

Los medios tradicionales de Manabí y la convergencia digital

Andrés Alejandro Solórzano Zambrano¹

Universidad San Gregorio de Portoviejo, Manabí, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-7044-2451>

Correo: e.aasolorzano@sangregorio.edu.ec

Nancy Vélez Álava²

Universidad San Gregorio de Portoviejo, Manabí, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-5199-9465>

Correo: ngvelez@sangregorio.edu.ec

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 observar cómo los medios tradicionales de Manabí están adaptándose a la convergencia digital. El estudio se empleó un enfoque cuantitativo de observación directa, se utilizó la metodología exploratoria, analítica y sintética, con una población de 42 medios tradicionales manabitas. El principal resultado fue la determinación que existe una adaptación a lo digital en la mayoría de los medios, sin embargo, existen programas que aún se les dificulta implementar por su costo y conocimiento de manejo. En conclusión, es necesario que todos los medios se adapten a la digitalización, y creen espacios de difusión multimedia, con el fin de mantener y lograr captar nuevas audiencias.

Palabras Clave: Convergencia digital; digitalización; medios de comunicación.

The adaptation of the traditional media of Manabí to digital convergence

Abstract

The article deals with 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 observe how the traditional media of Manabí are adapting to digital convergence. The study employed a quantitative approach of direct observation, using exploratory, analytical and synthetic methodology, with a population of 42 traditional media. The main result obtained was that there is an adaptation to digital in most media, however, there are programs that are still difficult to implement due to their cost and knowledge of management. In conclusion, it is necessary that all media adapt to digitalization, and create spaces for multimedia dissemination, in order to maintain and attract new audiences.

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 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 (Acosta, 2017).

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 presentaban mayor cercanía con la ciudadanía, por medio de estas se presentaban sus necesidades y propuestas para transformar su realidad sectorial. La televisión por otro lado, era tomada como un medio de comunicación de entretenimiento e información a nivel nacional, por cuanto su acceso a las comunidades 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 proporcionan un mayor acceso a la ciudadanía convirtiéndose en una herramienta de comunicación abierta, especialmente con la inclusión de las nuevas tecnologías digitales, las mismas 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 (Salvatierra, 2009).

La irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han transformado el mundo, principalmente se encuentra la forma en que las personas reciben y emiten información; 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 la audiencias tradicionales (Newman, 2019).

Con el paso de los años y especialmente desde el 2020, muchos medios de comunicación han tenido que migrar a las nuevas tecnologías que pasaron a formar parte indispensables de la sociedad, incluso para los mismos medios de comunicación, esto se han convertido en una herramienta fundamental reconociéndolo como vehículo difusor en gran escala (Guzmán, 2018).

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 (Newman, 2019). 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 (García, 2019).

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. 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 (Salaverría R. G., 2018).

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 (Rigo, 2016).

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 (Rigo, 2016).

Es así que, actualmente los jóvenes son en su mayoría quienes lideran el consumo de información a través de medios digitales (Abbasi, 2020). Por lo que es considerable que los medios tradicionales, como la radio, televisión y los periódicos, deban gestionar su transición al entorno digital de manera exitosa a través de publicaciones móviles, especialmente dirigidas a los nativos digitales. 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 (Wolf, 2015).

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. El 2020 fue el año de la evolución digital en las empresas periodísticas de larga trayectoria, también conocidas como "tradicionales", las cuales se pusieron a prueba y recibieron una advertencia definitiva. Aquellas que lograron adaptarse a los cambios tecnológicos siguen siendo relevantes, mientras que aquellas que no lo hicieron, han ido quedando atrás (Montalván, 20219).

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 comunicación que por años se han considerado tradicionales, por la forma de transmitir las noticias y programas diarios. Entre los principales problemas está la disminución de audiencia, reducción de presupuesto interno, exceso de personal comunicativo tradicional, falta de tecnología incorporada en la empresa, entre otros. Así mismos, se puede establecer que 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 brinde un servicio de gran cobertura.

En la región costera de Manabí - Ecuador, los medios tradicionales también han reportado problemas producidos por la convergencia digital, lo que ha llevado a una serie de cambios en la industria de los medios de comunicación. La adaptación a la convergencia digital ha sido un desafío importante para los medios tradicionales manabitas, pero también han representado una

oportunidad para mejorar la calidad del contenido y llegar a nuevas audiencias interna y externa a la provincia.

La adaptación de los medios tradicionales de Manabí a la convergencia digital, es un tema relevante para entender cómo los medios locales están afrontando los cambios tecnológicos y culturales en la era digital. El objetivo de esta investigación es analizar cómo los medios tradicionales de Manabí están adaptándose a la convergencia digital, identificar los desafíos que enfrentan 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 (Guzmán, 2018). 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 realizaban trabajos de forma tradicional, es necesario una capacitación inmediata sobre las nuevas tecnologías para poder avanzar a la par de los usuarios (Abbasi, 2020).

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. Según la publicación de López (2017), las nuevas tecnologías significan una enorme ventaja económica para el nicho de las comunicaciones. El avance del internet, se extiende al uso de dispositivos móviles como teléfonos, tablets, reloj inteligentes, Alexas, entre otros que son de fácil manejo y acceso a los programas o plataformas de la preferencia del usuario (Sánchez, 2019). De tal forma, la aparición de las nuevas tecnologías ha traído consigo un incremento de la capacidad de transformar la información, aumentando por tanto las posibilidades de difundir y compartir el conocimiento (Guzmán, 2018).

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 (Guzmán, 2018). 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 permita avanzar en todo aspecto (Guzmán, 2018). El internet, surgió como una nueva herramienta capaz de transformar todo lo antes conocido en este y otros aspectos de la comunicación.

En este aspecto, los periodistas han iniciado a generar contenidos que puedan ser transmitidos por las páginas web, provocando un cambio en la salas de redacción, obligando en cierta manera a las gerencias, a transformar su empresa al ámbito digital. La forma de transmisión habitual, están quedando atrás, puesto que cada vez más los usuarios prefieren conectarse por

medio de sus aparatos inteligentes para escuchar noticias o estar al tanto de lo que va sucediendo a través de las publicaciones brindadas por los mismos periodistas o en algunos casos por personas aficionadas que captan un evento mientras transcurre. Esto notablemente, deja de lado a forma tradicional y genera una creciente vinculación entre los medios de información y el público en general. (Sánchez, 2019)

Es así, que el papel del internet en la sociedad es cada vez más importante, ha logrado convertirse en una de las herramientas más utilizadas a diario por las personas de cualquier profesión; es más desde los primeros años de vida, se utiliza el internet como una forma de entretenimiento y aprendizaje sobre temas de conocimiento general (Rodríguez, 2023). Incluso, las 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 (Escobar, 2014).

La aparición de Internet es la materialización más clara de la idea de McLuhan sobre aldea global, porque a través de la red se pueden realizar todo tipo de acciones interactivas (Escobar, 2014). 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, las cuales utilizan plataformas que satisfagan las necesidades informativas actuales.

Los medios de comunicación hacen a las personas conscientes de una realidad ajena a su entorno, facilitando el acceso a temas distantes, y por lo tanto, más allá de la experiencia del 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 (Zarate, 2022). 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. Por ello, el usuario debe conocer la fuente de la información para estar seguro de los que recepta (Clemente, 2017).

Para esto se requiere de medios de comunicación con años de trascendencia, que capta la atención del público que a su vez brinda un reconocimiento por su trayectoria informativa y seriedad en cada emisión. Puesto que 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 (Castillo, 2019). Un estudio realizado en España en el 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 (Guzmán, 2018).

El estudio 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, 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 (Guzmán, 2018).

De tal forma, 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 base a los sucesos diarios compartidos por la web, como noticias de gran impacto según su necesidad informativa.

En Latino América, 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 (Salaverría, 2019).

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 (Vázquez, 2019). 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 (Trámpuz, 2021).

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 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 (Gómez, 2021).

En el mundo existe alrededor de 25 plataformas, de las cuales el Facebook, Youtube, Whatsapp, Instagram y TikTok, son las cinco más utilizadas por los usuarios para conocer información relevante de su interés (El Universo, 2023). Por lo que podría decirse que esto ocurrió a razón de que, el marco legal citado, no contempló la regulación de la información que se emite a través de internet (Trámpuz, 2021).

Los medios convencionales tradicionales, migraron a estas plataformas digitales y redes sociales, mientras que nuevos medios, denominados nativos digitales se presentaron como nuevas alternativas comunicacionales (Gómez, 2021); la consolidación de medios tradicionales en la red, fueron surgiendo tímidamente los primeros medios exclusivamente digitales en Ecuador, uno de los primeros, surgido en el año 2004, fue Ecuadorinmediato.com, su pionera presencia digital le permitió ganarse la denominación del primer periódico nativo digital de este país (Vázquez, 2019).

En la provincia de Manabí, ha sucedido algo parecido, 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 (Solórzano, 2021).

Los medios de comunicación locales, manejan en general una fórmula básica dentro del proceso de comunicación (emisor y receptor), sin embargo, en los últimos años con el uso de la tecnología, muchos se han visto en la obligación de transformarse en medios digitales, modificando de manera total el proceso que venían realizando desde sus inicios, es decir, que la interacción y colaboración entre todos se hace más evidente con el uso de la red (Browne, 2020). En este aspecto se considera importante mencionar que el uso de las tecnologías, cualquiera puede ser en un momento “comunicador”, por cuanto utilizan sus aparatos móviles para compartir eventos de manera rápida y que estos sean observados por miles de usuarios en cuestión de minutos (Vázquez, 2019).

Por ello, la importancia actual de mantener los medios de comunicación inmersos en el mundo digital, a fin de conocer noticias relevantes por múltiples usuarios y realizar una redacción profesional en base a la primera difusión luego de una apropiada verificación de los hechos (E. Sánchez, 2020). Puesto que como se ha mencionado 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.

III. METODOLOGÍA

Este estudio es de carácter exploratorio, analítico-sintético, descriptivo y documental. Se utilizó un enfoque cuantitativo de observación directa, 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, las cuales basan sus investigaciones a nivel mundial, 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, está conformada 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.

Se estableció como población a un total de 42 medios de comunicación, conformadas por 4 canales de televisión, 5 medios impresos y 33 estaciones radiales, las cuales están distribuidas en los 22 cantones de la provincia de Manabí, teniendo mayor presencia en las principales ciudades Manta y Portoviejo. Se utilizó la técnica de la encuesta para conocer sobre la convergencia digital que atraviesan los medios de comunicación en Manabí.

En el desarrollo de la investigación se han analizado teorías y conceptos sobre la transformación de los medios de comunicación. Considerando varios aspectos importantes al momento de su cambio, los cuales le han permitido mantenerse en el mercado actual.

Se realizó una búsqueda para determinar el número de medios de comunicación tradicionales en la provincia de Manabí, con el fin de obtener información precisa sobre el número de canales

de televisión, emisoras de radio y medios impresos disponibles en la zona. Se llevó a cabo un análisis descriptivo mediante una investigación que incluyó la revisión de fuentes documentales y técnicas primarias de recolección de datos.

La investigación se basa en el estudio de los medios tradicionales de la provincia, y su transformación hacia la convergencia digital, para esto se realizó una búsqueda mediante la técnica de entrevista a los medios de comunicación, con el fin de conocer aquellos que han realizado una transición hacia el entorno digital.

IV. RESULTADOS

A partir de la investigación realizada a través de la misma tecnología, se pudo establecer los medios de comunicación que funcionan en la provincia de Manabí desde hace algunos años, considerados tradicionales, y a la vez identificar cuáles de ellos han pasado a la convergencia digital en los últimos años a través de plataformas digitales de mayor uso por los usuarios. Considerando la aceptación que han tenido y los cambios que requeridos para poder mantenerse en el mercado de la comunicación dentro de la provincia y a nivel mundial.

Hay que considerar que, al iniciar una actividad a través de las redes sociales o plataformas digitales, estas pueden ser vistas a nivel mundial y captar usuarios de diversas edades o localidades.

Con el propósito de conocer las estrategias de adaptación que han utilizado las empresas de la provincia para mejorar convergencia al entorno digital actual, se presentan los principales hallazgos.

Tabla 1. Encuesta a los medios de comunicación

No.	Preguntas	Respuestas	Resultados
1	¿Cuántos años tiene la empresa en funcionamiento?	El 71% de los medios de comunicación mencionan que tienen más de 20 años y el 29% tiene más de 10 años en funcionamiento.	Esto expresa que todos los medios de comunicación considerados son tradicionales dentro de la provincia manabita.
2	¿Utilizan algún tipo de tecnología para transmitir la información a la localidad?	Actualmente, si se utiliza la tecnología para la transmisión, puesto que desde el 2020 se convirtió en una base para llegar a los usuarios.	Lo que demuestra el uso actual de la tecnologías ya sea por redes sociales o servicio de streaming disponibles en la web.

3	¿Realizan transmisiones en vivo a través de redes sociales o por medio de una plataforma web?	El 87% de los medios radiales usan una red social, especialmente Facebook. El 81% retransmiten su señal vía streaming. El 60% (20) dispone de página web. El 70% están realizando transmisiones en vivo, un 27% tienen desarrolladas aplicaciones para dispositivos móviles Android y iOS	Esto muestra 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.
4	¿Cuál ha sido la estrategia de adaptación utilizada para mejorar la convergencia digital en los últimos años?	Se ha 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.
5	¿Realizan posteos recurrentes de información en sus Plataformas de redes sociales o web?	El 100% manifiesta que frecuentemente se está posteando información, puesto que diariamente hay algo nuevo que poder 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.
6	¿La empresa cuenta con integraciones con dispositivos como Alexa, el cual es cada vez más utilizado por los usuarios actuales?	Solo el 2% cuenta con este tipo de dispositivo, el 98% aún no ha implementado este tipo de tecnología	Esto muestra que solo un medio de comunicación en la provincia ha considerado necesario el uso de esta aplicación web.
7	¿Cuáles fueron los principales desafíos que enfrentaron al presentarse la convergencia digital?	El 90% expresa que fue la habilidad de realizar la convergencia como tal. El 95% expresa que fue la inversión económica necesaria para tal acción. El 71% se basa en la obtención de personal capacitado. El 83% considera que los cambios estructurales han sido un gran desafío.	Todo ello, muestra que los medios de comunicación han presentado varios desafíos con la convergencia digital, lo que ha ocasionado que vayan paulatinamente inmiscuyéndose en esta área.

8	¿Considera que el cambio tecnológico trae oportunidades de expansión como empresa?	El 100% expresa que trae nuevas oportunidades de renovación, cambios significativos en la forma de comunicación habitual, oportunidades de crecimiento fuera de la provincia, captación de nuevos usuarios de edad joven.	Lo que muestra que los medios de comunicación ven como una oportunidad de expansión la inclusión de la tecnología como base para la transmisión de la comunicación actual.
----------	--	---	--

Fuente. Elaboración propia

Para un mejor análisis, fue necesario elaborar 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 2. Medios de comunicación de Manabí

Medios de comunicación Tradicionales de Manabí		Cantón	red social activa	web	streaming activos	directos en vivo	apps propias activa
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 MAS 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 SATELITE	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 ALFARO	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 LOPEZ	X				
32	RADIO PUBLICA MUNICIPAL CAÑAVERAL	SANTA ANA	X		X	X	
33	RADIO ARENA	SAN VICENTE	X				X
Televisión Señal Abierta							
1	MANAVISION CANAL 9	PORTOVIEJO	X	X	X		
2	OROMAR TV	MANTA	X	X	X	X	
3	CAPITAL TELEVISION	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		

Fuente: Elaboración propia

De este análisis observacional se puede evidenciar 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 su 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 con compatibilidad 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, donde las radios no pueden estar presentes. Por lo que, se da un crédito especial a este medio radial, que ha identificado oportunamente la necesidad y ha desarrollado una habilidad para estos tipos de dispositivos permitiendo a la radio seguir presente.

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 las radio-difusión, para dar a conocer los problemas que atañan 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 y envían videos que muestran la dificultad del momento. Para esto, el uso del medio digital es de gran ayuda, puesto que se puede compartir rápidamente tanto la ubicación como la necesidad y las autoridades pueden brindar una ayuda con mayor rapidez a cada sector o comunidad.

De los medios citados solo Radio Sono Onda dispone de una Skill (habilidad) publicada en la tienda de Amazon para dispositivos con inteligencia artificial Alexa.

La televisión es otro medio observado, en la tabla se puede evidenciar que el 100% (4) tienen actividad presente en redes sociales siendo Facebook la predominante, el 50% (2) presenta disponibilidad de página web, de igual manera el 50% (2) dispone de su señal abierta disponible en streaming de video abierta al mundo, un 75% (3) realiza videos en vivo, directo en redes sociales y el 0% (ninguno) dispone de App alguna.

Con lo expuesto se puede manifestar que los 4 canales están presentes en las redes sociales y suben contenido 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 IPTV (por ejemplo, Magistv) y poder ser visualizados en cualquier dispositivo móvil, computador o televisión inteligente mediante internet. El no disponer de App no afecta, ya que al igual que las radios, existen aplicaciones que alojan un listado de canales de todo el mundo.

Finalmente, analizamos la prensa escrita, la cual según los datos obtenidos presenta un 80% (4) de actividad en redes sociales, un 80% (4) dispone de página web, un 40% (2) tiene presencia a través de video en vivo en redes sociales y el 0% (ninguno) dispone de App alguna.

Con base en estos datos, se puede expresar que la mayoría de los medios escritos están presentes en las redes sociales, alojan sus noticias en plataformas web, pero solo la mitad tiene presencia de videos en vivo en redes sociales, y ninguno dispone de aplicación alguna exclusiva para lectura o visualización de noticias.

V. DISCUSIÓN

Luego de realizado el trabajo investigativo se puede realizar un análisis a manera de discusión sobre los datos teóricos citados y los resultados evidenciados a través de la tabla presentada, realizada a través de la investigación de campo sobre los medios de comunicación tradicionales de la provincia de Manabí.

Se puede evidenciar una total concordancia al mencionar que muchos medios a nivel mundial (Newman, 2019) han tenido que migrar a las nuevas plataformas digitales, a fin de no generar un declive eminente en el nivel de audiencia que por años les ha costado mantener. El trabajo realizado, permite determinar que la gran mayoría de los medios de comunicación de la provincia, han migrado oportunamente hacia estas plataformas a fin de sustentar su funcionalidad. No obstante, se muestra un mínimo de empresas comunicativas que aún no poseen los implementos suficientes para considerar que estén realmente inmersas en el mundo digital.

Como se mencionó anteriormente, los medios de comunicación han presentados grandes desafíos (García, 2019), adaptándose a un entorno digital el cual está en constante evolución. Los medios de comunicación investigados también han presentados grandes desafíos, considerando que desde la pandemia del COVID-19, el mundo entero se vio forzado a cambiar significativamente su forma de realizar sus actividades, especialmente las laborales. En este ámbito se encuentran las empresas de comunicación, las mismas que debieron pasar a un ambiente virtual, haciendo relevancia entre los usuarios y satisfaciendo de esta manera las necesidades de los consumidores, que a la vez cambiaron drásticamente a un mundo digital en todas las actividades realizadas.

De esta forma Rigo (2016), considera que el internet ha generado una verdadera revolución a nivel mundial, trayendo consigo transformaciones en todos los aspectos laborales, educativos, sociales, entre otros. Donde los medios de comunicación se vieron obligados a transformar sus actividades e incorporar sus transmisiones habituales, en formatos procesados por medio del uso de la tecnología en gran escala.

Autores como Borja y Arjona (2021) mencionan que las compañías de comunicación se han hecho fuertes con la creación de contenido digital original, logrando posesionarse en mercados convencionales y actuales, puesto que una gran parte de la población utiliza la tecnología para obtener información local e internacional. Lo cual se asemeja a la investigación actual, donde los medios de comunicación de Manabí, se han visto fortalecidos a través del incremento de usuarios y reconocimiento del trabajo realizado a través de la digitalización.

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 las radios son los medios que más han realizado este 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 jóvenes y adultos que están usando la tecnología como una herramienta de facilidad diaria, puesto que con orden de voz pueden conectarse de forma inmediata y fácil.

Por otra parte se puede concluir 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 tiene la necesidad de transformarse al mundo digital, lo cual ha presentado desafíos económicos, intelectuales, estructurales; lo que es manejable en comparación a la oportunidad de crecimiento y consolidación que el uso de la tecnología ofrece a estos medios de comunicación.

Referencias Bibliográficas

- A. Panchana. (2020). *El mapa de los medios públicos de Ecuador: entre el auge y la ambigüedad*. Global Media Journal México.
- Acosta, A. (2017). *Medios comunitarios y democratización de la comunicación en Ecuador*. Friedrich Eberet Stiftung. Ecuador.
- Borja, J. A. (2021). Convergencia de medios. Plataformas audiovisuales por internet y su impacto en el mercado audiovisual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 35-52.
- Browne, R. (2020). *La comunicación en tiempos de Pandemia*. Repositorio Digital. Universidad de La Frontera.
- C. Wolf. (2015). *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>.
- Castillo, T. (2019). *El 56% de los lectores españoles de prensa se informan a través de redes sociales, aunque solo lee títulos y alguna noticia*. Recuperado el 07 de 2023, de <https://www.genbeta.com/actualidad/para-6-de-cada-10-usuarios-el-movil-es-el-dispositivo-mas-importante-para-conectarse-a-internet>
- Clemente, S. (09 de 2017). *Las redes sociales, el principal medio de acceso a la información*. Recuperado el 07 de 2023, de <https://www.biblogtecarios.es/sandraclemente/redes-sociales-medio-acceso-informacion/>
- D. Montalván, J. G. (2021). *Medios tradicionales: abrirse al mundo digital o sucumbirlo*. Media Education. <https://doi.org/10.36253/me-10222>.
- E. Sánchez. (2020). *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>.
- El Universo. (06 de 2023). *Cuáles son las redes sociales más utilizadas por los ecuatorianos* . Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/cuales-son-las-redes-sociales-mas-utilizadas-por-los-ecuatorianos-nota/>
- Escobar, A. (10 de 2014). *Determinismo tecnológico McLuhan*. (Academica Edu) Recuperado el 08 de 2023, de https://www.academia.edu/11571855/Determinismo_Tecnol%C3%B3gico_-_McLuhan
- García, J. (2019). *La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades* . Repositorio Digital. Pontificia Universidad Javeriana .
- Gómez, K. (2021). Evolución de medios nativos digitales del Ecuador en 2021. *Scielo*, 154-167.
- Guzmán, V. (2018). *Nuevas tecnologías en los medios de comunicación en España*. Repositorio digital. Universidad Miguel Hernández. http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7029/1/PER_TFG_GUZM%c3%81N_MEJ%c3%8dA_VALENTINA.pdf.
- Guzmán, V. (2018). *Nuevas tecnologías en los medios de comunicación en España*. Repositorio digital. Universidad Miguel Hernández. http://dspace.umh.es/bitstream/11000/7029/1/PER_TFG_GUZM%c3%81N_MEJ%c3%8dA_VALENTINA.pdf.
- Hernández, M. (2017). Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias. *Revista Científica de Educomunicación*, 3(11), 50-63.
- López, A. (2017). *Marshall McLuhan, el visionario de la aldea global de la comunicación*. Recuperado el 07 de 2023, de https://elpais.com/cultura/2017/07/21/actualidad/1500619102_672795.html
- M. Rigo. (2016). *Convergencia mediática: nuevas formas de pensar a los medios de comunicación*. Repositorio Digital. Universidad Nacional de La Plata.
- N. Abbasi. (2020). *Digital Media Literacy: Social Media Use For News Consumption among Teenagers in Pakistan*. Global Media Journal.
- Newman, N. (2019). *medios de comunicación* . Reuters Institute Digital News Report.
- Rodríguez, E. (2023). Uso de internet y transformaciones en las prácticas socioculturales . *Dialnet*, 59-75. N. 48. .
- Salaverría, R. (2019). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital*. Repositorio Digital. Universidad Vasco.
- Salaverría, R. (2019). Periodismo digital . *Revista El profesional de la Información* , 28(1), 1-26.
- Salaverría, R. G. (2018). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Repositorio Digital. Universidad Vasco.
- Sánchez, E. (2019). *La transformación digital y su impacto en los medios de comunicación tradicionales* . Repositorio digital. Universidad EAN. Tesis doctoral. .
- Solórzano, M. (2021). *Migración de medios tradicionales a redes sociales*. Repositorio Digital. Universidad Eloy Alfaro de Manabí. <https://repository.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4290/1/ULEAM-POSG-C.CD-0013.pdf>.
- Trámpuz, R. (2021). *Medios de comunicación en Ecuador*. Repositorio Digital. tesis doctoral. Universidad de Málaga.
- Vázquez, J. (2019). LA innovación multimedia e interactiva en el ciber periodismo . *Revista de Comunicación*, 18(1), 191-214.

Zarate, E. (2022). *Influencia de los medios d ecomunicaicón audiovisuales locales en la calidad de vida de los habitantes* . Repositorio digital. Universidad Técnica de Babahoyo.