportunidad para mejorar la calidad del contenido y nuevas audiencias, pero también implica desafíos importantes. El objetivo fue analizar cómo los medios de comunicación tradicionales, han iniciado un proceso de adaptación a la convergencia digital. El estudio es de tipo cuantitativo utilizando una metodología exploratoria, analítica y sintética, con una población de 42 empresas. El principal resultado fue la existente en una adaptación a lo digital en la mayoría de los medios, mientras la minoría lo consideran oportuno y factible, pero prefieren seguir de forma tradicional y conocida por sus oyentes. Se pudo concluir, lo importante que es en la actualidad adaptarse a la digitalización, creando espacios de difusión multimedia, con el fin de mantener y lograr captar nuevas audiencias de diversas edades.

Palabras clave: convergencia digital, digitalización, medios de comunicación.

Traditional media and digital convergence

Abstract.- The article discusses the challenge faced by the media and journalistic activity in digital technologies; Adapting to digital convergence represents an opportunity to improve the quality of content and new audiences, but it also involves significant challenges. The objective was to analyze how traditional media have begun an adaptation process to digital convergence. The study is quantitative using an exploratory, analytical, and synthetic methodology, with a population of 42 companies. The main result was the existing adaptation to digital in most media, while the minority consider it opportune and feasible, but prefer to continue traditionally and be known by their listeners. It was possible to conclude how important it is nowadays to adapt to digitalization, creating spaces for multimedia dissemination, to maintain and capture new audiences of different ages.

Keywords: digital convergence, digitalization, media.



I. INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, la creación de medios de comunicación es un derecho consagrado en la misma Constitución aprobada en el año 2008. Estos medios pueden ser privados o públicos; prensa, radio o televisión, y en los últimos años, digitales. Todos ellos, son reconocidos como actores trascendentales del sistema de comunicación formando parte de un papel fundamental en tal proceso [1]. Muchos de estos medios presentan varias décadas de funcionamiento, fueron creados con el objetivo de dar voz a la ciudadanía, especialmente aquellos que presentaban grandes limitaciones de acceder a un medio de comunicación habitual. Inicialmente, las radios han presentado mayor cercanía con la ciudadanía, por medio de estas se han establecido sus necesidades y propuestas para transformar la realidad sectorial. La televisión por otro lado ha sido tomada como un medio de comunicación de entretenimiento e información a nivel nacional, por cuanto su acceso a las comunidades generalmente era limitado, y la prensa considera como un medio informativo pionero en la comunicación a la sociedad. Con el paso de los años, ambos medios lograron generar un mayor acceso a la ciudadanía, convirtiéndose en una herramienta de comunicación abierta, especialmente con la inclusión de las nuevas tecnologías digitales, que han causado un impacto disruptivo en los sistemas y procesos tradicionales del periodismo, que los medios solían utilizar hasta el final del siglo XX [2].

La irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han transformado el mundo. Múltiples estudios han demostrado que en los últimos años ha crecido a gran escala la audiencia digital, es decir, las personas han migrado hacia el uso constante de plataformas digitales tales como redes sociales y sitios web que proporcionan noticias en línea, generar un posible declive en las audiencias tradicionales [3]. Con el paso del tiempo y especialmente desde el año 2020, muchos medios de comunicación han tenido que migrar a las nuevas tecnologías pasando a formar parte indispensables de la sociedad, incluso para los mismos medios de comunicación, esto se ha convertido en una herramienta fundamental reconociéndolo como vehículo difusor en gran escala [4].

En este aspecto surge el término "convergencia" el cual ha sido utilizado desde mediados de la década de los ochenta y se refiere a la unión de dos o más líneas en un punto o a la coincidencia de varias personas en un mismo objetivo o idea, según la definición del diccionario de la Real Academia Española [5]. Actualmente, este término se ha utilizado en relación a diversos temas afines con la transformación tecnológica y la digitalización en el desarrollo de las telecomunicaciones [6]. Toda convergencia implica gastos significativos debido a que cualquier cambio tecnológico lleva a la obsolescencia de las infraestructuras utilizadas previamente, lo que resulta en gastos adicionales para crear nuevos productos o servicios [7]. Sin embargo, el éxito de la convergencia no se basa solo en la transformación tecnológica de los medios de comunicación o la integración de equipos y componentes técnicos, sino principalmente en la utilización de los contenidos y servicios a través de diferentes plataformas de difusión [7].

La convergencia de los medios de comunicación ha dado lugar a una integración de múltiples aplicaciones, acceso a diversas redes de información y la creación y producción conjunta de contenidos. Esta integración permite que las audiencias se conviertan en un sujeto activo de la convergencia, al interactuar y participar en distintos medios de comunicación al mismo tiempo [8]. Una de las expresiones más notorias de esta situación es la aparición de las redes sociales y otros medios digitales que han copado los escenarios comunicacionales de la actualidad. En este sentido, la forma en que las personas receptan las noticias ha cambiado significativamente, pasando de la forma tradicional al uso constante plataformas, tales como TikTok, YouTube, Instagram, entre otras [8].

En la actualidad, los jóvenes son en su mayoría quienes lideran el consumo de información a través de medios digitales [9]. Donde los medios tradicionales, como la radio, televisión y los periódicos, inician a gestionar su transición al entorno digital de manera exitosa a través de publicaciones móviles, dirigidas a los nativos digitales y nuevos usuarios tradicionales. En definitiva, las nuevas formas de comunicación impulsadas por la tecnología continúan desarrollándose y transformando la manera en que las personas se informan y se relacionan [10].

Una de las dificultades de mayor relevancia se dio con la llegada del Covid-19, puesto que, por motivos de seguridad sanitaria, todas las actividades fueron suspendidas, generando un cambio total al sistema de comunicación que se había forjado en los últimos años [9]. El año 2020 se puede considerar como un año de evolución digital en las empresas periodísticas de larga trayectoria, también conocidas como "tradicionales", las cuales estuvieron a prueba y recibieron una advertencia definitiva. Aquellas que han logrado adaptarse a los cambios tecnológicos siguen siendo relevantes, mientras que aquellas que no lo hicieron, se han visto afectadas de forma significativa [11].

La irrupción del internet ha generado una verdadera revolución en el mundo de la comunicación y ha traído consigo cambios transformadores en todas las áreas. Pero a la vez, ha presentado varias dificultades para las empresas de comunicaciones que por años se han considerado tradicionales, por la forma de transmitir las noticias y programas diarios [10]. Entre los principales problemas están: la disminución de audiencia, reducción de presupuesto interno, exceso de personal comunicativo tradicional, falta de tecnología incorporada en la empresa, entre otros. Las empresas de comunicación están sujetas a desafíos tecnológicos, principalmente en el ingreso de la digitalización, donde se requiere personal capacitado y recursos económicos suficientes para implementar herramientas tecnológicas de alta calidad que brinden un servicio de gran cobertura [9].

En la región costera de Manabí-Ecuador, los medios tradicionales también han reportado problemas producidos por la convergencia digital, conllevando a una serie de cambios en la industria de los medios de comunicación. La adaptación a la convergencia digital se considera un desafío importante para los medios tradicionales manabitas, pero también han representado una oportunidad para mejorar la calidad del contenido y captar nuevas audiencias internas y externas en la provincia. La adaptación de los medios comunicativos tradicionales ubicados en Manabí a la convergencia digital es un tema relevante que permite comprender cómo los medios locales están afrontando los cambios tecnológicos y culturales en la era digital. El objetivo de esta investigación fue analizar cómo los medios de comunicación tradicionales de Manabí están adaptándose a la convergencia digital, además, para este trabajo se consideró identificar los desafíos que enfrentan dichas empresas tradicionales y las oportunidades que pueden aprovechar.

II. DESARROLLO

Las tecnologías han llegado para revolucionar los soportes de los medios de comunicación, y desde su llegada se ha temido por la posible desaparición de algunos medios tradicionales como la prensa [4]. Sin embargo, lejos de ocurrir esto, muchos de los medios tradicionales han visto en ella, una oportunidad de renovación, al punto de convertirse en una herramienta de difusión de fácil acceso. En los últimos años, investigaciones realizadas a nivel mundial, han demostrado el uso constante y acelerado que presenta el internet, especialmente en la población juvenil. Esto denota la importancia de una rápida adaptación por parte de los medios de comunicación, así como de los profesionales que hasta el momento han desarrollado trabajos de forma tradicional, es necesario una capacitación inmediata sobre las nuevas tecnologías para poder avanzar a la par de los usuarios [9].

Hay que tener en cuenta que, gracias a la tecnología, hoy se posee una transmisión de información ilimitada, la cual está al alcance de cualquier persona que posea un artefacto tecnológico a la mano y desde cualquier lugar del mundo [12]. Las nuevas tecnologías significan ventajas económicas para el nicho de las comunicaciones. El avance del internet se extiende al uso de dispositivos móviles como teléfonos, tablets, relojes inteligentes, Alexa, entre otros, que son de fácil manejo y acceso a los programas o plataformas de preferencia de los usuarios [13]. La aparición de las nuevas tecnologías ha traído consigo un incremento en la capacidad de transformar la información, aumentando por tanto las posibilidades de difundir y compartir el conocimiento [4].

Desde el inicio de los tiempos el hombre ha buscado y creado múltiples posibilidades para establecer nuevos canales de comunicación, que resulten ser más claros y veloces, a fin de satisfacer cada vez más, las necesidades de las personas en dar y recibir información, de manera rápida y completa [4]. Desde los antiquísimos jeroglíficos, la invención del papel y la brillante imprenta, hasta la creación del telégrafo, redes telefónicas, el cine y la revolucionaria televisión, las personas han seguido desarrollando ideas que permitan avanzar en todo aspecto [6]. El internet, surgió como una nueva herramienta capaz de transformar todo lo antes conocido en este y otros aspectos de la comunicación. Los periodistas y aficionados han empezado a generar contenidos que puedan ser transmitidos por las páginas web, provocando un cambio en las salas de redacción, obligando en cierta manera a las gerencias, a transformar su empresa al ámbito digital [14]. La forma de transmisión habitual, están quedando atrás, cada vez más los usuarios prefieren conectarse por medio de sus aparatos inteligentes para escuchar noticias o estar al tanto de lo que sucede en su localidad, el país o el mundo, través de las publicaciones brindadas por los mimos periodistas o en algunos casos por personas aficionadas que captan un evento mientras transcurre, generando una creciente vinculación entre los medios de información y el público en general [13].

El papel del internet en la sociedad es cada vez más importante, convirtiéndose en una de las herramientas más utilizadas a diario por las personas de cualquier profesión; incluso desde los primeros años de vida, se utiliza el internet como una forma de entretenimiento y aprendizaje sobre temas de conocimiento general [15]. Instituciones educativas propician el uso de plataformas educativas para un mejor aprendizaje en áreas específicas y mantener una conectividad constante. Para muchos se ha convertido en una herramienta irremplazable con la que se considera imposible vivir [16]. La aparición de Internet es la materialización más clara de la idea de McLuhan sobre aldea global, ya que, a través de la red se pueden realizar todo tipo de acciones interactivas [16]. Es aquí, cuando los tradicionales medios de comunicación ven la posibilidad de innovar en esta nueva era digital, que cada vez atrae a más personas, utilizando plataformas que satisfacen de alguna manera las necesidades informativas actuales.

Los medios de comunicación generan conciencia sobre la realidad de su entorno, facilitando el acceso a temas distantes, produciendo experiencias informativas al receptor. Para ello, crean información en un proceso mediante el cual construyen un hecho importante y distintivo: la realidad pública de la información difundida por los medios [17]. Sin embargo, hay que tener presente que el consumo de información que se maneja actualmente no siempre es confiable. Existen muchas personas que utilizan estos medios para brindar información falsa y crear temor sobre un determinado tema. El usuario debe conocer la fuente de la información para estar seguro de lo que recepta [18]. Los medios de comunicación con años de trascendencia captan la atención del público que a su vez brinda un reconocimiento por su trayectoria informativa y seriedad en cada emisión [1]. Existe un gran público que solo lee los titulares y temas que llaman la atención y comparten estas publicaciones sin verificar la credibilidad de la misma [19]. Un estudio realizado en España en el año 2021 expuso que el 46% de los usuarios españoles consideran que los medios informativos tradicionales cumplen con la función de ayudar a diferenciar hechos ciertos de los inciertos frente a un 36% de las redes sociales [4]. El estudio mencionado permite destacar que, en los países europeos, la confianza brindada a los medios informativos tradicionales es diferente a las emitidas en redes sociales pequeñas o nuevas, además permite afirmar que los rangos de confiabilidad son limitados y muchos esperan una confirmación por parte de medios de comunicación confiables para asegurar una noticia en desarrollo [4]. Los medios de comunicación juegan un papel crucial en el desarrollo de la sociedad. Las redes sociales, plataformas webs y otras, son una parte primordial del público internacional que basa sus actividades en los sucesos diarios compartidos por la web, como noticias de gran impacto según su necesidad informativa.

En Latinoamérica, el periodismo digital involucra todo el proceso tecnológico que se puede emplear para promover el uso constante de las plataformas digitales de cada medio de comunicación, puesto que se encuentran en un constante cambio de captación de usuarios nuevos que acuden a la red para informarse de cualquier tema [20]. La investigación sobre innovación en los medios de comunicación tiende a centrarse en los grandes medios de referencia, por cuanto, se consideran pioneros en la convergencia digital en comunicación. Esto deja fuera la realidad del periodismo en otros lugares pequeños, donde también existen importantes transformaciones, pero de forma paulatina, estos medios consideran la inversión económica en cuanto al uso de una plataforma propia, contratación de personal capacitado y modificación en estructura interna que se ajuste a las nuevas herramientas empleadas [21]. Este auge de estudios se da en gran medida a la evidente migración de los medios tradicionales hacia las plataformas digitales, a este fenómeno se suma el surgimiento de nuevas propuestas comunicacionales por parte de los periodistas que desean inmiscuirse en la digitalización y nuevos profesionales que están enfocados en el uso de la tecnología como nuevo medio de comunicación inmediata, a estos se los conoce como medios nativos digitales [22].

En Ecuador, el periodismo y la comunicación profesional han sido grandes protagonistas de un proceso de transición, que para muchos fue difícil, pero para otros fue un avance significativo en el progreso y la facilidad de estar conectados con los hechos más destacados a nivel local y nacional. Para tal efecto, la Ley Orgánica de Comunicación, publicada y puesta en vigencia en el año 2013, se convirtió en un instrumento legal que presentó como objetivo principal, normar la práctica de la comunicación, del periodismo y de los medios en el país [23]. En el mundo existen alrededor de 25 plataformas, de las cuales Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram y TikTok, son las cinco más utilizadas por los usuarios para conocer información relevante de su interés [24]. Por lo que podría decirse que estas plataformas han revolucionado la manera de mantenerse informado y a la vez socializar con empresas, amigos y familiares de manera eficaz y oportuna [22]. Muchos medios de comunicación han migrado a estas plataformas digitales y redes sociales, mientras que nuevos medios, denominados nativos digitales se presentaron como nuevas alternativas comunicacionales [23]. En Ecuador el primer medio de comunicación digital surgió en el año 2004 llamado *ecuadorinmediato.com*, fue el pionero el trabajo comunicativo digital ganándose el reconocimiento del primer periódico nativo digital del país. [21]. En la provincia de Manabí, ha sucedido algo similar, los medios de comunicación tradicionales en su gran mayoría han migrado a redes digitales, tratando de mantener y acercarse a una audiencia joven que prefiere el uso de la tecnología para conocer las novedades del país y del mundo, de forma rápida y en base a sus gustos o preferencias informativas [25].

Es importante resaltar que la comunicación, siempre estará conformada por un emisor y un receptor. Y tradicionalmente los medios de comunicación informaban a la ciudadanía en un horario designado para noticias o espacios para de información social. En la actualidad, con el uso del internet, se puede informar en todo momento y los usuarios no deben esperar un horario para conocer los acontecimientos. Es más, con el uso de los aparatos tecnológicos, los mismos oyentes pueden proporcionar información a los medios de comunicación sin la necesidad de un reportero afiliado a una empresa, basta con compartir la noticia con imágenes, videos y audios para transmitir la información a nivel mundial [21]. Sin embargo, es indispensable que los medios de comunicación inmersos en el mundo digital realicen una redacción profesional en base a una apropiada verificación de los hechos. No todas las publicaciones son confiables, y los medios de comunicación locales, requieren compartir información global de calidad que realmente informe a la ciudadanía sobre los sucesos del día a día [26]. Otro punto importante de resaltar es la correcta escritura y ortografía que utilizan para dar a conocer cualquier información, puesto que muchos medios digitales y tradicionales caen en errores ortográficos al momento de compartir rápidamente una noticia en desarrollo.

III. METODOLOGÍA

El estudio presentado es de carácter exploratorio, analítico-sintético, descriptivo y documental. Se utilizó un enfoque cuantitativo, con el fin de recoger información detallada sobre la convergencia digital de los medios de comunicación tradicionales en la provincia de Manabí. El contenido ha sido recolectado de las principales páginas informativas de la misma web, tomando en consideración el cambio tecnológico que se ha presentado en los últimos años y la influencia que ha tenido en los usuarios de diversas edades. La población objeto de estudio, estuvo conformado por los medios de comunicación tradicionales de Manabí, incluyendo periódicos, radio y televisión, en especial aquellos que se han transformado y migrado a la digitalización de forma permanente. La frase en amarillo no tiene ningún sentido lógico, las investigaciones se basan en hechos, en libros, en alguna cosa, por tanto, está mal hecha la frase.

La población fue de 42 medios de comunicación, conformado por 4 canales de televisión, 5 medios impresos y 33 estaciones radiales, las cuales cubren los 22 cantones de la provincia manabita, teniendo mayor presencia en las principales ciudades de Manta y Portoviejo. Se utilizó la técnica de la encuesta para conocer sobre la convergencia digital que atraviesan los medios de comunicación. Se analizaron teorías y conceptos sobre la transformación de los medios de comunicación. Se llevó a cabo un análisis descriptivo mediante una investigación que incluyó la revisión de fuentes documentales y técnicas primarias de recolección de datos.

IV. RESULTADOS

A partir de la investigación realizada, se conoció cuáles son los medios de comunicación que funcionan en la provincia de Manabí desde hace algunos años, considerados tradicionales, y a la vez identificar aquellos que han pasado a la convergencia digital a través de plataformas digitales y con mayores usuarios. Se indagó sobre los años de experiencia que poseen las empresas de comunicación, observando que el 71% de dichas empresas tienen más de 20 años y el 29% tiene más de 10 años en funcionamiento, lo que permite afirmar que todos los medios de comunicación considerados son tradicionales dentro de la provincia manabita. Al examinar sobre el tipo de tecnología utilizada para transmitir la información en la localidad, se pudo conocer que en la actualidad se utiliza la tecnología para la transmisión, puesto que desde el año 2020 se convirtió en una base para llegar a los usuarios, lo que demuestra el uso actual de la tecnología ya sea por redes sociales o servicio de streaming disponibles en la web.

Se consideró importante indagar sobre las transmisiones en vivo que realizan las empresas a través de los medios sociales o por medio de alguna plataforma web de uso frecuente o directamente relacionada a la promulgación de la información local, nacional e internacionalmente. Se observó que el 87% de los medios radiales usan una red social, especialmente Facebook. El 81% retransmiten su señal vía streaming. El 60% (20) dispone de una página web. Por otro lado, El 70% de las empresas están realizando transmisiones en vivo, mientras que un 27% tienen desarrolladas aplicaciones para dispositivos móviles Android y iOS. Estos elementos muestran el uso diverso de la tecnología para poder transmitir y llegar a los usuarios de forma rápida y según sean los usos tecnológicos de cada uno de ellos. Deben hacer una redacción fluida. Otra de las interrogantes fue sobre las estrategias de adaptación utilizada para mejorar la convergencia digital en los últimos años. Las personas encuestadas manifestaron que se han utilizado inicialmente los medios populares para ingresar en el sistema tecnológico, antes de considerar poseer una plataforma propia, lo que requiere de mayor inversión. Esto muestra que la estrategia de la mayoría de medios de comunicación, ha sido iniciar su transmisión por medios gratuitos a fin de consolidar su participación en la era digital. Al indagar sobre las publicaciones recurrentes de información en sus Plataformas de redes sociales o web, se pudo conocer que el 100% manifiesta que frecuentemente se está publicando información, puesto que diariamente hay algo nuevo para comunicar a los ciudadanos manabitas, ya sea de índole político, social, educativo, entre otros. Esto refleja que los medios de comunicación están en un constante acceso a las plataformas que utilizan para compartir la información con los usuarios manabitas.

Fue imprescindible conocer si las empresas cuentan con dispositivos como Alexa, observando que solo el 2% cuenta con este tipo de dispositivo. Se observó además que solo un medio de comunicación en la provincia ha considerado necesario el uso de esta aplicación web. Durante el proceso de investigación, también se consultó a las empresas sobre los desafíos encontrados en el proceso de convergencia digital, logrando conocer que la gran mayoría (90%) consideró un reto el proceso de convergencia e integración digital. Además, un 95% manifestó que la inversión económica fue un reto representativo. Finalmente, se pudo observar que los medios de comunicación han presentado varios desafíos al momento de utilizar las plataformas digitales. Sin embargo, los encuestados expresan que el cambio tecnológico es sin duda una oportunidad de expansión, pero se requiere de una capacitación oportuna para que esto fluya satisfactoriamente y no de mal uso de este poder informativo.

Se elabora un cuadro explicativo general sobre los medios de comunicación y las herramientas que cada uno de ellos han implementado para formar parte de la digitalización.

Tabla 1. Medios de comunicación radial de Manabí y la tecnología que utilizada.

Medios de comunicación tradicionales de Manabí		Cantón	Red social activa	Web	Streaming activos	Directos en vivo	Apps propias activas
Radio							
1	La Nueva Tropical	Pedernales	x	x	x	x	
2	Sono Onda	Portoviejo	x	x	x	x	x
3	Radio Amiga	Portoviejo	x	x	x		
4	Radio Scandalo	Portoviejo	x	x	x	x	x
5	Radio Farra	Portoviejo	x	x	x	x	
6	Radio Más Candela	Portoviejo	x		x		
7	Radio Capital	Portoviejo	x	x	x	x	x
8	Radio RNC	Portoviejo	x		x	x	x
9	Radio San Gregorio	Portoviejo	x	x	x	x	x
10	Radio Jamavisión	Jama	x	x	x	x	x
11	Radio Junín	Junín	x		x	x	
12	Volante Stereo	Chone	x	x	x	x	
13	Radio Libertad	Chone	x		x	x	
14	Radio Romance	Chone					
15	Radio Unión	Chone		x			
16	Radio Coqueta	Chone	x	x	x	x	
17	Radio Horizontes	El Carmen	x	x	x	x	
18	Radio Satélite	El Carmen	x		x	x	
19	La Voz De Los Caras	Sucre	x	x	x	x	
20	Radio Bahía Stereo	Sucre	x	x	x	x	
21	Radio Romina	Sucre	x				
22	Radio Rocafuerte	Rocafuerte	x	x	x		
23	C.D. Café Radio	Jipijapa	x	x	x	x	
24	Radio La Voz del Sur	Jipijapa	x		x		
25	Radio Alfarero	Jipijapa	x	x	x		x
26	Radio Altamar	Pedernales	x		x	x	
27	Radio Gaviota	Manta					
28	Radio Modelo	Manta	x	x	x	x	
29	Radio Costamar	Manta		x	x		x
30	Radio Marejada	Manta	x	x	x	x	x
31	Radio Mar	Puerto López	x				
32	Radio Pública Municipal Cañaverl	Santa Ana	x		x	x	
33	Radio Arena	San Vicente	x			x	

Con base en la tabla, se puede apreciar que la mayoría de los medios radiales de la provincia de Manabí están haciendo uso de herramientas digitales, como preferencia está el uso de las redes sociales y transmisiones en vivo, seguido de los servicios de retransmisión de la señal vía online al mundo a través de servicios de streaming disponibles en la web. También existen aplicaciones como Tunein, Mytuner, Radio Garden entre otras que alojan un repositorio de radios del todo el mundo donde el usuario tiene la elección de escoger el medio que le guste. Actualmente, es común encontrar en los hogares, parlantes o televisiones compatibles con sistemas integrados de asistencias como Alexa de Amazon o Google Home, todos conectados a la gran red del internet, pero estos carecen de un receptor de radio FM, según la investigación en Manabí solo Radio Sono Ondo de Portoviejo cuenta con este tipo de tecnología integrada (Skill) publicada en la tienda de Amazon para dispositivos con inteligencia artificial Alexa.

La radio es considerada un medio de comunicación de rápido alcance por los habitantes de la provincia, en muchas oportunidades se ha escuchado a la población comunicarse en los diversos programas emitidos por la radiodifusión, para dar a conocer los problemas que atañen a un grupo de pobladores, a fin de que las autoridades puedan escucharlos y darles respuestas rápidas y oportunas para una mejor convivencia. Sin embargo, en ocasiones estas denuncias no son suficientes, por lo que se recurre a videos que muestren la dificultad del momento. Para esto, el uso del medio digital es de gran ayuda, compartiendo rápidamente tanto la ubicación como la necesidad. Donde las autoridades pueden conocer los hechos y brindar una ayuda con mayor rapidez a cada sector o comunidad.

Tabla 2. Medios de comunicación radial de Manabí y la tecnología que utilizada.

	Medios de comunicación tradicionales de Manabí	Cantón	Red social activa	Web	Streaming activos	Directos en vivo	Apps propias activa
Televisión de señal abierta							
1	Manavisión Canal 9	Portoviejo	x	x	x		
2	Oromar TV	Manta	x	x	x	x	
3	Capital Televisión	Portoviejo	x			x	
4	Televisión Manabita	Manta	x			x	
Medios escritos							
1	Bisemanario La Prensa	Jipijapa	x				
2	La Revista Doctor en Casa	Rocafuerte		x	n/a		
3	El Diario	Portoviejo	x	x	n/a	x	
4	La Marea	Portoviejo	x	x	n/a	x	
5	Diario El Mercurio	Manta	x	x	n/a		

La televisión es otro medio observado, a través de los resultados se pudo conocer que el 100% de los encuestados tienen actividad presente en redes sociales siendo Facebook la predominante, el 50% presenta disponibilidad de página web, de igual manera el 50% dispone de su señal abierta disponible en streaming de video abierta al mundo, mientras que un 75% realiza videos en vivo, directo en redes sociales y ninguno dispone de aplicación propia. Con lo expuesto se puede manifestar que los 4 canales de televisión encuestados están presentes en las redes sociales y suben contenido a diario, pero solo dos de ellos tienen presencia en la web, donde alojan sus servicios de streaming de video en directo, esto les da capacidad de emitir su señal mediante servicios de Televisión por Protocolo de Internet (IPTV), por ejemplo, Magistv y poder ser visualizados en cualquier dispositivo móvil, computador o televisión inteligente mediante internet. Finalmente, se analizó la prensa escrita, la cual según los datos obtenidos presenta un 80% de actividad en redes sociales y página web, mientras que, un 40% tienen presencia a través de video en vivo en redes sociales y ninguno expresó tener aplicaciones propias. Todo ello permite mencionar que el uso del internet ha generado una verdadera revolución a nivel mundial, trayendo consigo transformaciones en todos los aspectos laborales, educativos, sociales, entre otros. Donde algunos medios de comunicación se vieron en la necesidad de transformar sus actividades e incorporar sus transmisiones habituales, en formatos procesados por medio del uso de la tecnología en gran escala, sin dejar de lado la forma habitual de informar.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio sobre los medios de comunicación tradicionales en la provincia de Manabí-Ecuador, y la convergencia digital, se pudo conocer que ciertamente existen algunos medios considerados tradicionales que están realizando un proceso de cambio a la era digital. Sin embargo, gran parte de ellos no han logrado una convergencia satisfactoria o total, limitando su participación ante los usuarios. Se considera que la radio es el medio que más ha realizado el proceso de transformación, incluso una de ellas, cuenta con su propia APPS que está presente en los aparatos tecnológicos que tienen acceso a Alexa o Google Home, facilitando así el acceso a usuarios nuevos y tradicionales que están utilizando la tecnología como una herramienta de facilidad diaria, puesto que con orden de voz pueden conectarse de forma fácil y eficaz para mantenerse informado.

Además, se puede decir que la televisión y prensa escrita, en su gran mayoría mantienen activas sus redes sociales, procurando así estar en contacto con la ciudadanía y generar un mayor contenido sobre las actividades diarias de la localidad y el mundo en general. Finalmente, se puede afirmar que los medios de comunicación tradicionales se han visto en la necesidad de transformarse al mundo digital a fin de cumplir con los cambios tecnológicos y los hábitos de información actual. Esta innovación a la vez ha presentado desafíos económicos, intelectuales y estructurales que la mayoría a estado dispuesto a cubrir con el propósito de involucrarse directamente con la sociedad, a través de una nueva forma de información que para muchos, ha revolucionado la forma de dar y recibir información.

REFERENCIAS

- [1] A. Acosta, Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador, Friedrich Eberet Stiftung. Ecuador, 2017.
- [2] R. Salaverría, Los medios de comunicación ante la convergencia digital, Repositorio Digital. Universidad Vasco, 2019.
- [3] N. Newman, medios de comunicación, Reuters Institute Digital News Report, 2019.
- [4] V. Guzmán, Nuevas tecnologías en los medios de comunicación en España, Repositorio digital. Universidad Miguel Hernández. pp. 129-136, 2018.
- [5] J. Trujillo, «El enfoque en competencias y la mejora de la educación,» Redalyc. Universidad Autónoma Indígena de México, vol. 10, nº 5, pp. 307-322, 2014.
- [6] J. García, La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades, Repositorio Digital. Pontificia Universidad Javeriana, 2019.
- [7] R. Salaverría, La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo, Repositorio Digital. Universidad Vasco, 2018.
- [8] M. Rigo, Convergencia mediática: nuevas formas de pensar a los medios de comunicación, Repositorio Digital. Universidad Nacional de La Plata, 2016.
- [9] T. Abbasi, Digital Media Literacy: Social Media Use For News Consumption among Teenagers in Pakistan, Global Media Journal, 2020.
- [10] C. Wolf, News Consumption in the Mobile Era: the role of mobile devices and traditional journalism content within the user Information Repertoire, <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.942497>, 2015.
- [11] J. Montalván, Medios tradicionales: abrirse al mundo digital o sucumbirlo, Media Education. <https://doi.org/10.36253/me-10222>, 2021.
- [12] A. López, «Marshall McLuhan, el visionario de la aldea global de la comunicación,» 2017. [En línea]. Available: https://elpais.com/cultura/2017/07/21/actualidad/1500619102_672795.html. 2023.
- [13] E. Sánchez, La transformación digital y su impacto en los medios de comunicación tradicionales, Repositorio digital. Universidad EAN. Tesis doctoral , 2019.
- [14] R. Browne, La comunicación en tiempos de Pandemia, Repositorio Digital. Universidad de La Frontera, 2020.

- [15] E. Rodríguez, «Uso de internet y transformaciones en las prácticas socioculturales,» Dialnet, pp. 59-75. N. 48. , 2023.
- [16] A. Escobar, «Determinismo tecnológico McLuhan,» *Academica Edu*, 10 2014. [En línea]. Available: https://www.academia.edu/11571855/Determinismo_Tecnol%C3%B3gico_-_McLuhan. [Último acceso: 08 2023]. [17]
- E. Zarate, *Influencia de los medios de comunicación audiovisuales locales en la calidad de vida de los habitantes*, Repositorio digital. Universidad Técnica de Babahoyo, 2022.
- [18] S. Clemente, «Las redes sociales, el principal medio de acceso a la información,» 09 2017. [En línea]. Available: <https://www.biblogtecarios.es/sandraclemente/redes-sociales-medio-acceso-informacion/>, 2023.
- [19] T. Castillo, «El 56% de los lectores españoles de prensa se informan a través de redes sociales, aunque solo lee titulares y alguna noticia,» 2019. [En línea]. Available: <https://www.genbeta.com/actualidad/para-6-de-cada-10-usuarios-el-movil-es-el-dispositivo-mas-importante-para-conectarse-a-internet>, 2023.
- [20] R. Salaverría, «Periodismo digital,» *Revista El profesional de la Información*, vol. 28, nº 1, pp. 1-26, 2019.
- [21] J. Vázquez, «LA innovación multimedia e interactiva en el ciber periodismo,» *Revista de Comunicación*, vol. 18, nº 1, pp. 191-214, 2019.
- [22] R. Trámpuz, *Medios de comunicación en Ecuador*, Repositorio Digital. tesis doctoral. Universidad de Málaga, 2021.
- [23] K. Gómez, «Evolución de medios nativos digitales del Ecuador en 2021,» *Scielo*, vol. 12, nº 24, pp. 154-167, 2021.
- [24] El Universo, «Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los ecuatorianos,» 2023. [En línea]. Available: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-por-los-ecuatorianos-nota/>.
- [25] M. Solórzano, *Migración de medios tradicionales a redes sociales*, Repositorio Digital. Universidad Eloy Alfaro de Manabí. <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4290/1/ULEAM-POSG-C.CD-0013.pdf>, 2021.
- [26] E. Sánchez, *Transformación digital en los medios de comunicación tradicionales*, Repositorio Digital. <https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/10623/SanchezErika2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, 2020.

LOS AUTORES



Andrés Alejandro Solórzano Zambrano. Es ingeniero en Electrónica y Control de la Escuela Politécnica Nacional, actualmente maestrante en Comunicación mención Digital de la Universidad San Gregorio de Portoviejo. Vinculado a la línea de investigación del espectro radioeléctrico en Sono Onda SA. Áreas de interés: Domótica, Telecomunicaciones y Control Industrial.



Nancy Vélez Álava, docente de la carrera de Comunicación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.



Lucía Zambrano Santos, de nacionalidad ecuatoriana, Economista, Magister en docencia e investigación educativa Diplomado internacional en metodología de la investigación y comunicación científica académica, Diplomado internacional en estadística aplicada a la investigación Doctoranda de la Universidad de Córdoba-España. Jefe de planificación institucional en USGP. Docente Investigadora.