

tesis criollo rodriguez

por Victor Cantos Luces

Fecha de entrega: 28-ago-2019 04:32p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1164547435

Nombre del archivo: extracto_201982816059.docx (88.19K)

Total de palabras: 4656

Total de caracteres: 25099

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos a destacar en el desarrollo de la propuesta práctica, es el enfoque empleado para la búsqueda de información, la misma que se ve simplificada por la necesidad de establecer los desafíos a los que se enfrentan los periódicos analógicos, tradicionales o convencionales frente a la transformación de la sociedad desde un aspecto tecnológico que es inevitable.

En este sentido, los resultados obtenidos conllevan a reflexionar sobre el nivel de incidencia ⁵ de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la manera tradicional para informarse, donde gran parte de los periódicos de papel han perdido el protagonismo informativo por el cual fueron creados inicialmente.

El desarrollo de la propuesta parte con el análisis de la problemática, la misma que destaca los beneficios y cambios que proporcionó las TIC desde su integración progresiva a las actividades diarias que realiza el ser humano. En este sentido, resulta pertinente mencionar, que éstas han simplificado la vida, mejorando varios aspectos que eran limitantes a la hora de mantenerse informados o comunicados de manera inmediata.

No obstante, el panorama para la producción y comercialización de los periódicos analógicos se derivan a la parte negativa de la misma, donde se identifica a nivel mundial la crisis que enfrentan estos medios, especialmente en España, Colombia y Ecuador, quienes fueron

objeto de análisis en esta investigación. A partir de ello, la revisión documental y literaria de fuentes, tanto primaria como secundaria estableció una revisión simplificada del proceso evolutivo de los medios de información a raíz de la aparición del internet desde los contextos internacionales y locales.

De la misma manera, el planteamiento de una encuesta determinó la posibilidad de conocer las perspectivas y tendencias de consumo informativo de los habitantes del cantón Milagro, quienes determinan un mayor grado de aceptación de las redes sociales y los periódicos digitales para conocer noticias e información de interés colectivo. Por tanto, la estructura de la propuesta práctica destaca la relevancia del tema en tiempos actuales.

³ CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad, el ímpetu evidenciado en el desarrollo de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) se ve plasmado en todas las áreas sociales. Tal es así que su introducción progresiva en las actividades que realiza el ser humano es eminente, la misma que se ve acompañada de múltiples beneficios. Sin embargo, como todo, no está libre de problemas.

En este sentido, los aspectos globalizadores a nivel mundial, regidos por el poder de mercado genera aspectos relevantes que sitúa a las TIC como una herramienta indispensable para el proceso comunicativo organizacional (López y Echeverry, 2014). A partir de aquello, se puede asegurar que el surgimiento del internet ha cambiado la manera de hacer las cosas; la naturaleza de este medio, como un canal efectivo de comunicación trae consigo una serie de aspectos a considerar, especialmente en el ámbito periodístico, por el hecho de converger en las formas verticales de proceso comunicativo que se encuentra regido en el texto de la prensa escrita, las ondas sonoras de la radio, así como en la imagen de la televisión (Flores, 2017).

Hoy en día, la convergencia digital avizora nuevos escenarios para los medios tradicionales de comunicación. Tal es así, que desde los años 90, el proceso de digitalización ha facilitado la manera de procesar la información cimentada en un red de

comunicación que se expande de manera vertiginosa (Anaya y Torres, 2017). Sin embargo, existen criterios que afirman que la era digital representa la muerte del papel impreso en los diarios de información tradicional (Gallardo, 2015), el mismo que ha tenido que afrontar diversos desafíos a lo largo de la historia, plasmados por la llegada de la radio y posterior de la televisión.

Para Pérez (2016) uno de los problemas que afrontan los periódicos analógicos se relacionan con la temporalidad de la información, ya que ésta en los medios digitales es plasmada de manera más rápida, sin que el espacio de la publicación se vuelva una limitante. Otro aspecto a considerar como una limitante de los medios escritos tradicionales es la interactividad inmediata con los lectores, donde el proceso de *feedback* que propician los periódicos digitales contribuye al auge de éstos en la preferencia social.

Para Rivera (2018) la prensa escrita tradicional en España durante los últimos años se ha enfrentado a la debacle del medio, cifras negativas que se vienen acarreado desde hace varios años. A partir de aquello, la Asociación de Medios de la Información (AMI) considera que los periódicos de papel en la comunidad española registran pérdida de lectores, así como de anunciantes, cifras que se ven plasmadas en un 9,5% de la difusión, la misma que se encuentra por encima del 10% de la venta promedio de ejemplares diarios.

En efecto, los resultados no son tan halagadores, lo que genera un estado de preocupación ya que este factor es generalizado en las grandes ciudades. Rivera (2018) enfatiza en el caso del diario El País, quien es protagonista fehaciente de la pérdida de difusión del medio, la misma que se ubica en un 20%; mientras el medio escrito El Mundo asume una caída del 8% al igual que su par, ABC en un 7%.

En Colombia, la situación es similar. Para la Asociación Colombiana de Investigaciones y Mercadeo (2018) la caída de la lectura de los medios informativos escritos tradicionales se ubica en el 5%, lo que implica un panorama negativo acontecido por la transformación analógica a digital de este medio de comunicación. En esta misma línea, Moreno (2018) gerente de la empresa de Estrategias y Audiencias del diario El Tiempo en el país cafetero, asegura que la venta diaria de ejemplares efectuada en las calles va cayendo progresivamente durante los últimos años, lo que conlleva a los gerentes y administradores a minimizar la puesta en marcha de nuevos proyectos productivos.

Para Fundamedios (2018), el consumo informativo en Ecuador ha cambiado significativamente durante los últimos años, panorama similar registrado a nivel mundial. Es por ello, que el surgimiento de los medios periodísticos digitales se ha convertido en los favoritos para los lectores, lo que incide en la presencia de problemas acontecidos a raíz de su popularización. Según el sondeo de este organismo, en el periodo 2017 se establece un nivel de preferencia por parte de los jóvenes para informarse por internet, el mismo que se ubica en un 34%.

A partir de aquello, se debe considera al periodismo de tiempo real y de inmediatez, como el responsable de la caída de los periódicos analógicos, donde los aspectos convencionales no tienen cabida para las nuevas generaciones, quienes son preferentes para el consumo del medio digital, es por ello que su destino es incierto en una sociedad digitalizada, por lo que se busca establecer una línea de investigación que contribuya a su interpretación.

1.2 Delimitación del problema

Línea: Relaciones estratégicas entre comunicación, educación y comunidad.

Aspecto: Análisis y tendencias de mercado en los medios de comunicación.

Área: Comunicación.

Espacio: Preferencias de consumo.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

1.3 Formulación del problema

¿Cómo se ha generado la migración de los periódicos analógicos a plataformas digitales a través del avance tecnológico y hábitos de consumo en el Guayas?

1 **1.4 Objetivos**

1.4.1 Objetivo General

- Analizar incidencia de la migración de periódicos analógicos a plataformas digitales a través del avance tecnológico y hábitos de consumo en el Guayas.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar la tendencia de consumo de habitantes de la provincia del Guayas respecto a los periódicos tradicionales y plataformas digitales.

- Establecer los grupos etarios que mantienen preferencia de consumo por los periódicos tradicionales.

- Determinar los aspectos digitales a considerar en la preferencia de consumo de los periódicos tradicionales.

1.5 Justificación

10 El desarrollo de la presente investigación se justifica por la necesidad de obtener la percepción de la tendencia de consumo de los periódicos analógicos frente al incremento de los medios digitales informativos. A partir de aquello, se logra establecer las medidas necesarias que permitirían efectivizar su comercialización.

En este sentido, lo registrado en el sondeo de mercado realizado por Fundamedios (2017), establece un panorama negativo para la prensa escrita tradicional, la misma que se enfrenta a la conjunción de características y atributos que inciden en la caída de las ventas físicas. Po tanto, el desafío se ve plasmado en su permanencia en el mercado competitivo y su adaptación inmediata a los cambios sociales.

El impacto de la investigación es positivo, ya que los resultados obtenidos conllevan a la reflexión sobre las incidencias de las TIC en el ámbito de la transmisión de acontecimientos informativos, los mismos que son registrados de manera inmediata , con un proceso de actualización constante, lo que incide en que las noticias generadas en los medios convencionales sean vistos a destiempo y pierdan la primicia que antes, era fundamental para fijar los márgenes de ventas y productividad de ejemplares diarios.

El aporte metodológico-práctico de la investigación se centra en conocer las características que marcan tendencia en la sociedad, así como aquellos factores que determinan la aceptación de los periódicos digitales y la caída de los medios tradicionales de información escrita.

4

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

La influencia de las nuevas tecnologías en una sociedad globalizada incide en muchos de sus aspectos, especialmente en la educación, salud, comunicación, educación, entre otros. Por tanto, el análisis de su impacto debe ser circunstancia, es decir, debe enfocarse de manera individualizada.

Ante aquello, el estudio realizado por Gallardo (2015) aborda aspectos históricos que deben ser citados de manera progresiva con el objetivo de reflexionar sobre el cambio suscitado en la prensa tradicional, especialmente en la escrita. Muestra de aquello, es la acontecida con el surgimiento de la imprenta, invento otorgado a Gutenberg en 1450, convirtiéndose en aquellos tiempos en el primer medio de comunicación masiva.

Posterior a ello, ya en la era moderna, el desarrollo precipitoso del comercio, así como el incremento de las actividades turísticas requería que las personas se mantuviesen comunicados, especialmente de lo que ocurría en otras localidades, es así como la

información escrita empezó a traspasar barreras de tipo políticas y productivas para cimentar una conducta de consumo generalizada para informarse.

A partir de 1960, con la aparición del Internet producto de una red militar conocida como DARPA inherente al ejército estadounidense, utilizado como un medio eficaz para comunicarse de manera segura, se dio paso a una tendencia de consumo de las computadoras plasmada en los años 80 donde surgen propuestas para cimentarla como una red académica y de investigación que se expandió a nivel mundial (Márquez, Álvarez, y Martos, 2016).

En Ecuador, a partir de 1990 se generó la aparición por primera vez del Internet, destacando que fueron los bancos, primeros en utilizarlos, sumándose a ello las universidades. Sin embargo su uso se fue generalizando de manera progresiva. A partir de aquello, los medios de comunicación tuvieron la necesidad de irse integrando a las nuevas tecnologías y maneras de informar (Gallardo, 2015).

Es así como en la década de los 90, los medios tradicionales de información dieron inicio por primera vez a sus actividades en la red, donde las alternativas de comunicación e información fueron variadas. Tal es así, que uno de los retos principales para los diarios impresos estaba dispuesto con la primera etapa de la *Web*, conocida como *Web 1.0* que hacía referencia a la presencia de páginas estáticas, cuya actualización era poco frecuente (Anaya y Torres, 2017).

La transición de los medios escritos en las diversas versiones de la *Web*, sin lugar a dudas marca un estadio de referencias donde se plasma la necesidad de permanencia en el

mercado. No obstante, las dificultades para adaptarse al medio fueron infinitas. Así pues, el cambio a la versión de la *Web 1.5* dejaba entrever un aspecto más rescatado de la estética, factor que incidía en el nivel de visitantes al sitio propiciadas por páginas dinámicas que llamaban la atención de los internautas (Pérez, 2015).

Posterior a ello, aparece la *Web 3.0* también conocida como semántica, lo que significaba que cualquier usuario lograba identificar respuesta a una serie de conjeturas de manera ágil, fácil y sencilla, por medio de la disposición de la información de manera más sencilla. Un hito de la transición de un periódico analógico a digital es el acontecido por el diario San José *Mercury New* de California en 1993, lo que provocó la adhesión de otros ⁷ medios como *The New York Times*, *The Washington Post* (Anaya y Torres, 2017).

La integración de los medios analógicos a digitales durante los primeros años se desarrolló con grandes expectativas que pasaron a formar parte de los cybermedios. Ante aquello, Gallardo (2015) enfatiza en la presencia masiva de este medio de información a nivel mundial, convirtiéndose en una tendencia de consumo para diversos estratos sociales y grupos etarios.

Para Delmanto (2014) el Informe *State Media* del 2011 evidenciaba un avance significativo de los medios digitales, donde la publicidad digital superaba a la de los medios analógicos, confirmando que gran parte de la sociedad buscaba noticias en la web. No obstante, la incursión de los medios ecuatorianos en el internet se propició a partir de 1994, donde se evidenciaban versiones muy básicas que cumplían con el objetivo de informar al país sobre acontecimientos de interés colectivo.

Uno de los pioneros en la transformación de los periódicos analógicos a digitales fue el hecho registrado por el diario Hoy en 1994, convirtiéndose en el primer medio escrito en Sudamérica en tener un sitio de información en la web. En 1996, se suma a esta iniciativa El Comercio, quien lanza en línea su primera versión digital, para de esta manera esperar que su auge trastoque los intereses de los grandes medios de la comunicación escrita, entre los que se encuentra diario El Universo, que hoy en día registra uno de los mayores niveles de visita en la web (Gallardo, 2015).

De esta manera, fueron muchos los medios que se sumaron a la transición de la información analógica escrita a digital, muestra de aquello fue la incorporación en el 2007 de diario Expreso y Extra, que cuenta actualmente con una gran aceptación en la manera tradicional de comercialización, además de un gran número de visitas en su versión digital.

2.2 La comunicación digital

En la actualidad, la comunicación mediática es realizada a través de la palabra escrita, la misma que mantiene su valor y se proyecta como un vehículo del proceso comunicativo entre el hombre, los dispositivos y la tecnología (Ayala, 2014). A partir de aquello se puede considerar que la comunicación se constituye en un proceso de transmisión que se genera de un sujeto a otro, por tanto, su carácter social aborda todos los actos mediante el cual los seres vivos tienden a relacionarse con sus semejantes con el objetivo de intercambiar información.

En consecuencia, a fines del siglo XVIII emergen los medios de comunicación de masa, también conocidos como *mass media*, resultante directo de un proceso netamente social y modelo de vida concreto ligado a los efectos colaterales de la revolución industrial que

generó cambios significativos en los ámbitos económicos, políticos, costumbres de vida y lazos fraternos entre comunidades (Becerra y Arreyes, 2014).

Con el pasar del tiempo, los medios de comunicación evidenciaron una transformación irreversible. En este sentido Ayala (2014) menciona que, la cultura occidental, condicionada por la escritura de tipo fonética y, de manera posterior, por la presencia de la diversa tipología de medios electrónicos de comunicación que surgieron a finales del siglo XIX, en la actualidad afronta otro modelo de revolución tecnológica, que va desde la aparición del lenguaje informático dispuesto en binario, el mismo que posibilitó el desarrollo de dispositivos y la manera de comunicarse, dando paso a la transformación de la palabra oral o escrita a señales de tipo digital.

Por consiguiente, la sociedad actual afronta un proceso de diferenciación entre lo analógico y digital, notándose una modificación que incide de manera directa en el comportamiento cultural y la manera de comprender el mundo. Bajo este contexto, los paradigmas de tipo social tienden a iniciarse durante los años 90 donde se intensifica la masificación de Internet propiciada a través de la web, promoviéndose una asociación de conceptos entre lo digital y tecnológico que se genera por medio de la codificación de la información en *bits* propagada a través de dispositivos que facilitan su almacenamiento, grabación y transmisión notándose la intervención de otros dispositivos encargados de su decodificación.

Es así como el concepto de comunicación digital (CD) en la actualidad es vista con un grado de relevancia, ya que se trata de una modalidad del diseño que tiene como objetivo primordial comunicar información a través del uso de las nuevas tecnologías tomando en

consideración las tendencias que llaman la atención en la sociedad. Por tanto, su conceptualización aborda de manera generalizada a todos los medios y herramientas que son empleados para transmitir información o mensajes de manera digital. Además, que una diversidad de emisores y receptores que forman parte de este canal de comunicación, así como del efecto que genera el mensaje en ellos.

En conclusión, la CD es un elemento inherente en la sociedad actual, y que responde en gran parte a las necesidades comunicacionales de las personas. Así pues, la comunicación con el pasar de tiempo ha cambiado su esquema, encontrándose que la manera clásica se genera a través de un modelo de transmisión unidireccional, caracterizada por su jerarquía y la hegemonía de los medios. Mientras que la realizada ⁶ por medio de las tecnologías de la información y la comunicación tiene fundamentos multidireccionales, transversales, totalmente estructurada en redes que propicia la generación de comunidades virtuales (Becerra y Arreyes, 2014).

La comunicación digital es relevante en la actualidad, ya que permite compartir información de manera más rápida y eficaz en comparación de los medios tradicionales, lo que implica que el público encuentra información actualizada en cada instante. Además, puede catalogarse como un método de bajo costo, gracias a la amplia gama de recursos y herramientas que se encuentran disponibles para su diseño y elaboración, por lo que está disponible en todo el mundo.

Por otra parte, la CD permite la interacción efectiva por medio de las redes sociales, donde el texto, las imágenes, animaciones, audios, entre otros constituyen los elementos y las técnicas que la hacen más dinámicas y llamativas, sumándose ello la escalabilidad para

la maquetación del contenido, a diferencia de los medios impresos tradicionales donde los espacios de cobertura informativa son reducidos y limitados (Ayala, 2014).

Los medios de información impresa en plataformas digitales

A partir de la irrupción del internet, el acceso a los contenidos informativos deriva en una desaparición constante de los medios impresos. Por esta razón, la realidad de los periódicos analógicos se ve trastocada a nivel mundial, las mismas que se han visto en la condición de migrar a plataformas digitales para acoplarse a las nuevas tendencias de la sociedad (Hermosa, 2015).

Hace pocos años, era fácil ver como los periódicos tradicionales respondían de manera efectiva a la demanda informativa de la sociedad basada en una interpretación facsimilar de los hechos, es decir con la maquetación de un contenido estático que permanecía sin cambios una vez propiciada su publicación. Posterior a ello, las publicaciones estuvieron dispuestas a un proceso evolutivo de la manera de informarse, las mismas que parten de publicaciones adaptadas que son reproducidas de manera inmediata por medio de una página web, para finalmente concentrar la verdadera concepción periodística que se concentró en el esquema multimedia de las plataformas digitales, dando paso al surgimiento de los medios informativos (periódicos) online, descartando el modelo estático similar al impreso, sino más dinámico que propicia una interacción efectiva con el lector. Así pues, los medios digitales se orientan al uso de hipervínculos que permiten saltar a diversos contenidos en el espacio web, con el objetivo de enriquecer los contenidos y aportar a la veracidad de la noticia (Arrabal, 2018).

Para Torras (2014) el ecosistema comunicativo ha evolucionado a un esquema dispuesto a través de nuevos medios, donde el internet convive y se relaciona de manera más vinculada con la prensa, radio y televisión, dando origen a nuevas formas de estructurar y difundir las noticias. Si bien la prensa digital tiene la oportunidad de heredar el lenguaje escrito de los medios tradicionales, sus contenidos en la red están altamente combinados con otros códigos comunicativos; donde ¹⁵ el texto, la imagen estática o en movimiento, además del sonido marcan la diferencia.

Procesos de digitalización de los periódicos

Desde un panorama global, se puede asegurar que los periódicos se encuentran saturados de información, donde la búsqueda de la misma puede resultar tediosa, así que la digitalización de los periódicos se proyecta como una solución a la problemática que afronta el lector en un medio tradicional.

A partir de aquello, abordar el proceso de digitalización de los periódicos permite avizorar el incremento de los usuarios concurrentes, los mismos que pueden tener acceso de manera inmediata y actualizada de la información. Es decir que estos medios digitalizados pueden ser socializados de manera simultánea a diversos usuarios en diversas partes del mundo, solo con el hecho de tener acceso a internet, mediante un sistema de gestión documental, por lo que se requiere de seguir las directrices pertinentes para su digitalización, entre las que se encuentran: verificar que la información a digitalizar no se encuentre realizada por otra persona; comprobar si ¹⁴ el proceso de digitalización de la información es legal, para proceder a su realización completa (Newton, 2018).

Una vez digitalizada del periódico se precisa la inclusión de imágenes por medio del procesamiento de un ¹¹ software de reconocimiento óptico de caracteres (OCR) que ayuda a preparar el texto periodístico para la búsqueda posterior por palabras de tipo global. En lo referente a los metadatos, resulta indispensable identificar de manera concreta los ficheros digitalizados, lo que facilita a los usuarios a encontrar la información requerida de manera más rápida (Newton, 2018).

En este sentido, existen herramientas que facilita el proceso de diseño y maquetación de los medios periodísticos digitales, entre los que se encuentran: Creativist considerada una herramienta versátil y atractiva para los diseños web; Pop, proporciona una nueva tipología de narración digital desde los dispositivos móviles, la misma que ha aumentado su interés para miles de usuarios en el mundo. Otra herramienta es Wickr, herramienta más segura para el accionar periodístico que permite la comunicación a través de un dispositivo móvil; Capricity, permite el procesamiento de datos con bajo costo de producción, la misma que facilita el traslado de información en documentos de papel a formato digital (Newton, 2018).

CAPÍTULO ¹3

METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

El proceso investigativo se llevó a efecto a través de la revisión documental de fuentes primarias dispuestas en revistas indexadas, las mismas que se encuentran integradas en repositorios, tales como: Scielo, Dialnet, Redalyc, entre otras. En efecto, la interpretación de la información se la efectuó por medio de la técnica hermenéutica y la triangulación de ideas.

3.2 Tipos de investigación

Por otra parte, se dispuso la implementación de una investigación de campo para lograr conocer la percepción de la ciudadanía en base a la preferencia de consumo de los medios tradicionales frente a los analógicos, acontecida por medio de la implementación de una encuesta aplicada a una muestra censal integrada por 150 sujetos tipos de investigación escogidos de manera intencional en diversos sectores de la ciudad.

Investigación descriptiva, permitió identificar los desafíos que enfrentan los medios escritos tradicionales frente al auge tecnológico y la preferencia de consumo de las nuevas generaciones a los medios de información digital.

3.3 Análisis de datos documentales

El aporte de Gallardo (2015) en su investigación titulada “²Análisis comparativo de la prensa escrita y su versión digital, estudio de caso: el tratamiento de discapacidades en

diario el Comercio” tuvo como objetivo el análisis de las características diferenciadoras entre los medios analógicos y digitales inherentes a este medio de comunicación. Para lo cual se utilizó una metodología cualitativa referente a la percepción de los consumidores sobre noticias de discapacidad, donde se toma el caso propuesto por la Vicepresidencia de la República a través de campañas propiciadas en redes sociales, los diarios digitales y blogs para socializar los derechos, servicios y deberes de la población para el abordaje de las situaciones de capacidades especiales.

Los resultados obtenidos de la investigación, destacan aspectos significativos, especialmente en la cantidad de información que se dispone en los medios tradicionales donde se encuentra limitada, mientras que en los digitales, ésta mantiene un mayor rango de expresividad, lo que hace de ellos más versátiles, escalables, dinámicos, con información en tiempo real y retroalimentada constantemente.

Por otra parte, el estudio realizado por Pérez (2015) titulada **Hacia una ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación**” tuvo como objetivo esclarecer la idea del internet como medio de comunicación, donde el análisis teórico del mismo determinó que éste es un medio de información, más no de comunicación, criterio cimentado por Walton.

De la misma manera, Quiroz (2016) en su investigación “El Smartphone como herramienta del periodismo” tiene como objetivo general mostrar cómo son las principales herramientas digitales que pueden ser utilizadas en el periodismo, donde se destaca la transición de los medios impresos tradicionales en digitales, cuyas perspectivas reposan en la percepción que tienen la sociedad sobre sus características individuales.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

Como parte del desarrollo de la propuesta práctica, el proceso de recolección de información determinó la necesidad de establecer un instrumento que permita cumplir con los objetivos de la misma. Para efecto, se determinó el uso de la técnica de encuesta aplicada a una muestra censal integrada por 150 sujetos tipos de investigación elegidos bajo preferencia investigativa ¹³ en diversos cantones de la provincia del Guayas, tomando como relación aspectos de factibilidad económicos, financieros, y de tiempo se determinó la recogida de datos en el cantón Milagro, Naranjito y Guayaquil, cuyo instrumento estuvo conformado por un total de 10 ítems, de los cuales cinco entraron en consideración para su interpretación y análisis, determinados de la siguiente manera

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de la propuesta práctica permiten concluir que:

Al analizar incidencia de la migración de los periódicos analógicos a plataforma digitales en la provincia del Guayas se demuestra que la prensa escrita se encuentra en una precipitada caída de ventas y preferencias en una sociedad alta inmersa en la parte digital, por lo que las consecuencias arraigadas a esta transformación son significativas a nivel mundial, lo que implica una posible desaparición de la forma tradicional de informarse.

De la misma manera, los resultados identificaron la tendencia de consumo de los encuestados respecto a los periódicos tradicionales y plataformas digitales, el mismo que ubica en un 39% a los dispuestos en medios digitales, seguidos por las redes sociales con el 36,7%, los blogs con el 8%, 5, 3% los periódicos de papel, 4,7% revistas, 3,3% la televisión y el 2,7% la radio. A partir de aquello, se puede inferir que la situación para los periódicos analógicos es irreversible desde una perspectiva social.

En lo que respecta a la posibilidad de establecer los grupos etarios que mantienen preferencia de consumo por los periódicos tradicionales, la propuesta práctica determinó que el 24% de los encuestados se ubican en una edad <18 años, mientras que el 37,3% fluctúa entre los 18 a 25 años, el 20,7% de 26 a 35 y el 18% son >35 años.

Por otra parte, se determina los aspectos relevantes a considerar en la caída de preferencia de consumo de los periódicos tradicionales, donde la preferencia del medio de

información se ve centrada en la rapidez de la información que se ubica con el 32%, así como de su objetividad con el 25,3% y la claridad de la misma con el 10%.

De la misma manera, se establece que los medios de comunicación, sean estos nativos digitales como matriciales digitales, hacen uso de las herramientas web 2.0, donde la prioridad la mantiene Facebook con el 30%, páginas oficiales el 27%, el 24% por Instagram y el 18,67% por Twitter.

tesis criollo rodriguez

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE
INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

es.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

2

repositorio.puce.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

3

docplayer.es

Fuente de Internet

<1%

4

biblioteca2.ucab.edu.ve

Fuente de Internet

<1%

5

investigaciones-pure.udem.edu.co

Fuente de Internet

<1%

6

saludpublica.bvsp.org.bo

Fuente de Internet

<1%

7

redlpchi.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

8

repo.uta.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to University of Melbourne

Trabajo del estudiante

<1%

10 repositorio.ute.edu.ec <1%
Fuente de Internet

11 desarrollo.ethek.com <1%
Fuente de Internet

12 elsalmon.org <1%
Fuente de Internet

13 www.mag.gov.ec <1%
Fuente de Internet

14 www.landwellglobal.com <1%
Fuente de Internet

15 povet.com <1%
Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado