

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



TRANSICIÓN DEL PERIODISMO TELEVISIVO TRADICIONAL
HACIA EL PERIODISMO DIGITAL EN LA CIUDAD
DE COBIJA DEL 2019 A 2023

TESIS PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Autora: Univ. Joyci Roca Melena

Tutora: Lic. Vanessa Reina Alejo Conde

COBIJA – PANDO – BOLIVIA

2023

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

TRANSICIÓN DEL PERIODISMO TELEVISIVO TRADICIONAL HACIA
EL PERIODISMO DIGITAL EN LA CIUDAD DE COBIJA DEL 2019 A 2023

Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, del Área de
Ciencias Sociales y Humanísticas y la Carrera Ciencias de la Comunicación Social

Requisito para optar al grado académico de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Univ. Joyci Roca Melena

Cobija - Pando - Bolivia

Esta Tesis de Grado, ha sido aceptada en su presente forma por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área Ciencias Sociales y Humanísticas y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

M.Sc. Miladis Marillia Conde Herrera
DIRECTORA DEL ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

Lic. Carlos Vicente Lahor Garcia
TRIBUNAL

Lic. Lifer Romero Vaca
TRIBUNAL

Lic. Graciela Rosmery Mamani Mamani
TRIBUNAL

Lic. Vanessa Reina Alejo Conde
TUTORA

Univ. Joyci Roca Melena
POSTULANTE

DEDICATORIA

Dedicado a mi familia, mis padres Alio Roca Chávez y Yusara Melena Revollo, a mis hermanos Gisselle y Alex Joel, a mis bellos sobrinitos Juan Andrés y Juan Diego, a Ana Clara Lima y a Hilda Vásquez, por todo su amor, apoyo y motivación a seguir adelante y concluir mi carrera profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida que me da, a mi madre Yusara Melena que me guía, me apoya y me motiva a continuar estudiando.

A la Universidad Amazónica de Pando, a mi tutora Lic. Vanessa Reina Alejo Conde por su apoyo incondicional, a los docentes que fueron parte de mi formación académica, a mis compañeros con los que compartimos aulas y lindos momentos.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	viii
Lista de anexos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	x
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS.....	4
1.1 Antecedentes.....	4
1.2 Justificación.....	8
1.2.1 Justificación social y tecnológica.....	9
1.2.2 Justificación legal.....	10
1.2.3 Justificación académica.....	10
1.3 Descripción del problema.....	11
1.4 Formulación del problema.....	12
1.4.1 Objetivos.....	12
1.4.2 Objetivo general.....	12
1.4.3 Objetivos específicos.....	13
CAPÍTULO II.....	14
DISEÑO METODOLÓGICO.....	14
2.1 Tipo de investigación.....	14
2.2 Enfoque de la investigación.....	14
2.3 Método.....	15
2.4 Población y muestra.....	15
2.5 Técnicas de investigación.....	16
2.5.1 Revisión documental.....	16
2.5.2 La entrevista semiestructurada.....	17

2.5.3 La observación no participante.....	18
CAPÍTULO III	19
MARCO REFERENCIAL	19
3.1 Estado del arte	19
3.2 Marco legal.....	22
3.2.1 Constitución Política del Estado.....	22
3.2.2 Ley de imprenta de 1925	23
3.2.3 Ley N° 494 de 1979 del Estatuto de Periodista	24
3.2.4 Decreto Supremo N° 20225 del 9 de mayo de 1984 Estatuto Orgánico del Periodista...	24
3.2.5 Ley de Telecomunicaciones N° 1632 del 5 de Julio de 1995 y su Decreto Reglamentario N° 24132.....	25
3.2.6 Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Pando (FTPP)	25
3.3 Marco teórico.....	26
3.3.1 Evolución en los medios de comunicación.....	26
3.3.2 Teoría de la Difusión de Innovaciones	27
3.3.3 Teoría de la Mediatización	30
3.4 Marco conceptual	31
3.4.1 Transición	31
3.4.2 Redes sociales.....	32
3.4.3 Periodismo tradicional.....	32
3.4.4 Periodismo digital.....	33
CAPÍTULO IV	34
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
4.1.1 Unitel Pando	36
4.1.2 Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15.....	38
4.1.3 Pando Visión.....	40
4.1.4 Televisión Universitaria	41
4.2 Alcance de transmisión de los medios televisivos.....	44
4.3 Factores de motivación de medios para transmisión en plataformas digitales	46
4.4 Transición del medio televisivo de lo tradicional a lo digital.....	47
4.5 Ventajas de la transmisión simultáneamente de manera tradicional y digital	50
4.6 Desventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital.....	52

4.7 Ajuste de los contenidos de información para lograr transmisiones simultaneas	54
4.8 Capacitación a los periodistas para transmitir el formato digital	56
4.9 Proceso de implementación del periodismo digital.....	59
4.10 Retroalimentación de los contenidos por parte de su audiencia.....	62
4.11 Principales obstáculos que enfrentaron los periodistas	63
4.12 Ventajas y desventajas de transmitir en formato tradicional y digital.....	64
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Creación de las Páginas de Facebook.....	7
Tabla 2	Medios de comunicación televisivos tradicionales de Cobija	34
Tabla 3	Alcance de transmisión del medio.....	44
Tabla 4	Factores de motivación.....	46
Tabla 5	Transición del medio televisivo de lo tradicional a lo digital	48
Tabla 6	Plataformas digitales que utilizan para transmitir en redes sociales	50
Tabla 7	Ventajas de transmisión simultáneo	51
Tabla 8	Desventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital ...	53
Tabla 9	Ajuste de los contenidos de información.....	55
Tabla 10	Capacitación a los periodistas para transmitir el formato digital	57
Tabla 11	Proceso de implementación del periodismo digital	60
Tabla 12	Retroalimentación de los contenidos por parte de su audiencia	62
Tabla 13	Principales obstáculos que enfrentaron los periodistas.....	63
Tabla 14	Ventajas y desventajas en de transmitir en formato tradicional	64
Tabla 15	Ventajas y desventajas en de transmitir en formato digital	65

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Evolución de los medios de comunicación.....	26
Figura 2	Cinco pasos del proceso de innovación.....	28
Figura 3	Agentes de cambio.....	29
Figura 4	Mediatización.....	31
Figura 5	Página de Facebook de Unitel Pando.....	37
Figura 6	Página de Facebook de SPC Canal 15.....	38
Figura 7	Página de Facebook de Pando Visión.....	41
Figura 8	Página de Facebook de Televisión Universitaria.....	42

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1	Registro documental.....
ANEXO 2	Guías de entrevista.....
ANEXO 3	Ficha de observación.....
ANEXO 4	Registro fotográfico.....
ANEXO 5	Programación de los medios televisivos.....

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó en la ciudad de Cobija – Pando, con el propósito de describir el proceso de transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital, durante el periodo 2019 a 2023; en este sentido se abordó la temática de la incorporación de las redes sociales como forma de transmisión simultánea en señal abierta y por cable, para ello se realizaron importantes cambios, tanto en equipos como el manejo de contenidos. El avance acelerado de la tecnología y la popularidad alcanzada por las redes sociales, hicieron que los medios de comunicación tuvieran que adaptarse a la nueva manera de informar a través de las plataformas digitales. Un antes y un después fue marcado por la pandemia del COVID 19; tras la emergencia sanitaria el medio más utilizado para la información era el digital, lo que aceleró el proceso de transición.

La investigación desarrolla tres objetivos específicos que fueron: identificar a los medios televisivos tradicionales que incursionaron hacia el periodismo digital, establecer los mecanismos de implementación del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital y comparar las ventajas y desventajas entre el periodismo tradicional y el digital. Mediante un enfoque cualitativo de tipo descriptivo se recopiló la información pertinente a través de la revisión documental, la observación no participante a los medios televisivos de la ciudad de Cobija y las entrevistas semiestructuradas a los directores de los medios como a los jefes de prensa, para después sistematizarla y analizar los datos encontrados. Los resultados más relevantes de esta investigación, hacen referencia al proceso de transición de los medios televisivos de lo tradicional a lo digital, al permanente cambio que deben estar dispuestos a realizar a fin de adaptarse para conservar su audiencia, tiene un profundo análisis de la constante transformación a la que se van adaptando los medios, así mismo este documento es el inicio para futuras investigaciones interesadas en abordar la temática.

Palabras clave: Transición, periodismo, redes sociales, digital.

INTRODUCCIÓN

La transición del periodismo televisivo tradicional al digital representa un fenómeno de gran relevancia en la era contemporánea de la comunicación y los medios de comunicación. A medida que la tecnología continúa transformando la manera en que se consume información, los medios de comunicación tradicionales se han visto obligados a adaptarse y evolucionar para mantenerse relevantes en un entorno mediático en constante cambio. Esta investigación se propuso describir el proceso de transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija, del 2019 al 2023.

En este contexto, se exploraron puntos fundamentales como el contexto histórico de cada medio televisivo de la ciudad de Cobija, que en la actualidad son cuatro: Unitel Pando, Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15, Televisión Universitaria TvU y Pando Visión, las ventajas y desventajas de transmitir en simultáneo entre formato tradicional y digital, así como los ajustes de los contenidos informativos para redes sociales. También, se examinaron los principales obstáculos que enfrentan los periodistas al transmitir en formato digital y la capacitación que tienen para esta nueva realidad. A medida que el periodismo digital se convierte en un pilar esencial de la democracia y la construcción de la opinión pública, esta investigación proporciona una visión general de la transformación en curso y ofrece perspectivas valiosas para los futuros profesionales y académicos interesados en este campo en constante evolución.

El estudio está dividido por capítulos estructurados de la siguiente manera:

El capítulo I, expone la descripción del problema y los objetivos de la investigación, teniendo como principal objetivo describir la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija, del 2019 a 2023; y tres objetivos específicos: Identificar los medios televisivos tradicionales que incursionaron hacia el periodismo digital; establecer los mecanismos de implementación del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital; y, comparar las ventajas y desventajas entre el periodismo tradicional y el

digital. Para ello se realizó la recogida de datos, para su posterior sistematización y análisis de resultados.

El capítulo II, explica el diseño metodológico de la investigación, que plantea un estudio con enfoque cualitativo, a través del tipo descriptivo, los resultados reflejan los datos obtenidos mediante la aplicación de entrevistas, observación y revisión bibliográfica, que fueron aplicados a los propietarios o directores de medios de comunicación y jefes de prensa.

El capítulo III, contiene el marco metodológico, en el que se expone el marco teórico y el marco legal respaldado principalmente por la Constitución Política del Estado y la Ley de Telecomunicaciones, con el sustento de las teorías de la difusión de innovaciones y de la mediatización.

Los resultados de la investigación se plasman en el Capítulo IV, en el que se presenta un análisis exhaustivo del proceso de transición del periodismo televisivo tradicional al digital. Este capítulo aborda detalladamente las etapas clave de esta transformación, destacando las causas que la impulsan y las consecuencias que de ella se derivan. Se facilita una visión completa de este fenómeno en constante evolución. Dicho análisis contribuye a comprender mejor la dinámica cambiante de los medios de comunicación y su influencia en la sociedad contemporánea.

Los hallazgos principales en el análisis realizado durante el período de estudio de 2019 a 2023; en la ciudad de Cobija, se observó la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital. Todos los medios televisivos tradicionales de la ciudad de Cobija han adaptado sus estrategias para sobrevivir en un entorno mediático cada vez más digitalizado. Esta adaptación se ha traducido en la creación de perfiles en redes sociales para la transmisión de contenidos en línea y la implementación de estrategias digitales para interactuar con su audiencia. Los mecanismos utilizados para llevar a cabo esta transición incluyen la capacitación del personal e inversiones en tecnología, lo que refleja un esfuerzo por superar las barreras

tecnológicas y culturales en el nuevo panorama mediático. Estos resultados destacan la importancia de la transformación en el periodismo y sus implicaciones tanto para los medios como para la sociedad y contribuyen a comprender el avance tecnológico, los cambios permanentes y la adaptación de los medios de comunicación.

CAPÍTULO I

JUSTIFICACIÓN, PROBLEMA Y OBJETIVOS

1.1 Antecedentes

En sus inicios la televisión revolucionó al mundo con la magia del audio e imágenes, sus primeras apariciones se dieron gracias al invento de la fotografía, de acuerdo a lo que señalan Rodríguez y Ruíz “La evolución de la televisión ha consistido, principalmente, en la búsqueda de un dispositivo adecuado para reproducir imágenes”. (2005, párr. 7). La primera señal que llegó al público era en blanco y negro, tuvieron que pasar algunos años para que avance la tecnología y se convierta a colores como se la conoce en la actualidad.

En la actualidad, la televisión es un medio para informarse al igual que los demás medios de comunicación (radio, periódicos, revistas e internet) que son necesarios para ello. Aquellos que no tienen acceso a los medios de comunicación quedan excluidos de la información, y al respecto, en palabras de Rodríguez y Ruíz “El estar informado se considera algo muy importante, casi una necesidad básica.” (2005, párr. 27). Es por ello que la televisión ha tenido un impacto significativo en la cultura, la política y la sociedad en todo el mundo.

Con el transcurso de los años, los medios tradicionales empezaron a transmitir su señal también por internet, sin embargo, en sus inicios el internet no surgió con el objetivo de ser un medio de comunicación masivo de información y entretenimiento como es conocido actualmente. Así lo manifiesta Aste, citado en Tesouro y Puiggali “Internet comenzó a principios de los años 70 como una Red del Departamento de Defensa de E.E.U.U. llamada ARPANET.” (2004, p. 60). Por lo tanto, con el transcurso de los años, el internet experimentó

una transformación significativa, trascendiendo de su propósito original a convertirse en una poderosa industria digital a nivel mundial, en una fuente de información, entretenimiento y comercio.

Una de las investigaciones académicas como la de Álvarez, (2017), titulada “Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura en el espacio audiovisual iberoamericano” de la Universidad Internacional de Andalucía, su capítulo 1 titulado “Videoperiodismo digital: claves para la transición desde el periodismo tradicional” señala:

En el mundo digital, hay una tendencia que destaca: el consumo de videos noticiosos accesibles a través de dispositivos móviles. Por ello, las empresas periodísticas han tenido que adaptarse para ofrecer información en video y distribuirla a través de redes sociales y medios digitales.

La investigación se enfoca en analizar sobre la transición que está sufriendo el video periodismo en esta nueva época. El análisis se basa principalmente en la experiencia de la autora, quien ha estado a cargo de coordinar durante los últimos cinco años el proceso de capacitación destinado a transformar a periodistas tradicionales en periodistas “multiplataformas”, o más precisamente, en periodistas integrales. La autora sostiene que esta transición es esencial tanto para las organizaciones como para las personas involucradas, y destaca que la tecnología ha experimentado una evolución radical que ha transformado la manera en que se consume información, tanto en términos de formato como de velocidad. Actualmente, cualquier persona puede recibir información de cualquier parte del mundo en forma de texto o contenido audiovisual en un solo dispositivo y prácticamente de forma instantánea, independientemente de su ubicación o movimiento.

En su tesis titulada “Rol del periodismo independiente en el crecimiento de los medios de comunicación digitales, Hoyos Criollo, I. M. (2022), manifiesta que el propósito de su investigación fue comprender el papel del periodista independiente en el crecimiento de los medios digitales. En la actualidad, los periodistas independientes no necesitan desplazarse para

obtener información, ya que pueden acceder a plataformas digitales que reemplazan esa necesidad. El enfoque de la investigación es mixto, combinando datos cuantitativos y cualitativos para comprender el desarrollo de los medios digitales. Actualmente, el periodista independiente asume un rol de responsabilidad al gestionar y manejar sus contenidos, además de mantener una interacción cercana con la comunidad, que lo ha llevado a una personalización de la información y a dar voz a los usuarios, lo que ha impulsado el crecimiento de los medios independientes en plataformas digitales. Para mantenerse relevante en el periodismo digital, el periodista debe utilizar el aspecto humano de la tecnología y adaptarse a los nuevos cambios.

En lo que respecta a Bolivia, la llegada del internet se dio a causa del proyecto BolNet, así lo afirman Banegas et al “La llegada de la Internet al país se implementa a través de la Red Boliviana de Comunicación de Datos “BolNET”, el principal proyecto que impulsó la incorporación de Bolivia a la Internet” (2012, p. 27). De esta manera Bolivia obtiene su propio nombre para registrar y controlar los servicios de las páginas web.

Luego de la llegada del Internet a Bolivia, con el paso del tiempo, los medios masivos tradicionales incursionaron al periodismo digital, ya que éste ganó protagonismo. La constante evolución de las tecnologías moldeó la forma en que los medios trabajan en la actualidad. Los periodistas tuvieron que adaptarse a ellos para seguir siendo intérpretes de la realidad.

Sobre este tema, se hicieron diferentes investigaciones a lo largo de los años, un estudio relevante en este campo fue realizado por Vivero (2017) denominado “Del periodismo tradicional al de la generación de los *millennials*: Análisis de la transición de la vieja escuela a los nuevos formatos en prensa digital”. Este trabajo se centra en analizar la transición del lenguaje periodístico realizado por los medios tradicionales a los medios digitales, haciendo énfasis en a la importancia de la transición que experimentan los medios de comunicación televisivos.

Guarachi C. A., (2014) en su tesis titulada “Nuevas formas de transmitir información en Bolivia. El periodismo digital de Erbol. 2014” señala:

En la actualidad el hombre vive rodeado de tecnología. El Internet principalmente es uno de ellos, el cual ha permitido al ser humano, mantenerse en contacto con el mundo e informarse de lo que ocurre en otro país sin la necesidad de trasladarse. Es en ese marco la investigación se planteó como objetivo general analizar de qué manera se aplican las nuevas formas del periodismo digital y además conocer cómo se expresan en el uso del lenguaje, la interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad en el caso del periódico digital de Erbol durante la gestión 2014.

La estrategia metodológica utilizada en la investigación fue el determinismo tecnológico y los métodos fueron el análisis y la observación, mientras que las técnicas utilizadas se centraron en el análisis documental, de contenido, morfológico y además de la entrevista semi estructurada. Finalmente, en el análisis e interpretación de los datos, analizó de forma minuciosa cada una de las características propias del periodismo digital. En las conclusiones argumenta que el periodismo digital de Erbol se encuentra en pleno desarrollo, gracias a la inmediatez que se da a la hora de informar a través de las redes sociales y las constantes actualizaciones de las notas que se generan en una jornada.

Tabla 1

Creación de las Páginas de Facebook

Medio	Fecha
TVU Canal 21	20 de agosto de 2012
Pando Visión	12 de abril de 2016
Unitel Pando	13 de diciembre de 2016
SPC Canal 15	30 de abril de 2017

Nota. Elaboración propia, 2023.

En el departamento de Pando, los medios de comunicación masivos tradicionales también se incorporaron a la red digital, las más populares son las páginas en Facebook.

El primer medio tradicional que se incorporó a la red digital fue TVU (Televisión Universitaria) en el año 2012, posterior a ello pasaron aproximadamente 4 años para que los otros medios televisivos tradicionales se incorporaran creando sus páginas digitales.

Sin embargo, surgieron medios independientes digitales, “el primer medio digital fundado en el municipio de Cobija, se creó un 4 de abril del 2016, con el nombre PORTADA TV, es de mi propiedad, cuando se tramitó los documentos de funcionamiento legal, aún no existía la normativa para periodismo digital” (D. Chao, comunicación personal, 9 de abril de 2023). Este hecho, dio lugar a que otros periodistas crearan sus páginas digitales y tengan sus medios digitales independientes en la ciudad de Cobija.

Los comunicadores que crearon páginas digitales, señalan a la pandemia del Covid-19 como un hecho que marcó a la historia del periodismo, especialmente en la ciudad de Cobija, ya que los medios tradicionales y los periodistas se vieron obligados a adaptarse a la nueva forma de informar, a trabajar con las redes sociales por la inmediatez de la noticia y la facilidad de trabajar desde cualquier parte.

Es así que el periodismo empieza con su nueva etapa y se crea el periodismo digital, a causa del avance de la tecnología, la transición de los medios tradicional a las plataformas digitales y la independencia de los periodistas al crear su propio medio digital.

1.2 Justificación

La presente investigación tiene como objetivo documentar la transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital en el municipio de Cobija. A pesar de que los medios de comunicación actualmente transmiten en ambos formatos, señal abierta y digital, esta investigación se enfoca en comprender el proceso y los motivos que llevaron a los medios televisivos tradicionales a migrar al entorno digital.

Este trabajo se centra en analizar las ventajas y desafíos que enfrentaron los medios televisivos al adoptar lo digital, cómo se adaptaron a los cambios tecnológicos y cómo esto afectó su relación con la audiencia. También se examinará cómo la transición impactó en la producción, distribución y consumo de contenido periodístico en el municipio.

El resultado de esta investigación es relevante para comprender cómo la evolución tecnológica ha transformado el panorama mediático local y cómo el periodismo ha tenido que adaptarse para seguir siendo relevante y sostenible en la era digital. Los hallazgos y conclusiones contribuirán al conocimiento académico y aportarán información valiosa para la toma de decisiones en el campo de los medios de comunicación en la región.

1.2.1 Justificación social y tecnológica

La justificación social de esta investigación radicó en el impacto que la digitalización del periodismo tuvo en la ciudad de Cobija, considerando que el periodismo es un pilar fundamental para la sociedad en todos sus ámbitos y contextos, ya que el internet influye en la dinámica social y en los procesos comunicativos, según los autores Gonzales y Herrero:

La inclusión de las nuevas tecnologías ha transformado de manera significativa las dinámicas sociales y el alcance individual de las personas. Entre todas, internet destaca como una plataforma de innovación tecnológica en los procesos comunicativos, donde la interacción en entorno digital está llevada a cabo por la población con acceso a ésta (2019, párr. 4).

La evolución de las tecnologías a lo largo del tiempo ha sido crucial para el acceso a la información, la pluralidad de opiniones y el control social. Con la llegada de la era digital, el periodismo ha sufrido una transformación en su práctica y en su forma de comunicar la información a los miembros de la comunidad.

La pandemia del Covid-19 fue un suceso importante que marcó un antes y un después en la historia de la humanidad, en sociedad, así como también en la práctica periodística, aunque la presencia de los medios televisivos tradicionales en las plataformas digitales se vio desde

años anteriores, en el periodo del 2019, 2020 hasta la actualidad es donde se aprecia un cambio significativo y una presencia más activa de los medios de comunicación en las redes sociales.

1.2.2 Justificación legal

En el aspecto legal, se relaciona con el cumplimiento de las leyes y regulaciones que rigen la actividad periodística y mediática en la ciudad de Cobija. La transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital implica una adaptación a las normativas que regulan la actividad periodística en el ámbito digital, y es importante analizar cómo los medios de comunicación llevaron a cabo esta transición. Además, es relevante conocer los mecanismos de implementación que ha utilizado el periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital, en cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

En este sentido, es importante considerar primeramente a la Constitución Política del Estado, Ley de Imprenta de 1925, que establece los derechos y deberes de los medios de comunicación y los periodistas en el país. También es relevante la Ley de Telecomunicaciones N° 1632 del 5 de Julio de 1995, que regula la actividad de los proveedores de servicios de comunicación y los derechos de los usuarios. Por tanto, la investigación contribuyó a comprender la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija desde un enfoque legal, y cómo se han adaptado los medios de comunicación a las regulaciones aplicables.

1.2.3 Justificación académica

Esta investigación es útil para futuros estudios en el campo del periodismo y la comunicación digital. En la ciudad de Cobija aún no se encuentra un documento describiendo la transición que viven los medios televisivos tradicionales hacia el periodismo digital, adaptándose a las plataformas digitales, en la nueva forma de la práctica periodística, por ende, la autora consideró este estudio novedoso. Ya que es importante considerar el cambio que experimentan los medios de comunicación, que están en una transformación constante debido

al avance de las tecnologías digitales, considerando que estos cambios podrían estar afectando o beneficiando a los medios de comunicación.

1.3 Descripción del problema

La presente investigación se centró en describir la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital durante el periodo 2019 a 2023. Puesto que, en la era del internet, con la aparición del periodismo digital y las nuevas tecnologías, todas las formas de comunicación, incluyendo el periodismo televisivo, cambiaron su panorama y se encuentran en constante transformación para adaptarse a la nueva realidad en las plataformas digitales, se consideraron los años 2019 a 2023 por la pandemia del Covid-19, que marcó una diferencia de un antes y un después en la práctica periodística.

La problemática radica en cómo se manifiesta esta transición, entre los problemas específicos se encuentran los mecanismos de implementación que utilizan los medios tradicionales en su transición al periodismo digital para adaptarse a esta nueva realidad, que, si bien presenta ciertas ventajas, también presenta desventajas, ya que existe una diferencia entre ambas transmisiones periodísticas (señal abierta y redes sociales), en su recolección, tratamiento y distribución de información.

La transición según Pérez y Merino se define como “la etapa no permanente entre dos estados” (2010, párr. 2), en este caso, entre el periodismo televisivo tradicional y el periodismo digital, y la presente investigación describió ese proceso.

Aunque la transición está presente desde hace varios años, la pandemia a causa del Covid-19 fue una etapa que marco significativamente un antes y un después en el periodismo tradicional en varios aspectos. El contexto social requería la digitalización de los medios tradicionales, según González (2019) el tratamiento informativo ya no es como antes, no es lo mismo una noticia en un medio de comunicación tradicional a través de la televisión, que una

emitida en internet. En un inicio la información transmitida por redes sociales, causaba posibles dudas de veracidad.

El periodismo televisivo tradicional, se enfrenta a un reto fundamental en la era digital que es el de adaptarse en el nuevo panorama tecnológico, y cómo evoluciona enfrentándose a los principales cambios en la práctica, así como lo afirma Loaiza y Molina “El periodista se enfrenta a cambios radicales, ya que las distintas estructuras periodísticas, tanto para prensa tradicional como para digital, son distintas. Además, el público al que va dirigido la información, es cambiante” (2011, p. 9). En el municipio de Cobija se presenta una situación similar, los medios televisivos tradicionales incursionaron al periodismo adaptado para las plataformas digitales, transición que aún sigue en proceso.

Con todo lo manifestado anteriormente, se puede señalar que la tecnología cambió fundamentalmente la práctica periodística y el modo en que los periodistas producen y distribuyen noticias. La industria del periodismo sigue evolucionando para adaptarse a estos cambios. Es importante abordar esta problemática para comprender el cambio que viven los medios tradicionales, para identificar las ventajas y desventajas de ambas prácticas periodísticas, y para dar lugar a nuevas investigaciones relacionadas a esta problemática.

1.4 Formulación del problema

¿Cómo se manifiesta la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija desde el periodo 2019 hasta 2023?

1.4.1 Objetivos

1.4.2 Objetivo general

Describir la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija, del 2019 a 2023.

1.4.3 Objetivos específicos

- Identificar los medios televisivos tradicionales que incursionaron hacia el periodismo digital.
- Establecer los mecanismos de implementación del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital.
- Comparar las ventajas y desventajas entre el periodismo tradicional y el digital.

CAPÍTULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

El marco metodológico, en el que se desenvuelve el presente trabajo de grado, tomó en cuenta: tipo de investigación, enfoque de la investigación, población y muestra, técnicas de investigación y sus instrumentos.

2.1 Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación tiene un nivel de conocimiento de tipo descriptivo, Hernández, Fernández y Baptista, plantean que en este tipo de indagación se pretenda lo siguiente:

Describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan, con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles, de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de maneras independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (2014, p. 92).

Este diseño metodológico permitió a la autora, identificar y describir cada uno de los canales televisivos en estudio, para de esta manera proceder con la implementación de las técnicas e instrumentos para la recolección de datos y su posterior análisis y conclusión.

2.2 Enfoque de la investigación

El enfoque adecuado, para la presente investigación, es de carácter cualitativo. Hernández, Fernández y Baptista consideran que: "...la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto." (2014, p. 358). Definición que se adecua a

objetos de estudios relacionados con las ciencias sociales, en el presente caso con las ciencias de la comunicación social.

2.3 Método

La presente investigación tiene base en el método inductivo, ya que parte de hechos particulares a conclusiones generales, en una investigación, el autor Martínez así lo plantea:

En este tipo de razonamiento todos los elementos de un conjunto determinado son citados y en ellos se hace la enunciación de alguna característica común, para luego proceder a afirmar de la totalidad lo que se dice de cada una de las partes (1987, p. 25).

Con este método, fue posible de descripción de la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital, partiendo de casos particulares de los medios televisivos en la ciudad de Cobija, observando los patrones que se presentan en los medios para llegar a conclusiones generales.

2.4 Población y muestra

La Población, de la presente investigación, es de carácter finito, es decir, se conoce el número exacto de unidades que corresponden al objeto de estudio. Avendaño y Lucana lo definen de la siguiente manera:

La población (Universo) es el conjunto de individuos o casos sobre los que se desea obtener información cuantitativa y cualitativa. La población estará claramente definida e identificada en el momento de realizar el estudio. Se trata del total de la población sujeto de investigación (2005, p.113).

De acuerdo a la teoría de Avendaño y Lucana la población, en esta investigación, fue enfocada, específicamente, en todos los canales tradicionales de televisión de la ciudad de Cobija que emiten noticieros a través las plataformas digitales.

Por tanto, la muestra para la presente investigación es de tipo no probabilístico así lo explica Ortega “El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo en la cual el investigador selecciona muestras basadas en un juicio subjetivo en lugar de hacer la selección al azar.” (s.f. párr. 1).

Por ello, se trabajó con todas las unidades pertenecientes a la población, este tipo de muestra es el indicado para describir la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija, del 2019 a 2023, ya que se sigue este procedimiento con una intencionalidad clara y concreta, la de no pasar por alto datos importantes, es así que los medios identificados con los que se trabajó son los siguientes medios televisivos tradicionales:

- Televisión Universitaria TVU Canal 21
- Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15
- Unitel Pando
- Pando Visión

2.5 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación utilizadas en la presente investigación para la recolección de información fueron: la revisión documental, la entrevista semiestructurada, la observación y la observación no participante.

2.5.1 Revisión documental

La revisión documental implica recopilar y examinar documentos relacionados con el tema de investigación, lo que proporciona una base sólida para el estudio. Aunque esta información se clasifica como secundaria, es esencial para el presente trabajo, ya que es directamente recopilada y analizada por la investigadora. En muchos casos, se trata de interpretaciones de fenómenos relevantes para el estudio. Siguiendo el enfoque de Valencia, se

buscó obtener una comprensión profunda del tema y respaldar los hallazgos con datos y evidencia relevante para enriquecer el estudio y garantizar su rigor científico.

La revisión documental permite identificar las investigaciones elaboradas con anterioridad, las autorías y sus discusiones; delinear el objeto de estudio; construir premisas de partida; consolidar autores para elaborar una base teórica; hacer relaciones entre trabajos; rastrear 3 preguntas y objetivos de investigación; observar las estéticas de los procedimientos (metodologías de abordaje); establecer semejanzas y diferencias entre los trabajos y las ideas del investigador; categorizar experiencias; distinguir los elementos más abordados con sus esquemas observacionales; y precisar ámbitos no explorados (2012, p. 2).

Para efectos del presente documento de investigación, la revisión documental consistió en revisar la programación de los medios televisivos del municipio de Cobija, para analizar y estructurar el contexto que desarrolla la investigación. Esta técnica tuvo como instrumento la ficha bibliográfica. (Ver anexo 1).

2.5.2 La entrevista semiestructurada

Una forma de lograr un acercamiento natural y sobre todo conseguir datos de interés de la investigadora, es a través de una previa planificación, la cual guiará y delimitará el proceso de una entrevista, el tipo de entrevista que se aplicará es la semiestructurada, ésta por su flexibilidad en la elaboración de las preguntas durante la entrevista, Sandoval dice que “Existe un guion previo, pero el entrevistador tiene libertad de cambiar el orden o introducir nuevas preguntas si las circunstancias son propicias para ello.” (1998, p.105). Por lo tanto, si bien cuenta con un guion de preguntas, a medida que se recogen los datos y de acuerdo a la información que proporciona el entrevistado, permite a la investigadora tener la libertad de realizar otras preguntas que ayuden a enriquecer la información requerida para la presente investigación. Esta técnica se utilizará, porque está destinada a obtener información específica y directa sobre el objeto de estudio, lo cual ayuda a facilitar la obtención de la información que, por sus características, el instrumento permitirá un diálogo abierto. El mismo fue aplicado a los propietarios o administradores de los medios televisivos, y a los jefes de prensa. Esta técnica tuvo como instrumento el guion de entrevistas. (Ver anexo 2)

2.5.3 La observación no participante

Para el presente estudio la observación como instrumento es de mucha importancia, se entiende que “la observación no participante se caracteriza por llevar a cabo el estudio de la materia u objeto estudiado sin participar con él. De este modo, se busca conseguir la mayor objetividad posible” (Equipo de Expertos en Ciencia y Tecnología, 2018, párr. 1). Se estudia al fenómeno sin participar en él, esto permite estudiarlo en su estado natural, sin alterar su naturaleza. Esta técnica tuvo como instrumento la ficha de observación, basado en un cuaderno de notas, fotografías y grabaciones. (Ver anexo 3). Este instrumento fue utilizado para observar la transmisión en señal abierta de los cuatro medios televisivos estudiados, y su transmisión de los mismos a través de las redes sociales para constatar la transmisión simultánea de sus contenidos, observando cómo se está llevando a cabo la transición desde el formato tradicional hacia el ámbito digital.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

El presente estudio realiza un tratamiento teórico que implica la confrontación de criterios entre las fuentes de información y la investigadora basados en la realidad del objeto de estudio, para lo cual se aborda dos aspectos importantes: Marco teórico y marco conceptual.

3.1 Estado del arte

Este apartado presenta los avances en relación al tema de investigación, sobre la transición del periodismo televisivo al periodismo digital en el municipio de Cobija, permite determinar la forma de cómo ha sido tratado el tema, cuál es el avance en el conocimiento, al momento de realización del presente estudio.

En la tesis elaborada por García, (2019) titulada “Migración y adaptación de los canales de señal abierta hacia las plataformas digitales”, de la Universidad de Guayaquil, se analizaron los siguientes aspectos:

Se realizó una investigación de tipo descriptiva, con una metodología existencialista-materialista, las técnicas utilizadas fueron cualitativas y cuantitativas para obtener un punto de vista por parte del público muestral, cuyo método de selección de muestra se lo detalló como no probabilístico. La hipótesis comprobada de este estudio menciona que la migración de los canales de señal abierta hacia los medios digitales son una realidad en el proceso comunicacional actual, y que las plataformas digitales han tomado fuerza en los últimos años, sin embargo, los canales de televisión no dejarán de ser el medio de comunicación principal a nivel mundial.

Este estudio reconoce y aborda una transformación significativa en la industria de los medios de comunicación, la migración hacia los medios digitales y el aumento de la importancia de las plataformas digitales son tendencias que están ocurriendo en la actualidad y que tienen un impacto profundo en la forma en que las personas acceden a la información, ya que los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la sociedad, y entender cómo está evolucionando esta área es de gran importancia.

Otra tesis realizada por Montalvo y Albarado, (2019) titulada “Análisis de la migración de los canales de televisión de señal analógica ecuatoriana a plataformas digitales a través del avance tecnológico y hábitos de consumo del espectador” de la Universidad Estatal de Milagro, señala que:

En la actualidad, diferentes causas están cambiando la televisión. El proceso de digitalización y su relación con el internet, permite extender las probabilidades de una correlación de las nuevas maneras de consumo que se está ocasionando por medio de los espectadores, dando un gran cambio a medios de comunicación (p. 1).

La tesis mencionada tuvo como objetivo general analizar los factores que llevaron el cambio de los canales de televisión ecuatoriana a plataformas digitales, la metodología implementada es de modalidad deductiva, con un tipo de investigación documental, cualitativa, descriptiva e histórica. Entre los puntos mencionados en esta investigación se destacan las ventajas de las plataformas digitales, tales como: Promover una nueva forma de negocio, llamar la atención de los clientes, permitir la venta online y brinda una mejor presentación del contenido que se produce.

Las ventajas de las plataformas digitales son fundamentales en la sociedad actual, ya que estas facilitan la vida cotidiana, impulsan la eficiencia y la innovación, y tienen un impacto significativo en la comunicación como en los negocios, y otros aspectos de la vida moderna. La capacidad de adaptarse y aprovechar estas ventajas es esencial para prosperar en un mundo cada vez más digitalizado.

En la tesis publicada por Cano, (2020) “La transformación digital del diario El Comercio al 2021”, Universidad César Vallejo, se analizaron los siguientes aspectos:

Se realizó una investigación cualitativa tipo aplicada, de diseño hermenéutico y nivel descriptivo, teniendo como técnica de recolección de datos entrevistas semiestructuradas realizadas a tres colaboradores del periódico en cuestión. El resultado de la investigación explica sobre el uso de tecnología digital, la producción de contenido digital, el trabajo del periodista digital y cómo son sus consumidores digitales. Entre los resultados, se concluyó que la transformación digital del diario ha traído beneficios económicos, de marca, organizacionales y periodísticos al medio; que se usa tecnología digital para hacer mediciones, periodismo y conocer a sus consumidores; que el contenido digital se produce teniendo en cuenta el contexto, la oportunidad, la relevancia de la noticia, y sobre todo el interés de los lectores; que sus periodistas han pasado de trabajar en un espacio tradicional a uno digital y realizar actividades no propias del periodismo convencional; y que el consumidor digital de El Comercio es una persona joven que consume sus contenidos desde redes sociales, la plataforma web y, en menor medida, la app móvil del diario.

Estos resultados, de la investigación realizada en el Perú, demuestran la importancia de la transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital, y más allá de los logros que fueron positivos en el tema económico, el hecho de mantenerse vigentes en esta era denominada “digital” obliga a los medios a trabajar en la transición a lo digital.

Otro autor que realizó una tesis doctoral respecto a la transición del periodismo tradicional a lo digital fue Montagut, (2020), “La digitalización del periodismo escrito: de la tinta a los píxeles” donde se resalta lo siguiente:

Esta investigación tuvo como propósito lograr la consolidación de herramientas digitales para mejorar la redacción periodística, fue un estudio que utilizó un enfoque cualitativo, con la técnica grupos focales, se ocupó de la revisión documental de una extensa bibliografía y una gran cantidad de documentos y artículos científicos en relación al tema, analizando la opinión de expertos de todo el mundo. Pese a ser una investigación reciente, con la participación de periodistas, analistas y académicos, se encontró entre los resultados que muchos periodistas

tienen resistencia a la digitalización, a utilizar una redacción acorde a las exigencias del mundo cibernético, por lo tanto, propone pautas orientadas a la utilización de una redacción más fluida, orientadas a la implementación de métodos comunicativos que guíen a los profesionales de la comunicación.

Todas estas investigaciones elaboradas por distintos autores de diferentes universidades tienen en común que la era digital está presente en los medios de comunicación, y que todos se encuentran en un proceso de transición a las plataformas digitales, y aunque los medios aún se encuentran con algunas dificultades, deciden estar presentes ante su audiencia y aprovechar todas las ventajas que trae la digitalización.

3.2 Marco legal

3.2.1 Constitución Política del Estado

En el Estado Plurinacional de Bolivia, dentro de la Constitución Política del Estado del año 2009, en el capítulo séptimo Comunicación Social, artículo 106 (p. 35) expresa lo siguiente:

- I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.
- II. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.
- III. El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.
- IV. Se reconoce la cláusula de conciencia de los trabajadores de la información.

En estos artículos mencionados, el estado garantiza, respalda y reconoce el trabajo que realizan los periodistas, ya que son ellos los que trabajan con la información, garantizando el derecho a la información y libertad de expresión, no solo a los trabajadores, sino también a la ciudadanía boliviana.

Posteriormente a este artículo, es importante mencionar lo que señala la Constitución Política del estado en la que expresa no solo las garantías, sino las obligaciones que tienen los medios de comunicación en el manejo de la información, en el capítulo séptimo, artículo 107 (p. 35) se dan a conocer los siguientes artículos:

- I. Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.
- II. La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley.
- III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.
- IV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.

Así como el estado garantiza el trabajo de los periodistas y de los bolivianos, también exige ciertos aspectos para regularizar el manejo de la información que se emite, entre ellos valores éticos, opiniones veraces, con equilibrio y responsabilidad.

3.2.2 Ley de imprenta de 1925

La ley de imprenta de 19 de enero de 1925, fue decretada durante el mandato de Bautista Saavedra, Presidente Constitucional de la República, donde se establecen principios para garantizar la libertad de expresión y de prensa, en su artículo 1 (p.1) dice: “Todo hombre tiene el derecho de publicar sus pensamientos por la prensa, sin previa censura, salvo las restricciones establecidas por la presente ley”, de esta manera, cualquier persona que lo desee, tiene el derecho de expresarse libremente por la prensa, sin embargo, con ciertas restricciones para mantener el orden, el respeto y el derecho de los demás ciudadanos, también en la presente ley

está escrita la protección del secreto profesional, el juzgamiento de delitos por los Tribunales de Imprenta, así como también obligaciones y sanciones ante incumplimientos de dicha ley.

Para el desarrollo de la presente investigación la ley de imprenta es indispensable, ya que de ella se rigen los periodistas para garantizar y respaldar su trabajo, así como también cumplir con sus obligaciones.

3.2.3 Ley N° 494 de 1979 del Estatuto de Periodista

Esta ley decretada por Lydia Gueiler Tejada Presidenta Constitucional Interina de la República, en su artículo 1° dice:

Reconócese e institúyese la profesión de periodista en provisión nacional, a los ciudadanos que hayan obtenido el respectivo título académico otorgado por la Universidad boliviana y a los que por su antigüedad y capacidad probada en el ejercicio prolongado de la actividad periodística cumplan con los requisitos que establece la presente Ley. (p. 1).

Esta ley tuvo el objetivo de reconocer el trabajo de los periodistas a nivel nacional que cuentan con un título profesional, así como también a los periodistas empíricos que tengan más de cinco años ejerciendo la labor, a causa de dicha ley los trabajadores de la información son reconocidos legalmente a nivel nacional.

3.2.4 Decreto Supremo N° 20225 del 9 de mayo de 1984 Estatuto Orgánico del Periodista

Este Estatuto Orgánico el Presidencia de la República Hernán Siles Zuazo en Consejo de Ministros, (1984) Decreta: “ARTÍCULO ÚNICO. - Apruébese el Estatuto Orgánico del Periodista en sus XII Capítulos y 48 artículos de que consta de acuerdo al texto de su tenor.” (p. 1), donde se establecen los derechos de los periodistas, sus obligaciones, la ética, el ejercicio legal, el ejercicio ilegal, entre otros, que deben regirse los periodistas para el desarrollo de su profesión.

3.2.5 Ley de Telecomunicaciones N° 1632 del 5 de Julio de 1995 y su Decreto Reglamentario N° 24132

Esta ley fue promulgada por Gonzalo Sánchez de Lozada Presidente Constitucional de la Republica, regula los servicios tele comunicacionales, a aquellos que realizan transmisiones a través de cualquier tipo de señal. En su artículo 1 Objeto decreta:

La presente ley establece las normas para regular los servicios públicos y las actividades de telecomunicaciones, que comprenden la transmisión, emisión y recepción, a través de una Red Pública o Privada, de señales, símbolos, textos, imágenes fijas y en movimiento, voz, sonidos, datos o información de cualquier naturaleza, o aplicaciones que facilitan los mismos, por cable o línea física, radioelectricidad, ondas hertzianas, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos de cualquier índole o especie. Están sometidas a la presente ley, las personas individuales y colectivas, nacionales y extranjeras que realicen dichas actividades originadas o terminadas en el territorio nacional. (p. 3).

Para el presente estudio, una de las bases legales es la ley de telecomunicaciones, ya que esta regula a los medios de comunicación quienes son lo que transmiten señales, para desarrollar la transmisión del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital, es importante resaltar la parte legal que regula a los medios digitales, y si esta ley se aplica igualmente para ambas prácticas periodísticas.

3.2.6 Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Pando (FTPP)

Este Estatuto se pone en vigencia desde el año 2017, en su Capítulo Uno Declaración De Principios 1.1. expresa:

La Federación de Trabajadores de la Prensa de Pando (FTPP) es la suprema y única organización sindical de las trabajadoras y los trabajadores de la Prensa del Departamento Autónomo de Pando, sin fines de lucro, que se constituye en la entidad matriz para la defensa de los intereses profesionales, laborales, sociales, culturales, económicos, políticos, democráticos y de los derechos humanos. (p. 1).

Bajo este estatuto los periodistas de Pando defienden sus intereses profesionales, se organizan en un sindicato departamental y respaldar su trabajo periodístico.

3.3 Marco teórico

Para sustentar esta investigación, se exploran diferentes teorías relevantes en el área de la comunicación, que se consideran importantes para entender los objetivos del presente estudio.

3.3.1 Evolución en los medios de comunicación

Los medios de comunicación se encuentran en constante evolución y transformación gracias al avance de la tecnología, esto a generado que el periodismo se encuentre en una transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital, al respecto Castro afirma que “Con el avance de la tecnología se han creado diferentes medios por el cual podemos interactuar con otras personas, pero esto es el resultado de un largo camino en donde la forma de comunicarnos ha ido evolucionando constantemente” (2013, p. 1).

Figura 1

Evolución de los medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia (2023).

La evolución de los medios tiene sus inicios desde hace miles de años cuando las personas empezaron a comunicarse a través de los signos y señales, ya que este era su medio de comunicación, con el avance de la tecnología la comunicación también fue evolucionando junto con la humanidad, Castro detalla este proceso de la siguiente forma:

La primera etapa fue probablemente la era de signos y señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria. Hace 5000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura la que fue primordial en el avance de la raza humana. Un gran logro que se realizó fue en el siglo XV con la aparición de imprentas para manuscritos, Johann Gutenberg después de varios intentos descubrió una forma de representar los caracteres en una imprenta. Del siglo XVII al siglo XIX se produjo un auge en cuanto al periódico y a la forma de transmitir noticias especialmente locales, como fueron el telégrafo por cable, telégrafo sin hilos. Del siglo XX a la actualidad se fueron creando diferentes formas de comunicar, se creó la radio, la primera transmisión televisiva, satélites comunicacionales etc. Y con los avances en tecnología y electrónica llegamos a lo que tenemos hoy en día, celulares, internet, chat, correos etc. (2023, p. 1).

Esta evolución constante en los medios de comunicación ha tenido un impacto significativo en cómo las personas se informan en la sociedad moderna, y es evidente que para que los medios televisivos sigan presentes en la actualidad deben adoptar las nuevas tecnologías y plataformas digitales. La transformación digital se ha convertido en un requisito esencial para mantenerse en sintonía con las preferencias cambiantes de la audiencia y para llegar a nuevas generaciones de espectadores.

3.3.2 Teoría de la Difusión de Innovaciones

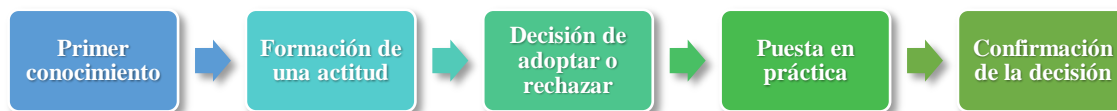
Esta teoría se centra en cómo las innovaciones se adoptan y difunden en una sociedad, con esta teoría se pretende analizar la adopción de las plataformas digitales en el periodismo televisivo tradicional en la ciudad de Cobija como forma de transición al periodismo digital.

En el artículo titulado “La difusión de las innovaciones en los medios de comunicación: claves de un proceso” escrito por García (2020), explica que la teoría de la Difusión de Innovaciones es el trabajo seminal del sociólogo Everett M. Rogers del año 1962 y ésta se basa en teorías de la vida organizacional adaptadas de la sociología, la gestión empresarial y la teoría de la comunicación, García afirma que:

A través del proceso de innovación, un sujeto pasa del primer conocimiento de una innovación a la formación de una actitud hacia ella, a la decisión de adoptar o rechazar, a la puesta en práctica de la nueva idea y a la confirmación de esta decisión (2020, párr. 3).

Figura 2

Cinco pasos del proceso de innovación



Fuente: Elaboración propia (2023).

Este proceso en el contexto de la transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital, en el “primer conocimiento de una innovación” podría referirse al momento en que los trabajadores de la prensa y los medios de comunicación se dieron cuenta de las oportunidades y los cambios que la tecnología digital estaba introduciendo en su campo, incluyendo la comprensión de que las plataformas digitales ofrecen nuevas formas de distribuir noticias e interactuar con la audiencia.

Posterior a este primer conocimiento se genera una “formación de una actitud”, aquí, se trata de cómo los actores del periodismo televisivo tradicional comenzaron a desarrollar actitudes hacia la transición digital, esto podría implicar la evaluación de las ventajas y desventajas de adoptar enfoques digitales.

En el siguiente paso de este proceso viene la “decisión de adoptar o rechazar”, esta fase se refiere a la toma de decisiones concretas sobre si adoptar o rechazar la transición al periodismo digital. Algunos medios de comunicación pueden haber decidido adoptar completamente el cambio, mientras que otros podrían haber resistido inicialmente o haber optado por una transición más gradual, en el caso de los medios televisivos de la ciudad de Cobija, todos optaron por adoptar esta innovación.

En la etapa de la “puesta en práctica de la nueva idea”, los medios de comunicación que optaron por la transición comenzaron a implementar nuevas prácticas y tecnologías digitales en

su trabajo diario, esto incluyendo la creación de sitios web, perfiles en redes sociales, producción de contenido multimedia en línea, y la adopción de nuevas estrategias de distribución, conocido como periodismo digital.

Y el último paso del proceso de innovación es la “confirmación de esta decisión”, esta fase se refiere a la validación de la decisión de la transición al periodismo digital, los medios televisivos pueden evaluar si la transición ha tenido éxito en términos de las demandas cambiantes de la era digital, esta etapa también puede implicar ajustes y mejoras continuas en función de los resultados obtenidos.

Otra investigación realizada por el autor Girón (2007) también explica sobre esta teoría de la difusión de innovaciones de Rogers, donde explica sobre los agentes de cambio, otro punto importante de esta teoría, que son detallados en la siguiente figura:

Figura 3

Agentes de cambio



Fuente: Elaboración propia (2023).

Entre las explicaciones que da el autor sobre cada uno de ellos, los medios de comunicación de la ciudad de Cobija se posicionan en “la mayoría temprana”, porque como afirma Girón “son propensos a aceptar la innovación después de una actividad persuasiva relativamente corta” (2007, p. 4).

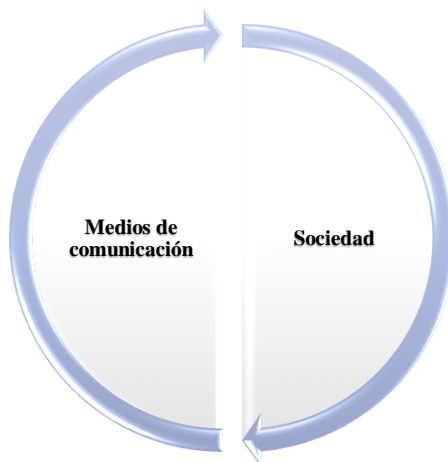
Otro de los agentes que resaltan de esta teoría son los rezagados, porque si los medios de comunicación en la ciudad de Cobija no adoptaran la innovación, en este caso de las plataformas digitales, serían considerados rezagados en la actualidad.

Para llegar a innovación de las plataformas digitales, los medios de comunicación tuvieron que pasar por un largo proceso histórico, este se lo conoce como la evolución de los medios.

3.3.3 Teoría de la Mediatización

Sobre la teoría de la mediatización el autor De Sousa afirma que “Uno de los conceptos centrales que impregnan la investigación actual en el campo de la comunicación es el de la mediatización” (2013, p. 77). La teoría de la mediatización es un proceso común que se da entre los medios de comunicación y la sociedad, así lo describe un artículo publicado por la Universidad Nacional de Rosario:

La mediatización debe entenderse como un proceso común de la alta modernidad, equiparable a otros procesos similares, como la urbanización, la globalización o la individualización. El posterior desarrollo de la mediatización deberá valorarse en relación con los contextos históricos específicos y los distintos ámbitos institucionales en los que los medios de comunicación se han integrado. La mediatización no es un proceso uniforme que reformula todas las partes de la cultura y de la sociedad por igual en todos los países (2016, párr. 12).

Figura 4*Mediatización*

Fuente: Elaboración propia (2023).

Esta teoría sostiene que los medios de comunicación tienen un impacto significativo en la sociedad, y que las transformaciones sociales y culturales están estrechamente relacionadas con los cambios en los medios de comunicación, esta teoría es importante para la presente investigación para comprender cómo los medios de comunicación, incluyendo el periodismo televisivo, han evolucionado y adaptado a la era digital, y el impacto en la sociedad de la ciudad de Cobija.

3.4 Marco conceptual

Los enunciados que se mencionan a continuación, forman parte indiscutiblemente del problema planteado, por lo que su importancia radica en conocerlos y estudiarlos apropiadamente para una comprensión integral de la investigación.

3.4.1 Transición

La transición se la conoce como un proceso, una etapa entre dos estados, según Pérez y Merino “Por lo general se entiende como un proceso con una cierta extensión en el tiempo” (2010, párr. 1). Los mismos autores la describen como “una especie de etapa no permanente

entre dos estados” (2010, párr. 2), en la presente investigación se entiende a la transición entre los dos estados en los que se encuentra actualmente el periodismo, el tradicional y el digital.

Otro autor que habla sobre la transición es Bembibre, éste explica que:

Las transiciones siempre suponen algún tipo de adaptación que varía dependiendo del tipo de cambio que hagamos. Las nuevas características de lo que surge suelen ser no conocidas entonces el ser humano comienza así a pasar por un largo proceso de adaptación a las mismas (2011, párr. 4).

Efectivamente los medios de comunicación y el periodismo en la ciudad de Cobija se encuentran actualmente en constante cambio, en un proceso de adaptación a las nuevas plataformas digitales para transmitir información.

3.4.2 Redes sociales

Las redes sociales se las conoce actualmente como herramientas de fácil acceso, las personas pueden acceder a ellas en cualquier parte del mundo, solo deben tener una conexión a internet, así lo describe Peiró “Las redes sociales son una herramienta que estamos acostumbrados a utilizar en el día a día y a la que podemos acceder prácticamente desde cualquier lugar del planeta (2017, párr. 6). En la actualidad las personas que deseen ingresar a las redes sociales lo pueden hacer independientemente de dónde se encuentren, ya que con el avance de la tecnología cada vez más personas se van conectando a las plataformas virtuales.

3.4.3 Periodismo tradicional

Se entiende por periodismo tradicional al que periodismo que está ligado a los medios tradicionales, Mosquera menciona que “El periodismo tradicional es un acto comunicativo orientado a la investigación, tratamiento y transmisión de contenidos informativos de actualidad, a través de medios de difusión masiva: periódicos, radio, televisión; es decir los también denominados *mass-media*” (2020, p.7). Este enfoque se ha utilizado durante mucho

tiempo como una forma confiable de mantener a las personas informadas sobre los eventos y temas relevantes en la sociedad.

3.4.4 Periodismo digital

En los últimos años el término periodismo digital es cada vez más frecuente, este nuevo perfil de prensa surge a raíz de que el periodismo en la actualidad encuentra su soporte en la tecnología, así lo afirma Ruiz:

Este nuevo perfil de la prensa se define porque el soporte informativo son las nuevas tecnologías de la comunicación en toda su extensión. Internet y todas las posibilidades comunicativas que lo define, y la telefonía móvil de última generación, han permitido que la información llegue a los usuarios de manera rápida, eficaz y deslocalizada (2013, párr. 1).

Esta forma de periodismo ha transformado radicalmente la forma en que las noticias y la información son producidas y consumidas, y ha creado nuevas oportunidades y desafíos para los periodistas y las organizaciones de medios de comunicación, estas noticias son presentadas en las plataformas digitales, pueden ser sitios web o redes sociales.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación, tiene como propósito principal el de describir la transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija, del 2019 a 2023. Esto implica realizar una retrospectiva a las acciones que han ocasionado que los medios de comunicación busquen alternativas para estar a la vanguardia de las telecomunicaciones, en este caso es sumarse a la digitalización a través del uso de las distintas redes sociales. Un aspecto importante a considerar es que los medios de comunicación que formaron parte de la investigación, son los que tienen presencia física y cuya cobertura en señal abierta es la ciudad de Cobija, también considerados medios tradicionales ellos son:

Tabla 2

Medios de comunicación televisivos tradicionales de Cobija

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración oficial año 1999 • Creación página de Facebook 2016
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración oficial año 2001 • Creación página de Facebook 2017
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración oficial año 2006 • Creación página de Facebook 2016
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración oficial año 2012 • Creación Página de Facebook 2012

Nota. Elaboración propia, 2023.

En la actualidad todos estos medios de comunicación televisivos emiten sus principales programas a través de las redes sociales, lo que permite llegar a la mayor cantidad de audiencia y sobre todo cruzar los límites geográficos de la capital pandina.

Cabe resaltar que, al ser una investigación cualitativa, se obtuvo la información a través de la aplicación de la entrevista semiestructurada a dos fuentes importantes de los canales de televisión considerados en el estudio, por una parte, se tomó en cuenta a los propietarios o directores, así también a sus respectivos jefes de prensa, que son las personas más idóneas para transmitir la información requerido en el presente estudio.

De esta manera se presentan de forma detallada los resultados obtenidos como producto del minucioso proceso de investigación llevado a cabo. Estos resultados emergen de la meticulosa aplicación de los instrumentos de recolección de datos diseñados para este estudio, los cuales fueron seleccionados con suma precaución para garantizar su idoneidad en la obtención de información pertinente y precisa.

De este modo, el proceso de recolección de los datos tuvo un tiempo comprendido desde el 17 al 20 de agosto de la presente gestión y cuyos resultados se exponen a continuación.

4.1 Contexto histórico de los medios de comunicación tradicionales

Desde la gestión 2019 al presente, son cuatro los medios de comunicación que hacen transmisión mediante señal abierta en la ciudad de Cobija, tres de ellos están catalogados como medio de comunicación privados (SPC Canal 15, Unitel Pando y Pando Visión) y uno es dependiente de la Universidad Amazónica de Pando (Televisión Universitaria TvU).

Bajo ese contexto es necesario conocer el componente histórico de cada uno de ellos, para que de esa manera se pueda comprender el proceso de transición que tuvieron que afrontar desde una visión tradicional para tener vigencia digitalmente.

En esta primera parte la información obtenida fue a partir de las entrevistas realizadas a la gerencia administrativa y los jefes de prensa de cada medio de comunicación televisivo.

4.1.1 Unitel Pando

Unitel Pando, es el primer medio de comunicación televisivo establecido en la ciudad de Cobija, departamento de Pando, que actualmente está vigente, legalmente registrado con el nombre de Universal de Comunicaciones Pando (PUC) Canal 11:

Se creó el 7 de noviembre de 1999 con una resolución 947 en ese entonces de SITEL, donde Ecor Limitada (Unitel Nacional) autoriza que Universal de Comunicaciones sea su filial de Unitel en Pando, su primer propietario y administrador fue el Sr. Alvaro Pinedo, que en la gestión 2005, pasó los activos y la administración del canal a la Sra. Kely Soria, posterior a ello, pasó la administración al Sr. Eugenio Fusi. Y la última gestión del 2016 hasta la fecha, en una alianza estratégica entre el Sr. Eugenio y el Sr. Alvaro deciden formar una sociedad tanto por la frecuencia como los activos, y la administración de Unitel Pando queda a cargo de mi persona. (R. Landívar, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

En el año 2016, Unitel Pando empieza a usar alternativamente las plataformas digitales para transmitir en simultaneo sus contenidos, así lo menciona su Jefe de Prensa “inicialmente creamos el canal de YouTube y la página de Facebook, donde transmitíamos los noticieros y subíamos las noticias más destacadas, actualmente adicional a ello manejamos las plataformas de Instagram, Twitter, TikTok y Telegram” (D. Copa, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

Universal de Comunicaciones se encuentra registrado en Facebook con su nombre popular Unitel Pando, la fecha de la creación de su página data del 13 de diciembre de 2016, fue el tercer medio de comunicación en incursionar a las plataformas digitales.

Actualmente cuentan con 65 mil me gustas y 286 mil seguidores en esta plataforma, sin embargo, no es la única en la que está presente, también están activos en Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, Telegram y WhatsApp.

Figura 5

Página de Facebook de Unitel Pando



Fuente: Información tomada de la Página de Facebook de Unitel Pando (2023).

En la información que proporcionan a su público destacan su ubicación, número de contacto, correo electrónico y horario de atención. Entre en contenido informativo que se puede encontrar en su página de Facebook están las transmisiones en vivo de diferentes programas, la elaboración de noticias en formato de imagen, y videos de entrevistas informativas.

El canal Unitel Pando es el de más larga data, con transmisión ininterrumpida desde 1999, a la fecha cuenta con 23 años de funcionamiento, el cual es filial de la red nacional, que también cuenta con programación local y utilizan simultáneamente las diferentes plataformas digitales para transmitir sus contenidos y ampliar su audiencia.

4.1.2 Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15

Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15 conocido popularmente como El canal del pueblo, es el segundo medio de comunicación televisivo fundado en la ciudad de Cobija que actualmente continua vigente y cuenta en este año 2023; con 22 años de ininterrumpida transmisión:

Fue inaugurado oficialmente un 4 de marzo del 2001 por mi persona, Yusara Melena Revollo, con licencia de funcionamiento N°0638 otorgada por la Superintendencia de Telecomunicaciones, iniciamos la transmisión en la Av. 9 de Febrero en el barrio 11 de Octubre, en nuestros dos primeros años de vida nos caracterizamos por ser un canal de películas haciendo énfasis en la programación local, luego a los dos años que siguieron firmamos un convenio para emitir la señal de la Red Bolivisión con la que continuamos actualmente, sin descuidar por cierto la programación local a lo largo de los años, hemos recibido reconocimientos de varias instituciones por el trabajo incansable ininterrumpido, y cumpliendo la misión para la que fuimos creados, ser la voz del pueblo la voz de los que no tienen voz, es por ello que rápidamente nos ganamos la confianza de la sociedad quienes nos hicieron crecer y salir más allá de nuestras fronteras traspasando las metas que en su momento nos trazamos, y ahora somos conocidos como El canal del pueblo (Y. Melena, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

Figura 6

Página de Facebook de SPC Canal 15



Fuente: Información tomada de la Página de Facebook de SPC Canal 15 (2023).

En el año 2017, Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15 incursiona a las plataformas digitales, creando inicialmente su página de Facebook, donde de forma simultánea empezaron a transmitir sus noticieros y revista, su Jefe de Prensa lo afirma así “actualmente utilizamos Facebook para transmitir en vivo nuestro noticiero y revista, a través de nuestro grupo de WhatsApp invitamos a nuestros televidentes a que nos asistan en vivo, y adicional a eso publicamos diariamente fotos en nuestra página de Instagram” (R. Viraca, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

Sistema Pandino de Comunicación se encuentra registrado en Facebook con sus siglas SPC Canal 15, la fecha de la creación de su página data del 30 de abril de 2017, este fue el último medio de comunicación televisivo en crear su página, actualmente cuentan con 33 mil me gustas y 78 mil seguidores en esta plataforma, y también están activos en Instagram y WhatsApp.

Entre la información que proporcionan a su público se destacan la ubicación, número de contacto, correo electrónico y página web. Al igual que los otros medios de comunicación entre en contenido que se puede encontrar en su página de Facebook están las transmisiones en vivo de diferentes programas, la elaboración de noticias en formato de imagen, y videos de entrevistas informativas.

SPC Canal 15, en sus inicios transmitía solamente películas, con el transcurso de los años fue actualizando su programación con distintos programas locales, e incorporó a su señal a la red nacional Bolivisión, a la fecha utiliza las redes sociales adicionalmente para transmitir sus programas locales y distintas noticias diariamente.

4.1.3 Pando Visión

Pando Visión Canal 45, es el tercer medio de comunicación televisivo que es inaugurado en la ciudad de Cobija, y se encuentra vigente en la actualidad, sale al aire en el año 2005, así lo afirmó su propietario:

Nuestra inquietud de tener un medio de comunicación viene naciendo desde cuando yo empiezo a trabajar en el medio de televisión de Corde Pando, televisión educativa, dentro de ese tiempo, entro esa inquietud, ese querer de tener un medio de comunicación y en el año 2005 precisamente el 7 de junio nosotros entramos al aire de una manera experimental, conseguimos todos los equipos y ponemos a funcionar el medio de comunicación precisamente en la Av. 16 de Julio en un domicilio particular que yo tenía, ahí empezó a funcionar el canal, Canal 45, dentro del proceso de prueba viene la exigencia de la tramitación de la ATT y en ese transcurso ya el año 2006 precisamente el 29 de julio hacemos la inauguración oficial con toda documentación de medio de comunicación para emitir la señal de audio y video del Canal 45 (A. Ferreira, comunicación personal, 18 de agosto de 2023).

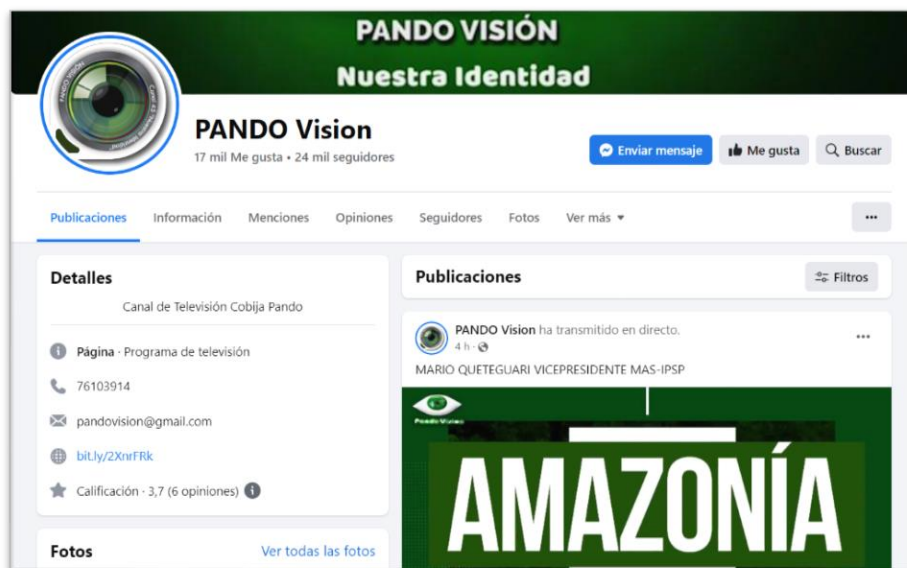
En el año 2016, Pando Visión se incorpora a las plataformas digitales, creando primeramente su página de Facebook al igual que los otros medios de comunicación, así lo explica su Jefe de Prensa “nosotros emitimos tanto los informativos como también nuestra revista, mayormente utilizando el WhatsApp y Facebook, hemos creado nuestra página, en esa página sacamos todo lo que es el contenido del trabajo comunicacional que tenemos como medio de comunicación” (H. Mopi, comunicación personal, 20 de agosto de 2023).

Pando Visión se encuentra registrado en Facebook con su mismo nombre, la fecha de la creación de su página data del 12 de abril de 2016, este fue el segundo medio de comunicación televisivo en crear su página. Actualmente cuentan con 17 mil me gustas y 24 mil seguidores en esta plataforma, adicional a Facebook este medio solo está activo en WhatsApp. Entre la información que proporcionan a su público se destacan el número de contacto, correo electrónico y página web.

A diferencia de los otros medios de comunicación entre en contenido que se puede encontrar en su página de Facebook solo se encuentran las transmisiones en vivo de diferentes programas y videos de entrevistas informativas.

Figura 7

Página de Facebook de Pando Visión



Fuente: Información tomada de la Página de Facebook de Pando Visión (2023).

Pando Visión Canal 45 nace como medio de comunicación oficialmente en el año 2006, a la par de la tecnología y al igual que los otros medios de comunicación, crea su página de Facebook para transmitir sus contenidos en simultáneo a través de las plataformas digitales.

4.1.4 Televisión Universitaria

Televisión Universitaria, conocida por sus siglas TvU, es un medio de comunicación estatal, perteneciente a la Universidad Amazónica de Pando, este medio de comunicación fue el último en iniciar su emisión en la ciudad de Cobija, sin embargo, el primero en incursionar a las plataformas digitales en el año 2012, el mismo año de su inauguración.

Televisión Universitaria se creó en el año 2012, debido a la demanda que había ya por la carrera de Comunicación Social, tengo entendido que un grupo de profesionales y además estudiantes conformaron e hicieron que el medio se pueda consolidar y concretar para su creación con la licencia de la ATT. Actualmente en esta gestión 2023 Televisión Universitaria cuenta con 16 funcionarios que están divididos en mi persona que soy la Responsable de Televisión Universitaria, hay una Responsable de Prensa, hay otro Responsable de Redes Sociales, y equipos de prensa que son quienes se despliegan a diferentes lugares a traer las noticias y además está la parte de realización que se divide en 4 personas (F. Justiniano, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

Televisión Universitaria TvU a pesar de haber creado su página de Facebook en el año 2012, no fue hasta 2016 cuando realmente utilizaron formalmente las plataformas digitales y les dieron continuidad a las transmisiones de sus programas, tales como su revista, noticieros, programas juveniles y académicos.

Figura 8

Página de Facebook de Televisión Universitaria



Fuente: Información tomada de la Página de Facebook de Televisión Universitaria (2023).

La directora de TvU afirma que “en redes sociales manejamos Facebook y TikTok, hace dos meses incursionamos en TikTok pero en Facebook Televisión Universitaria había incursionado en el año 2016” (F. Justiniano, comunicación personal, 17 de agosto de 2023).

Televisión Universitaria se encuentra registrado en Facebook con sus siglas TvU Pando, este fue el primer medio de comunicación en crear su página, pues la fecha de creación data del 20 de agosto de 2012.

Actualmente cuentan con 54 mil me gustas y 124 mil seguidores en esta plataforma, y también están activos en TikTok y WhatsApp. Entre la información que proporcionan a su público se destacan el número de contacto y correo electrónico. El contenido que se puede encontrar en su página de Facebook son las transmisiones en vivo de diferentes programas, la elaboración de noticias en formato de imagen, y videos de entrevistas informativas.

El canal universitario fue creado con la finalidad sobre todo de proporcionar soporte práctico a los estudiantes de la carrera Ciencias de la Comunicación Social que se forman en la Universidad Amazónica de Pando, sin embargo, a la fecha su crecimiento ha sido notable, considerando que emite diferentes programaciones locales y es el único que ha alcanzado expandir su señal abierta en otros municipios del departamento.

Los cuatro medios de comunicación televisivos de la ciudad de Cobija tienen varios aspectos en común en su forma de trabajo, los que se destacan son el uso de la plataforma de Facebook, la transmisión en simultáneo de sus noticieros y revista, la elaboración de imágenes informativas y videos de entrevistas. Vale destacar que cada uno tiene sus particularidades, sin embargo, el trabajo informativo es relativamente similar.

4.2 Alcance de transmisión de los medios televisivos

El alcance de transmisión o la cobertura en la señal emitida por los medios de comunicación varía según la potencia de frecuencia en cada una de ellas, para conocer el dato se consultó a los responsables, los resultados se expresan en la siguiente tabla:

Tabla 3

Alcance de transmisión del medio

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • En señal abierta llegamos hasta Villa Rojas. • En Tv cable hasta Porvenir en convenio mediante canal 13 con el Sr. Paúl García. • A comunidades y otros municipios por aplicativos, por ejemplo, los de Juan Pablo Camargo. • En Facebook que es nuestro mayor fuerte contamos con 286.000 seguidores.
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • En señal abierta transmitimos para todo el municipio de Cobija. • Así mismo transmitimos a través del cable GoVista y Coteco. • Por redes sociales transmitimos a todo el departamento y al mundo.
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos un transmisor de medio kilo, de 500 como se llama, cubrimos dentro de la ciudad de Cobija. • Estamos con el cable de Govista • Transmitimos también por las redes sociales.
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Hemos ampliado la señal en 6 municipios: Porvenir, Puerto Rico, Santa Rosa del Abuna, Las Piedras, San Lorenzo y El Sena, en señal abierta. • A nivel nacional también estamos en la grilla del satélite Tupac Katari. • En cable estamos en Govista, y en Coteco. • Por redes sociales manejamos Facebook y TikTok.

Nota. Elaboración propia, 2023.

En función a los datos obtenidos, se rescata los siguientes elementos generales:

- El área de cobertura en señal abierta es la ciudad de Cobija.

Sin embargo, se recalcan también las siguientes particularidades: Televisión Universitaria cuenta con permiso de cobertura en señal abierta en 6 municipios, siendo el canal con mayor expansión en el departamento.

Otro aspecto a considerar es que los canales de televisión no solo hacen uso de la señal abierta para sus transmisiones, sino también han incursionado a través de alianzas con empresas que ofertan televisión por cable, tal es el caso de GoVista o Vista Tv, Coteco y otras cadenas que ofrecen el servicio de televisión, esto principalmente para cobertura en el área rural o fuera de la capital.

Ahora bien, en cuanto a la expansión digital que han logrado los distintos medios de comunicación, todos han incursionado en las redes sociales a través de Facebook, haciendo transmisiones en vivo principalmente de sus noticieros, esto ha permitido que su audiencia se incremente no solo en la ciudad de Cobija, sino también a nivel nacional e internacional. Otra de las redes sociales con mayor alcance a partir de la gestión 2020 ha sido el TikTok, utilizado también por dos de los cuatro medios para emitir sus contenidos de información.

Cabe aclarar que, si bien los canales de televisión hacen uso de las redes sociales para emitir diferentes contenidos, la idea principal es mantener informada a la población con las últimas novedades que sucede en la ciudad, puesto que las transmisiones que realizan no son de manera permanente sino más bien acontecimientos que se suscitan en el momento y que en la mayor parte se desarrollan en extenso en la señal abierta.

4.3 Factores de motivación de medios para transmisión en plataformas digitales

Para la televisión tradicional, incursionar en las plataformas digitales no fue una decisión fácil de asumir, tomando en cuenta que son procedimientos nuevos, tecnologías que van emergiendo y actualizándose constantemente, sin embargo, se vio necesario puesto que, si no lo hacían, se quedarían estancados, perdiendo audiencia y por ende llevándolos al retroceso en la comunicación. En ese orden, se presentan los factores que motivaron a los distintos medios televisivos a incursionar en las plataformas digitales:

Tabla 4

Factores de motivación

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Que la mayoría de las personas cuentan con un dispositivo y está al día en el dispositivo entonces nosotros queremos llegar a nuestra audiencia. • La casa matriz tienen todas, entonces obviamente nosotros tenemos que tener como regional también todas las plataformas.
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Uno de los más importantes el avance de la tecnología. • Cuando llegó la pandemia, la transmisión de información de manera inmediata a través de las redes sociales se hizo viral.
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • El tema de la evolución de la globalización viene acompañado ya pues de apegarse a las nuevas tecnologías a la exigencia que uno tiene que acompañar más que todo si quiere estar dentro de la actualización. • Porque ahorita lo que es nuestra ciudad y el mundo entero todo es vía digital.
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Porque ha habido ese cambio de que la tele ha pasado a segundo plano. Al menos para el cotidiano vivir de las personas que tienen celular a la mano y pueden estar desde cualquier punto o lugar de la ciudad o desde su trabajo o desde donde estén pueden conectarse a ver el noticiero.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Entre los factores identificados por los medios de comunicación resalta especialmente, la presencia activa en las redes sociales, como Facebook, es esencial para llegar a una audiencia más amplia y mantenerse relevante en el ámbito digital.

Un hecho que marco significativamente la potencialización de las redes sociales, fue la pandemia por el Covid-19, este hito tiene tal trascendencia para que se pudiera profundizar la utilización de distintas plataformas digitales como apoyo a los medios tradicionales, puesto que ya no solo era suficiente mostrar contenidos en la televisión, sino que la misma sociedad, exigía la comunicación más directa e inmediata a través de las redes sociales.

Si bien es cierto, que la televisión no dejará de ser por lo pronto el medio más formal de información, ya no es el único, ya que con la tecnología ha popularizado el uso de internet y los telefónicos móviles, en los que se encuentra todas las funciones que antes se necesitaba y se tenía que recurrir a equipos especializados de televisión, hoy con los equipos móviles, sobre todo la versatilidad de funciones y el tamaño pequeño que permiten llevarlo consigo a todos lados, esto de alguna manera a desplazado al televisor estático que solo permanece en casa, siendo este el factor más importante que las personas consideran para estar conectado a las redes sociales de manera permanente.

4.4 Transición del medio televisivo de lo tradicional a lo digital

Los procesos tradicionales de comunicación están cambiando por las nuevas tecnologías, en cuanto al proceso de transición que tuvieron que pasar los canales de televisión para lograr tener cobertura en las redes sociales, es importante recalcar que esto no se dio de un momento para otro, sino más bien fue la combinación de conocimiento y aprendizaje ya que el reto asumía el conocer y manejar nuevos equipos, realizar nuevas inversiones para lograr mejorar la conectividad.

Al respecto, los datos proporcionados dan cuenta del proceso que vivió cada medio de comunicación:

Tabla 5

Transición del medio televisivo de lo tradicional a lo digital

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Lo primero analizamos que es lo que quiere el mercado, cómo nos manejamos en el mercado y ahí creamos lo que todo mundo estaba en el boom en ese rato, era Facebook. • Luego analizando quienes miran Facebook es la gente más mayorcita entonces para entrar al otro grupo, ¿cuál es lo que maneja más? Instagram.
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Tuvimos que adoptar otros formatos que sean más cortos, dinámicos y fáciles al público, así mismo analizamos la forma de transmitir en vivo. • Determinamos noticieros en su totalidad (Una hora diaria) al medio día y desglosar en notas cortas las notas más importantes también transmitimos revistas y notas de último momento en vivo.
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • El tema más que todo de los equipamientos, la transmisión viene acompañado de lo tradicional a lo digital, pero eso con la digitalización ya lo hace los equipos de digitación. • A través del Facebook, nosotros podemos llegar al mundo, como se dice vulgarmente, acompañado también a toda esa transición dentro del momento que se dio nosotros estuvimos presentes también en esa actualización.
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Uno de los cambios más importantes para Televisión Universitaria fue la parte técnica porque no es tan fácil pasar a lo digital con un celular y con algunos equipos, siempre se requiere de otros cables, otros equipos para tener una mejor resolución en Facebook donde estén pueden conectarse a ver el noticiero central. • Lo más importante es la inversión que ha hecho la actual autoridad en esta gestión toda la parte

técnica de TvU para que pueda pasar de ser un medio de señal abierta a digital.

Nota. Elaboración propia, 2023.

El análisis precedente a esta situación refiere a lo que lo que los medios de televisión realizaron al optar por emitir sus programaciones mediante dos formas, la tradicional como es considerada la señal abierta que se puede acceder a través del televisor y la digital que es la que se conoce o se trasmite a través de las diferentes redes sociales y que se visualiza a través de equipos portátiles.

En cuanto a los cambios que se produjeron, resaltan el manejo de equipos y la disponibilidad de conexión a internet, los formatos anteriores con mayor cantidad de tiempo tuvieron que reducirse, puesto que en esencia los canales siguen siendo los mismos, el objetivo es la comunicación, la información y el entretenimiento, situación que sigue siendo vigente.

De igual manera, Colque citado en Tv Educativa sostiene que esta situación se manifiesta considerando que “El nuevo mundo de las carreteras de la información obliga a pensar en medios de comunicación ya no solo gráficos, radiales o televisivos, sino que impone el concepto de medios multiplataforma”, (2021, párr. 4), que es lo que vienen desarrollando las televisoras de todas partes del mundo y de Cobija de forma específica, la idea es mantener vigencia y llegar hacia todo tipo de público.

A través de la observación se pudo identificar que los cuatro medios de comunicación televisivos de la ciudad de Cobija en su proceso de transición al periodismo digital, tienen en común la creación de sus páginas de Facebook para transmitir sus noticieros e información en esta plataforma, sin embargo, no es la única que utilizan, en la siguiente tabla se detalla las plataformas que utilizan cada medio televisivo:

Tabla 6*Plataformas digitales que utilizan para transmitir en redes sociales*

Medio televisivo	Criterio
Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, Telegram y WhatsApp.
SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, Instagram, WhatsApp y Twitter.
Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook y WhatsApp.
Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, TikTok y WhatsApp.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Es importante también mencionar que SPC Canal 15, Pando Visión y Televisión Universitaria también cuentan con otras plataformas digitales adicionales a las mencionadas en la anterior tabla, sin embargo, a la fecha no transmiten información a través de ellas.

Esta información indica que, si bien estos medios de comunicación tienen una presencia digital más amplia, aún no han aprovechado completamente estas plataformas adicionales como medios para distribuir o comunicar información a su audiencia.

4.5 Ventajas de la transmisión simultáneamente de manera tradicional y digital

En la era de la información y la comunicación digital, los medios de comunicación tradicionales buscan estar a la par de la tecnología, estar presente en las plataformas digitales y llegar a una audiencia diversa. Una estrategia efectiva para lograr este objetivo es la transmisión simultánea de contenidos tanto de manera tradicional como digital. En este contexto, se explorarán las ventajas que ofrece esta práctica innovadora, que combina la tradición con la tecnología para maximizar el alcance y la eficacia de la comunicación en el entorno mediático actual.

Para conocer a detalle las ventajas que tiene transmitir de manera simultánea, la interrogante se trasladó a los expertos que manejan los canales de televisión, los cuales refieren lo siguiente:

Tabla 7

Ventajas de transmisión simultáneo

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a más grupos de personas. • Tenemos todavía ese grupo que queremos cubrir porque no nos va a servir de nada tener, pasarnos solamente a redes digitales o a medios redes sociales porque dejaríamos de ser un medio de comunicación.
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Se alcanza todo tipo de público. • Es un plus muy interesante para un medio de comunicación tradicional, poder llegar a distintos públicos con un solo material.
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Se complementan. • La gran ventaja que tiene las redes sociales es de que, queda ahí grabado, a cualquier instante cualquier momento quien quiera verlo puede hacerlo.
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • La facilidad que tiene. • Llega más rápido la información al público.

Nota. Elaboración propia, 2023.

La información obtenida permitió analizar las ventajas que tienen los canales de televisión al emitir su programación simultáneamente, tanto por señal abierta como por redes sociales, entre ellas sobresale que permite llegar a mayor cantidad de público, con diversidad de audiencia y con los mismos materiales o contenidos, además de la facilidad y rapidez.

La transmisión en simultáneo permite que los medios lleguen a una audiencia más amplia, mientras que la señal abierta llega a aquellos que prefieren los medios tradicionales, las plataformas digitales alcanzan a un público más joven y conectado a Internet, esta estrategia amplía el alcance y la cobertura de un medio.

Esto permite alcanzar todo tipo de público, llegar a una diversidad de audiencias, desde aquellos que prefieren ver televisión por señal abierta hasta los que se informan a través de las plataformas, con esto se tiene la capacidad de satisfacer las preferencias de una audiencia variada.

También las plataformas digitales ofrecen la ventaja de la accesibilidad y la inmediatez, la información se puede compartir instantáneamente en redes sociales y quedar archivada para que las personas la consulten en cualquier momento, lo que agiliza la entrega de noticias y contenido relevante al público.

Por lo tanto y en base a toda la información analizada, se puede decir que lo que se ve, es una combinación de esfuerzos para seguir llegando a la población a través de distintos medios, pero con el mismo objetivo de informar.

4.6 Desventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital

Es importante cuestionar la posibilidad de si la transmisión simultánea tiene desventajas para los medios de comunicación, es así que identificarlas sería necesario para que se pueda contrarrestar con acciones positivas.

La presente Tabla sintetiza la información proporcionada por los medios de comunicación respecto al tema:

Tabla 8*Desventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital*

Propietario o director	Criterio
R. Landívar Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • No hay desventajas. • Normalmente se transmite por redes sociales algo que ya está editado, lo que va a salir en nuestro medio de comunicación su alternativa son las redes sociales.
Y. Melena SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • A veces somos víctimas de perfiles falsos que buscan desacreditar nuestro trabajo, por otro lado a veces por tener la primicia se cometen errores de contenido a la hora de lanzar en vivo una información.
A. Ferreira Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • No hay desventajas, simplemente acompañar y tener los equipos necesarios porque si no tenemos los equipos como vamos a transmitir.
F. Justiniano Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Los errores por la capacitación del personal que muchas veces que cuando se transmite en vivo en la plataforma de Facebook no vuelcan la cámara o lo sacan cabeza abajo al entrevistado. • No colabora mucho también el internet, no hay buen internet acá en la región.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Cabe señalar que este es uno de los puntos donde no se logró uniformizar el criterio de los participantes, ya que hubo diferentes perspectivas.

Por un lado, los representantes del canal Unitel Pando y Pando Visión aluden que no existen desventajas en las transmisiones simultaneas, sin embargo, la percepción de los canales de SPC y TvU difieren y señalan las desventajas encontradas.

Se menciona que entre las desventajas se encuentran: la conexión a internet en la ciudad es variante, puesto que en algunas zonas la señal es muy baja lo que produce mala calidad en

las transmisiones al vivo, asimismo manifiestan que aún falta capacitación al personal que no está familiarizado con las redes sociales, puesto que están acostumbrado a lo tradicional.

Otra de las desventajas mencionadas es que están expuestos a ser víctimas de perfiles falsos, donde estos tratan de desacreditar su trabajo informativo, y también, las plataformas al ser más inmediatas son propensos a cometer errores al lanzar la noticia.

Evidentemente en las redes sociales al existir la interacción permanente y de dominio masivo muchas veces están expuestos a falsos perfiles que lo que pretenden es dañar la imagen de los canales de televisión y de sus trabajadores.

Entre las desventajas no mencionadas por los participantes, es que corren el riesgo de perder sus páginas de Facebook, o lo que es aún más preocupante, ser víctimas de *hackeo*, al respecto de este tema, el Centro de Gestión de Incidentes Informáticos afirma que “Si estás en Facebook debes saber que estás en la red social con más riesgo para que tu cuenta sea hackeada” (2017, párr. 3). Esto sucede ya que no existe ningún documento o garantía que respalde la propiedad de las páginas y perfiles de Facebook.

4.7 Ajuste de los contenidos de información para lograr transmisiones simultaneas

Las redes sociales son un gran aliado para los medios que emiten contenidos en sus canales tradicionales. Los programas de televisión suelen aprovechar las ventajas que suponen estas plataformas para publicar fragmentos o versiones de lo que lanzan en antena. Aunque cada vez más se trabaja en contenido exclusivo para las redes, el esquema de trabajo suele ser el mismo: se organiza el material desde el propio medio y se genera un producto con el fin de subirlo a internet. La amplia oferta de contenidos televisivos en distintos soportes obliga a los operadores a una estrategia continuada de promoción de sus programas para alcanzar notoriedad ante sus potenciales telespectadores.

Tabla 9

Ajuste de los contenidos de información para lograr transmisiones simultaneas

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Todo lo que salió en vivo por medios tradicionales en este caso por la televisión automáticamente se graba, entonces como se graba el encargado recorta la parte solo de la nota, la recorta y la sube adicional a la nota y se suben cuadros o informaciones extras. • Antes de las transmisiones en vivo se realizan un cuadro para dar un pantallazo sobre la información.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Ha sido un proceso muy diferente a como se realizaba antes y hoy, sin embargo, el trato de la noticia sigue siendo similar, quizá digamos en torno de la edición, la rapidez estas cositas cambiaron, pero en cuanto al contenido mismo y al trato de la información se trabajó en la reducción del tiempo, se le da mayor dinamicidad al producto, tomando en cuenta la atención que le va a brindar el receptor. • Aquí en nuestro medio en nuestra ciudad no ha cambiado mucho, es prácticamente un <i>replay</i>.
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Todo lo que es el contenido del trabajo comunicacional que tenemos como medio de comunicación lo transmitimos igual por la página de Facebook.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • En el ámbito digital hay que buscar un enfoque más diferencial del contenido que se va presentando en la página debe tener un enfoque de notas y títulos por que como se sabe que el titular tiene que llamar la atención.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Los participantes sostienen que los contenidos informativos destinados a las plataformas digitales apenas muestran diferencias con respecto a los contenidos emitidos en televisión abierta.

Se constató a través de la observación que los cuatro medios de comunicación en la ciudad de Cobija transmiten en vivo el mismo programa tanto en su página de Facebook como en la señal abierta, sin realizar ninguna modificación evidente.

Es importante resaltar que a partir de una misma fuente informativa se genera contenido adicional. Por ejemplo, a partir de una noticia, los medios crean avances informativos, ya sea en forma de imágenes o videos cortos, que comparten en sus plataformas digitales. Luego, emplean esta misma información para su noticiero y, posteriormente, la publican como una nota completa.

Otro aspecto que se pudo observar es que, después de la emisión de sus noticieros, los cuatro medios seleccionan las noticias más relevantes y las publican de manera individual en sus plataformas digitales.

Sin embargo, a pesar de estos cambios en el proceso de producción y edición de noticias, el enfoque y el tratamiento de la información en sí no han experimentado transformaciones significativas.

4.8 Capacitación a los periodistas para transmitir el formato digital

La función de los periodistas llamados tradicionales y los llamados digitales es exactamente la misma: informar.

Alguna de las manifestaciones de los periodistas, se ven plasmadas en la siguiente tabla:

Tabla 10

Capacitación a los periodistas para transmitir el formato digital

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • En este caso no hubo una capacitación a los periodistas. • Nosotros mediante internet empezamos a averiguar cómo mejorar la transmisión que cosas hacer, datos y tips más adicionales.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • En este último periodo se ha visto muchas capacitaciones yo personalmente estaba en un curso de la universidad de Argentina OSTAL, el cual nos ha dado algunas ideas algunos parámetros sobre cómo cual es la diferencia entre el uso de un medio de información tanto en lo que corresponde a los medios tradicionales como en las plataformas.
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos 2 tipos de capacitación, hay la capacitación aparte de manejar los programas esa capacitación técnica también la capacitación del manejo informativo de la información que emitimos por el informativo y también por la revista.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Formalmente no se les da una capacitación, sin embargo, la Universidad Amazónica de Pando ofrece cursos de capacitación para que los trabajadores de la prensa puedan fortalecer sus conocimientos en el área que más lo prefieran.

Nota. Elaboración propia, 2023.

El análisis de la información proporcionada revela varios aspectos importantes relacionados con la capacitación de los periodistas y su influencia en la calidad de los contenidos de los medios de comunicación:

Uno de los hallazgos es que inicialmente no hubo una capacitación formal para los periodistas en el uso de las plataformas digitales o en la mejora de las transmisiones, esto indica una posible falta de preparación técnica en un entorno mediático cada vez más digitalizado.

Los periodistas mencionan tener iniciativa propia al buscar en internet formas de mejorar sus habilidades y conocimientos relacionados con la gestión de la información, esta actitud demuestra su compromiso con la mejora continua, pero también sugiere la necesidad de una capacitación formal por parte de los medios en estas áreas.

Se menciona que en un período más reciente se han ofrecido capacitaciones, como el curso de la Universidad de Argentina OSTAL, estas capacitaciones proporcionaron ideas y parámetros sobre cómo utilizar los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales.

También es importante señalar que existen dos tipos de capacitación: una centrada en las habilidades técnicas para manejar programas y otra relacionada con la gestión de la información en los programas informativos, esta distinción es importante ya que destaca la necesidad de habilidades tanto técnicas como periodísticas en el ámbito digital.

Aunque no se proporciona una capacitación formal por parte de los medios de comunicación, se destaca que la Universidad Amazónica de Pando al igual que otras instituciones académicas ofrece cursos de capacitación para los trabajadores de la prensa, esto brinda a los periodistas la oportunidad de fortalecer sus habilidades y conocimientos de manera independiente, esto es un recurso valioso que puede contribuir al desarrollo profesional de los periodistas.

La información sugiere que la capacitación inicial de los periodistas en el uso de plataformas digitales y la mejora de las transmisiones puede ser insuficiente, pero hay una disposición a aprender y mejorar a través de la capacitación continua y recursos externos.

La capacitación continua es esencial para mantenerse actualizado en un entorno mediático en constante evolución.

4.9 Proceso de implementación del periodismo digital

El proceso de creación de páginas digitales en los canales de televisión que se incluyen en este estudio, se desarrolló de manera gradual y en distintas etapas. Inicialmente, se enfocaron en establecer presencia en plataformas como Facebook y YouTube, sin necesariamente utilizarlas para transmitir noticias o proporcionar información actualizada. Más bien, estas plataformas se consideraron como recursos complementarios para la promoción de sus medios de comunicación.

Sin embargo, la dinámica cambió drásticamente durante la época de la pandemia. Con la declaración de emergencia sanitaria en el departamento Pando, los medios se vieron obligados a improvisar transmisiones en vivo para mantener informada a su audiencia sobre los acontecimientos en tiempo real. Fue en este momento crucial que los canales de televisión reconocieron la importancia de utilizar estas plataformas digitales como herramientas para brindar noticias y mantener conectados a sus seguidores.

Además, vale la pena mencionar que algunos periodistas decidieron tomar la iniciativa de informar directamente a través de estas plataformas, sin estar vinculados a un medio de comunicación específico, lo cual resultó exitoso. Este hecho incentivó a los canales de televisión a intensificar sus esfuerzos digitales y a aprovechar estas nuevas vías de comunicación para retener a su audiencia.

La pandemia actuó como un catalizador que impulsó a los medios tradicionales a adaptarse rápidamente al entorno digital para mantenerse relevantes y conectados con su público.

Tabla 11*Proceso de implementación del periodismo digital*

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Comenzó desde del 2015 aproximadamente donde se empezó a darle más importancia a las redes sociales. • Era una vía por donde se podía llegar a miles de persona en este caso a todo el mundo. La época de pandemia fue crucial.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Yo soy uno de los primeros en usar el celular para grabar noticias, ahora en todo lado se ve. • La tecnología se va imponiendo y también ya los aparatos grabadoras tienden a ser más pequeños, más tecnológicos, pero comenzamos la transmisión en vivo en la pandemia.
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Tuvimos que comprar programas nuevos equipos y tuvimos que capacitar a nuestros recursos humanos. Nos apuramos en plena pandemia.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Como estamos en constantes cambios y los medios de comunicación tienen que irse adaptando a la tecnología. • Se ha ido implementando el Facebook para que se pueda emitir noticias.

Nota. Elaboración propia, 2023.

La información proporcionada destaca la evolución del papel de las redes sociales y la tecnología en los medios de comunicación a lo largo de los años, con un enfoque especial en el impacto de la pandemia en este proceso de cambio.

El proceso de implementación del periodismo digital muestra una evolución significativa en la forma en que los medios de comunicación han abrazado las nuevas tecnologías y las redes sociales en particular:

El proceso de implementación del periodismo digital comenzó aproximadamente en el año 2015, a partir de ese momento, las redes sociales comenzaron a ganar importancia como una vía para llegar a un público masivo, este cambio marcó el reconocimiento de la necesidad de adaptarse a las plataformas digitales para mantener una presencia relevante.

La pandemia, mencionada como un punto crucial, destacó aún más la importancia del periodismo digital, con las restricciones de movimiento y la necesidad de información actualizada, las personas recurrieron en gran medida a las plataformas digitales para obtener noticias, esto aceleró a los medios televisivo a adaptarse rápidamente a las nuevas formas de transmisión.

Otro aspecto que destaca es el uso de dispositivos móviles, como los celulares, para la grabación de noticias, se menciona como una innovación temprana, esta práctica, que inicialmente podría haber sido poco común, se ha vuelto cotidiano en la actualidad, lo que demuestra cómo la tecnología móvil ha transformado la forma en que se recopila y se difunde la información.

La implementación de Facebook como plataforma para transmitir noticias resalta la importancia de las redes sociales como canales de distribución de contenido, esto muestra cómo los medios están utilizando plataformas populares para llegar a una audiencia más amplia.

Los medios de comunicación están en constante evolución y deben adaptarse continuamente a la tecnología y las demandas cambiantes de su audiencia, se menciona específicamente el uso de Facebook como una plataforma para emitir noticias, lo que ilustra cómo los medios están utilizando diversas herramientas digitales para mantenerse relevantes en un entorno mediático en constante cambio, la información subraya la importancia de la flexibilidad y la adaptación en la industria de los medios de comunicación en la era digital.

4.10 Retroalimentación de los contenidos por parte de su audiencia

En cuanto a los cambios que se ha producido para los periodistas denominados tradicionales, sobre todo fue el tener una retroalimentación con sus televidentes, a través de los comentarios que estos dejan. esta retroalimentación puede ser tanto positiva como negativa, sin embargo, de ambas maneras motiva al periodista a mejorar la calidad del trabajo que realiza.

Tabla 12

Retroalimentación de los contenidos por parte de su audiencia

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Sirve para abordar temáticas que la población pide.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Nos ayuda a ampliar un poco más la información buscar otros panoramas más de acuerdo a lo que recomienda la gente.
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • Las críticas nos permiten mejorar.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Nos motiva a seguir mejorando un poco más y a traer cosas más interesantes cosas que no tienen otros medios.

Nota. Elaboración propia, 2023.

La información proporcionada resalta un aspecto fundamental de la transición del periodismo tradicional a la digital, la interacción con la audiencia a través de las redes sociales y los comentarios. Esta retroalimentación directa, tanto positiva como negativa, se ha convertido en una herramienta valiosa para los periodistas. Por un lado, les permite conocer las preferencias y las preocupaciones de la población, lo que puede guiar la elección de temas a cubrir y ampliar la perspectiva informativa. Además, las críticas constructivas son percibidas como oportunidades para mejorar la calidad de su trabajo, lo que motiva a los periodistas a evolucionar constantemente y a ofrecer contenidos más atractivos y relevantes.

La interacción con la audiencia a través de comentarios en las redes sociales ha fortalecido la relación entre los periodistas tradicionales y su público, brindándoles una valiosa fuente de retroalimentación y motivación para elevar los estándares de calidad informativa y mantenerse relevantes en un entorno mediático en constante evolución.

4.11 Principales obstáculos que enfrentaron los periodistas

Los obstáculos que los profesionales tienen que sortear en el desarrollo del trabajo se presentan a diario, por ello, los periodistas no son la excepción, considerando que la era digital, ha impactado directamente en esta profesión, se consultó ¿cuáles son los principales obstáculos que enfrentaron los periodistas durante la transición del periodismo televisivo tradicional a periodismo digital?, a lo que se rescató la siguiente información:

Tabla 13

Principales obstáculos que enfrentaron los periodistas

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de personal profesional. • La crítica muy destructiva.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • Uno de los problemas fundamentales es la señal de internet
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • El internet que no es muy bueno en Cobija eso nos dificultad el trabajo.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • En el tema de transmisión por redes sociales es la señal que afecta un poco al municipio.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Entre los obstáculos enfrentados, los periodistas identifican de manera unánime que es: la calidad de señal de internet, consideran que no es la adecuada, ya que para algunas zonas se vuelve muy lenta. Asimismo, refieren que otro de los obstáculos presentes es que es difícil

contar con profesionales capacitados o con experiencia en manejo de redes sociales y equipo de tecnología avanzada, eso hace que el trabajo se vuelva lento. Es importante mencionar que si bien, las condiciones en la ciudad de Cobija, no son las óptimas en cuanto a acceso a internet de calidad, los periodistas y en general los medios de comunicación televisivos han afrontado la transición de lo tradicional a lo digital de una manera positiva y eso se visibiliza en la fidelidad de la audiencia que mantienen tanto en la televisión de señal abierta como en las plataformas digitales en las que han incursionado.

4.12 Ventajas y desventajas de transmitir en formato tradicional y digital

Ahora analizaremos tanto las ventajas como las desventajas que fueron reconocidas por los jefes de prensa de los medios de comunicación que forman parte de este estudio, a continuación, se reflejan los resultados en las siguientes tablas:

Tabla 14

Ventajas y desventajas en de transmitir en formato tradicional

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • Ventaja es que todos lo pueden ver, es gratis. • Desventaja es que tiene un público limitado.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • La ventaja es que las transmisiones tienen mejor calidad en señal abierta. • No llega a una cantidad tan amplia de personas como lo hacen las redes sociales.
H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • La ventaja es que tenemos un público fiel. • La desventaja es la parte económica, la televisión requiere mayor inversión.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • En el tema la televisión que les llega a todos. • No tiene desventajas la televisión.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Los puntos más importantes que mencionan los jefes de prensa al respecto de las ventajas se encuentran: gratuidad, calidad de señal y audiencia fiel.

En muchos casos, la televisión abierta es gratuita para el espectador, lo que significa que no se necesita ningún costo adicional para acceder a la programación, otro aspecto es que la transmisión en formato tradicional a menudo ofrece una calidad de señal superior en comparación con las conexiones de internet. Y también la televisión a veces tiene una base de audiencia leal y establecida para ciertos programas o canales, esto puede ser beneficioso para los anunciantes y productores de contenido que desean llegar a un público específico de manera consistente.

Entre las desventajas de la transmisión en formato tradicional se destaca: la audiencia limitada y costos de producción. Aunque la televisión tiene un alcance amplio, su audiencia está limitada en comparación con las plataformas digitales y las redes sociales, que pueden llegar a una audiencia global, en la producción y transmisión de contenido a menudo requiere una inversión significativa en equipos, personal y producción.

La transmisión en formato tradicional, como la televisión, ofrece ventajas como desventajas al igual que las plataformas digitales en el entorno mediático actual, de la transmisión en formato digital se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 15

Ventajas y desventajas en de transmitir en formato digital

Jefe de Prensa	Criterio
D. Copa Unitel Pando	<ul style="list-style-type: none"> • La ventaja de las redes sociales es que nos permite llegar a miles de personas. • La desventaja de redes sociales es que dependemos del internet.
R. Viraca SPC Canal 15	<ul style="list-style-type: none"> • La ventaja es que puedes hacerlo en el momento. • La desventaja es que puedes cometer errores.

H. Mopi Pando Visión	<ul style="list-style-type: none"> • La ventaja es que se puede transmitir de puntos que antes no se hacía y la inmediatez de la información. • Desventaja es el internet, las transmisiones dependen de que esté bueno.
R. Mamani Televisión Universitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Las redes sociales es una ventaja que la noticia es inmediata. • Desventajas los mensajes que no contribuyen.

Nota. Elaboración propia, 2023.

Una de las principales ventajas mencionadas de las redes sociales es su capacidad para llegar a una audiencia masiva, potencialmente de alcance global, esto permite que el contenido llegue a miles o incluso millones de personas en todo el mundo.

Otra ventaja es la transmisión en formato digital, especialmente en redes sociales en tiempo real, permite compartir información al instante, esto es crucial en situaciones de noticias de última hora o eventos en tiempo real.

También las plataformas digitales hacen posible transmitir desde cualquier ubicación en las que la transmisión tradicional no sería posible.

Entre las desventajas de la transmisión en formato digital destaca la dependencia del internet, ya que la transmisión digital depende de la disponibilidad de una conexión a internet estable, las interrupciones en la conectividad pueden obstaculizar la transmisión en vivo y afectar la calidad de la señal.

Otra desventaja de la transmisión a través de plataformas digitales es que por la inmediatez se pueden cometer errores y estos pueden ser difícil de corregir ya que todo queda grabado en las redes sociales, para esto se requiere una mayor atención y preparación.

Y a pesar de la interacción con la audiencia, las redes sociales también pueden dar lugar a comentarios negativos o no constructivos que pueden afectar negativamente la experiencia tanto para el transmisor como para la audiencia.

Las tablas proporcionan una visión interesante de las ventajas y desventajas percibidas por los jefes de prensa de diferentes medios de comunicación en cuanto a la transmisión en formatos tradicionales y digitales, en general, se observa una clara distinción entre las dos plataformas.

CONCLUSIONES

Durante el período de estudio comprendido entre 2019 y 2023, se ha evidenciado una marcada transición del periodismo televisivo tradicional hacia el periodismo digital en la ciudad de Cobija. Esta transición se ha manifestado en la adaptación de varios medios televisivos tradicionales a las nuevas plataformas digitales como parte de su estrategia de supervivencia en un entorno mediático cada vez más digitalizado.

Se identificaron cuatro medios televisivos tradicionales que incursionaron en el periodismo digital, Unitel Pando, Sistema Pandino de Comunicación SPC Canal 15, Televisión Universitaria TvU y Pando Visión, en los cuales se puede apreciar un cambio significativo en la forma con que se conectan con su audiencia. Esta adaptación, del periodismo tradicional hacia el digital ha implicado la creación de perfiles en redes sociales, la transmisión de contenidos en línea y la implementación de estrategias para aprovechar las ventajas de las plataformas digitales.

Los mecanismos de implementación utilizados por los medios televisivos tradicionales en su transición al periodismo digital han variado, pero en general, han involucrado la capacitación de su personal en el uso de herramientas digitales, la inversión en tecnología y la colaboración con expertos en medios digitales. Estos mecanismos reflejan un esfuerzo por superar las barreras tecnológicas y culturales que impiden la adaptación al nuevo panorama mediático.

La transición entre el periodismo tradicional y el periodismo digital ha revelado tanto ventajas como desventajas en ambas prácticas periodísticas. Entre las ventajas del periodismo tradicional se destaca que conserva su influencia y credibilidad en ciertos segmentos de la audiencia, sin embargo, entre sus desventajas es que esta audiencia es limitada, así como también los costos de producción, por otro lado el periodismo digital ofrece la posibilidad de llegar a un público más amplio y diverso, como también la posibilidad de retroalimentación de parte de la su audiencia, y en sus desventajas se encontró la dependencia a una conexión a internet de calidad.

Finalmente, la transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital en la ciudad de Cobija durante el período de estudio ha sido un proceso notable. Los medios tradicionales han tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías y plataformas para mantener su relevancia y alcance. Esta investigación proporciona una visión general de cómo se ha desarrollado esta transición, identificando medios involucrados, mecanismos de implementación y comparando las ventajas y desventajas de ambas formas de periodismo. Estos hallazgos son relevantes para comprender la evolución de los medios de comunicación en un entorno digital en constante cambio y pueden servir como base para investigaciones futuras en esta área.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones presentadas en esta investigación se derivan directamente de los hallazgos y conclusiones y tienen como objetivo ofrecer orientación práctica y perspicaz a los actores clave involucrados en los medios televisivos tradicionales. Estas recomendaciones están diseñadas para abordar los desafíos identificados, capitalizar las oportunidades descubiertas y contribuir al avance y mejora continua en los medios televisivos de la ciudad de Cobija. A continuación, se detallan las recomendaciones que surgen de este estudio.

A los propietarios de medios de comunicación televisivos: los propietarios de medios de comunicación deben liderar y promover una cultura que valore la innovación y la adaptación a las nuevas tendencias tecnológicas y de medios. Esto implica estar dispuestos a invertir en tecnología, recursos humanos y estrategias digitales para mantener la relevancia y la competitividad en el entorno mediático en constante cambio. La innovación y la adaptación deben ser consideradas como una inversión a largo plazo en la sostenibilidad del negocio de los medios de comunicación.

A los periodistas que hacen televisión: se recomienda una formación continua y una adaptación constante a las nuevas tecnologías y tendencias digitales. Es esencial desarrollar habilidades multimedia para la creación de contenido en múltiples formatos, mantener estándares éticos en la verificación de hechos y la imparcialidad, cultivar una presencia sólida en línea para la interacción con la comunidad, enfocarse en el periodismo de investigación para desvelar problemas cruciales, colaborar y diversificar fuentes de información, y adaptarse a las demandas cambiantes del público, esto requiere habilidades versátiles y un compromiso constante con la integridad y la responsabilidad periodística.

A la carrera Ciencias de la Comunicación Social: actualizar el plan de estudios para mantenerlo alineado con las tendencias actuales en medios digitales. Incorporar tecnología y herramientas digitales en la enseñanza para desarrollar habilidades prácticas en comunicación en línea. Fomentar la investigación en comunicación digital. Establecer colaboraciones con

medios y empresas digitales para brindar oportunidades de pasantías. Enfocarse en la formación ética y la responsabilidad social en la comunicación digital. Desarrollar habilidades y promover la mentoría y orientación profesional. Mantener al personal docente actualizado y fomentar la interdisciplinariedad. Realizar evaluaciones periódicas y recopilar retroalimentación para mejorar constantemente el programa educativo. Estas acciones ayudarán a preparar a los estudiantes para el dinámico campo de la comunicación digital y contribuirán al éxito de la carrera.

A los futuros investigadores: este estudio puede servir como un punto de referencia valioso en un contexto donde el periodismo televisivo está experimentando una evolución constante debido al rápido avance de la tecnología. Los datos y conclusiones presentados en esta investigación podrían ser utilizados como una sólida base sobre la cual futuros estudios puedan construir. A medida que los medios televisivos continúan en transición hacia plataformas digitales y adoptan transmisiones simultáneas, esta investigación puede ofrecer una perspectiva inicial y sólida de los desafíos y oportunidades que enfrentan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, D., (2017) *Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura en el espacio audiovisual iberoamericano*. Universidad Internacional de Andalucía. <http://hdl.handle.net/10334/5481>
- Avendaño, R., y Lucana, A., (2005). *Metodología de la investigación*. Cochabamba, Bolivia: Educación y cultura.
- Banegas, C., Olivares, J., Terceros, J., y Hidalgo, D. (2012) *Características del periodismo digital en Bolivia*. Fundación Unir. <https://es.slideshare.net/tonnylp1/caractersiticas-del-periodismo-digital-en-bolivia-2012>
- Bembibre, C., (2011, noviembre). *Definición de Transición*. Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/general/transicion.php>
- Bolivia: Ley de 19 de enero de 1925. <https://www.lexivox.org/norms/BO-L-19250119.xhtml#:~:text=Art%C3%ADculo%201%C2%B0.,Art%C3%ADculo%202%C2%B0>.
- Bolivia: Ley N° 494, 29 de diciembre de 1979. <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/BO-L-494.pdf>
- Cano, P., (2020). *La transformación digital del diario El Comercio al 2021*. (Tesis de Grado). Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58057/Cano_RPME-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, H., (2013, 24 de septiembre). *Evolución de los medios de comunicación*. Universidad de las Fuerzas Armadas. https://roa.cedia.edu.ec/webappscode/46/evolucin_de_los_medios_de_comunicacin.html
- Centro de Gestión de Incidentes Informáticos., (2017, 10 de mayo). *Facebook, la red social con más riesgo de hackeo*. CGII. <https://www.cgii.gob.bo/es/noticias/facebook-la-red-social-con-mas-riesgo-de-hackeo>
- Constitución Política del Estado febrero de 2009. <https://sea.gob.bo/digesto/CompendioNormativo/01.pdf>
- De Sousa, J., (2013). *Mediatización*. Chasqui (123), 77-81. [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-Mediatizacion-5791061%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-Mediatizacion-5791061%20(1).pdf)
- Equipo de expertos de ciencia y tecnología. Universidad Internacional de Valencia. (2018). *¿Qué es la observación no participante y qué usos tiene?* <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/que-es-la-observacion-no-participante-y-que-usos-tiene>

- Estatuto Orgánico de la Federación de Trabajadores de la Prensa de Pando (FTPP).
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/ESTATUTOS%20FTPP_220920_202032.pdf
- Estatuto Orgánico del Periodista. Decreto Supremo N° 20225 de 9 de mayo de 1984.
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/585d938a-e1aa-4d71-baa5-dd90fdf3de5b.pdf
- García, J., (2019). *Migración y adaptación de los canales de señal abierta hacia las plataformas digitales*. (Tesis de grado). Universidad de Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44366>
- García, J., (2020, 10 de noviembre) *La difusión de las innovaciones en los medios de comunicación: claves de un proceso*. Máster en Innovación en Periodismo (MIP).
<https://mip.umh.es/blog/2020/11/10/difusion-innovaciones-medios-claves-proceso/#:~:text=La%20difusi%C3%B3n%20para%20Rogers%20es,llegar%20a%20un%20entendimiento%20mutuo>
- Girón, A., (2007). *Difusión de Innovaciones*. Universidad Experimental Simón Rodríguez.
<https://fcvinta.files.wordpress.com/2014/08/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones.pdf>
- González, M. (2019). *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*.
Revista internacional de comunicación (45), 29-52.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/88071/>
- González, A., y Herrero, N. (2019). *Impacto de la tecnología en la sociedad: el caso de Ecuador*. Revista Universidad y Sociedad, (5), 1-2.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202019000500176&script=sci_arttext&tlng=en
- Guarachi, C. A., (2014) *Nuevas formas de transmitir información en Bolivia*. El periodismo digital de Erbol <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/24791>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6.ª ed.)*. Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hoyos, I., (2022). *Rol del periodismo independiente en el crecimiento de los medios de comunicación digitales* (Proyecto de Investigación) Universidad Laica Vicente Rocafuerte De Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5948/1/T-ULVR-4875.pdf>
- Ley de Telecomunicaciones N° 1632 del 5 de Julio de 1995 y su Decreto Reglamentario N° 24132. https://www.itu.int/ITU-D/treg/Legislation/Bolivia/ley_tlc.pdf
- Loaiza, C., y Molina, O. (2011). *El periodismo tradicional frente al periodismo digital, la reconstrucción del lenguaje periodístico: un estudio sobre el manejo de las páginas web de los rotativos el Comercio y el extra durante el mes de diciembre de 2010* (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5924/6/UPS-QT03838.pdf>

- Martinez, F. (1987). *El método inductivo*. (Tesis de grado). Universidad Autónoma de Nuevo León. <http://eprints.uanl.mx/5599/1/1080071376.PDF>
- Montagut A., (2020). *La digitalización del periodismo escrito: de la tinta a los pixeles*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España. <file:///C:/Users/Personal/Documents/TESIS%20JOYCI/TESIS%20SOBRE%20PERIODISMO.pdf>
- Montalvo, P., y Albarado, T., (2019). *Análisis de la migración de los canales de televisión de señal analógica ecuatoriana a plataformas digitales a través del avance tecnológico y hábitos de consumo del espectador*. (Tesis de grado). Universidad Estatal de Milagro. <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/5050>
- Mosquera, K., (2020) *Periodismo Tradicional Vs Periodismo Iterativo Caso: Diario “El Universo”*. (Tesis de grado). Universidad Técnica De Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8844/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000336.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortega, C., (s/f) *Muestreo no probabilístico: definición, tipos y ejemplos*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-no-probabilistico/>
- Peiró, R., (2017, 3 de octubre) *Redes sociales*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>
- Pérez, J., y Merino, M. (2010, 26 de marzo). *Transición - Qué es, definición y concepto*. Definicion.de. <https://definicion.de/transicion/>
- Rodríguez, P., y Ruiz, A. (2005). *La televisión: ¿caja tonta o caja mágica?* Comunicar, (25), 1-10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825183>
- Ruiz, E. (2013). *El periodismo digital: la revolución de los contenidos*. Escola Superior de Disseny. <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>
- Sandoval, R. (1998). *Metodología y técnicas de investigación*. Oruro, Bolivia: Latinas editores.
- Tesouro, M., y Puiggalí, J. (2004). *Evolución y utilización de internet en la educación*. Revista de Medios y Educación, (24), 1-10. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36802404>
- Tv Educativa., (2021, 18 de enero). *¿Qué es la convergencia de medios de comunicación?* Lab Media. <https://fundacionperiodismo.org/medialabfpp/que-es-la-convergencia-de-medios-de-comunicacion/>
- Universidad Nacional de Rosario. (2016). *Mediatización: La lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social*. La Trama de la Comunicación, (20) 235-252. https://www.redalyc.org/journal/3239/323944778013/html/#redalyc_323944778013_ref15

Valencia, V. (2012). *Revisión documental del proceso de investigación*. Universidad Tecnológica de Pereira.
<https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>

Vivero, M. (2017) Del periodismo tradicional al de la generación de los millennials: Análisis de la transición de la vieja escuela a los nuevos formatos en prensa digital (Proyecto de Investigación) Universidad San Francisco De Quito USFQ.
<https://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7081>

ANEXOS

ANEXO 1

REGISTRO DOCUMENTAL N°1

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación
Pando - Bolivia
2023

Tesista – Investigadora

Joyci Roca Melena

REGISTRO DOCUMENTAL

Fecha:	N° de registro:
Institución de la que se obtuvo el documento:	
Documento consultado:	
Objetivo:	
Nombre del investigador:	
Forma de documentación: FOTOCOPIA () FOTOGRAFÍA () VIDEO () COPIA MANUSCRITA ()	
Detalle o descripción del documento:	
Observación:	

ANEXO 2

GUÍA DE ENTREVISTAS N°1

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación
Pando - Bolivia
2023

Tesista – Investigadora

Joyci Roca Melena

ENTREVISTA N° 1

A PROPIETARIOS Y/O DIRECTORES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVOS

1. Mencione los datos generales y antecedentes de fundación del medio de comunicación
2. ¿Cuál es el alcance de transmisión del medio?
3. ¿Qué los motivó a transmitir sus noticieros en las plataformas digitales?
4. ¿Cómo fue la transición del medio televisivo de lo tradicional a lo digital?
5. ¿Cuáles son las ventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital?
6. ¿Cuáles son las desventajas de transmitir simultáneamente de manera tradicional y digital?

ENTREVISTA N° 2

A JEFES DE PRENSA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN TELEVISIVOS

1. ¿Cómo se ajustaron los contenidos de la información para transmitir en medio tradicional y digital?
2. ¿Qué tipo de capacitación se da a los periodistas para transmitir el formato digital?
3. ¿Cómo fue el proceso de implementación del periodismo digital?
4. ¿Qué significó para los periodistas tener retroalimentación de sus contenidos por parte de su audiencia?
5. ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentaron los periodistas durante la transición del periodismo televisivo tradicional al periodismo digital?
6. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas en de transmitir en formato tradicional y digital?

ANEXO 3

FICHA DE OBSERVACIÓN

Universidad Amazónica de Pando
Área de Ciencias Sociales y Humanísticas
Carrera de Ciencias de la Comunicación
Pando - Bolivia
2023

Tesisista – Investigador
Joyci Roca Melena

FICHA DE OBSERVACIÓN N°1

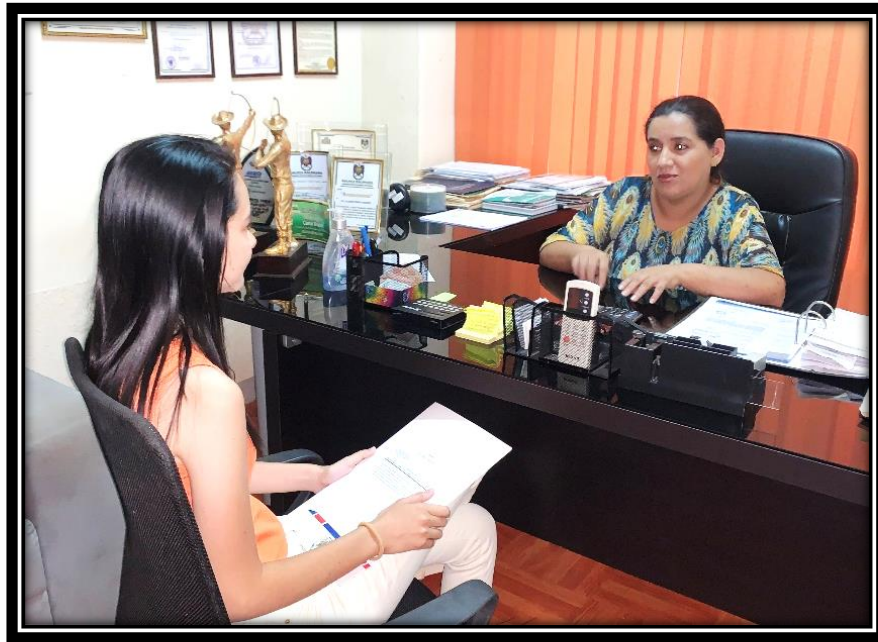
Fecha:		N° de ficha:
Hora de inicio:		Hora final:
Acontecimiento, evento o actividad:		
Objetivos:		
Nombre del observador:		
1	Canales locales que emiten noticias en señal abierta	
2	Canales locales que emiten noticias en redes sociales	
3	Plataformas digitales que utilizan para transmitir en redes sociales	

FICHA DE OBSERVACIÓN N°2

Fecha:		N° de ficha:
Hora de inicio:		Hora final:
Acontecimiento, evento o actividad:		
Objetivos:		
Nombre del observador:		
1	Tiempo en la emisión de la noticia para redes sociales y para señal abierta	
2	Edición de la noticia para las redes sociales y para señal abierta	
3	Equipos utilizados para la cobertura de noticias	
4	Retroalimentación	
5	Cobertura de la noticia para redes sociales y para señal abierta.	

ANEXO 4

REGISTRO FOTOGRÁFICO



Landívar Soliz, R. M. (2023) Entrevista con la directora de Unitel Pando [Fotografía].



Justiniano Hassen, F. (2023) Entrevista con la directora de Televisión Universitaria [Fotografía].



Melena Revollo, Y. (2023) Entrevista con la propietaria de SPC Canal 15 [Fotografía].



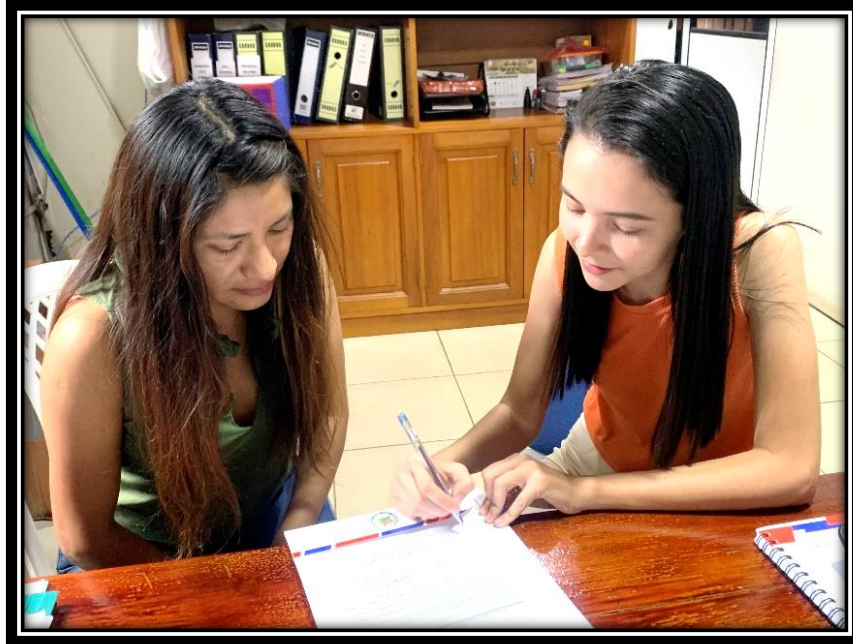
Ferreira Shimokawa, A. (2023) Entrevista con el propietario de Pando Visión [Fotografía].



Copa Siñani, D. R. (2023) Entrevista con el Jefe de Prensa de Unitel Pando [Fotografía].



Viraca Mamani, R. F. (2023) Entrevista con el Jefe de Prensa de SPC Canal 15 [Fotografía].



Mamani Mamani, R. (2023) Entrevista con la Jefe de Prensa de Televisión Universitaria [Fotografía].



Mopi Soliz, H. (2023) Entrevista con la Jefe de Prensa de Pando Visión [Fotografía].

ANEXO 5

PROGRAMACIÓN DE LOS MEDIOS TELEVISIVOS

PROGRAMACIÓN TVU

TELEVISIÓN UNIVERSITARIA

GESTIÓN 2023

HORA	PROGRAMA	L	M	M	J	V	S	D	CONDUCTORES	FORMATO	OBSERVACION
		1	2	3	4	5	6	7			
06:00 a 07:00	REPRIS DEL NOTICIERO CENTRAL									REPRIS DEL CENTRAL	
07:00 a 09:00	REVISTA "DIALOGOS MATUTINOS"								NATHALY/LEONEL/DULCE	EN VIVO	
08:00 a 09:00	AMAZÓNIA								REMBERTO SALVATIERRA TEMO	EN VIVO Y ENLATADO	
09:00 a 10:00	PROGRAMA INFANTIL CHIQUI TV								FAVIANA - JAEL - ARELY	EN VIVO/FACEBOOK	
10:00 a 11:00	NUUESTRA COCINA								ROSALINDA	EN VIVO/ FACEBOOK	
10:00 a 11:00	PROGRAMA CONTACTO MEDICO								ROSALINDA	EN VIVO/FACEBOOK	
10:00 a 11:00	HABLEMOS DE CULTURA								SHIRLEY	EN VIVO/ FACEBOOK	
11:00 a 12:00	SERIE										
12:00 a 13:00	NOTICIERO ESPECIAL								MARGOTH	EN VIVO/ FACEBOOK	
12:00 a 13:00	DEPOR TV								RONALD	EN VIVO/ FACEBOOK	
13:00 a 14:00	NOTICIERO MERIDIANO TVU								DULCE MARIA	EN VIVO/ FACEBOOK	
14:00 a 15:00	SERIE										
15:00 a 16:30	PROGRAMA JUVENIL GARABATO								LEONEL Y BECARIOS	EN VIVO	
17:00 a 18:00	MI PROMO								SARITA Y LURDES	EN VIVO/ FACEBOOK	
17:00 a 18:00	VETERINARIO EN TU HOGAR								FAVIANA	EN VIVO/ FACEBOOK	
18:00 a 19:00											
19:00 a 20:00	NOTICIERO CENTRAL TVU								NATHALY	EN VIVO/ FACEBOOK	
20:00 a 21:00	PORTAVOZ ACADEMICO								MARGOTH	GRABADO	
20:00 a 21:00	DIALOGO NOCTURNO								DULCE MARIA	EN VIVO/FACEBOOK	
20:00 a 21:00	LA VOZ DEL PUEBLO								WEIMAR DURÁN	EN VIVO/FACEBOOK	
21:00 a 22:00	EL FIN DE SEMANA								ROJO	EN VIVO	
22:00 a 23:00	EL FIN DE SEMANA								ROJO	EN VIVO	
TOTAL											

Programación local (2023) De Televisión Universitaria TvU [Fotografía].

PROGRAMACIÓN PANDO VISIÓN

PROGRAMACIÓN PANDO VISIÓN							
	HORA DE INICIO	HORA DE APAGAR					
	7:00	0:00					
	LUN	MAR	MIÉ	JUE	VIE	SÁB	DOM
7:00	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
7:10	DIBUJO	DIBUJO	DIBUJO	DIBUJO	DIBUJO	DIBUJO	DIBUJO
8:50	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
9:00	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	DIBUJO	DIBUJO
10:30	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
10:40	SERIE (REINA DEL FLOW)	SERIE (REINA DEL FLOW)	SERIE (REINA DEL FLOW)	SERIE (REINA DEL FLOW)	SERIE (REINA DEL FLOW)	DIBUJO	DIBUJO
11:20	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
11:30	FULLER HOUSE	FULLER HOUSE	FULLER HOUSE	FULLER HOUSE	FULLER HOUSE	PELICULA	PELICULA
12:50	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
13:00	NOTICIERO MERIDIANO	NOTICIERO MERIDIANO	NOTICIERO MERIDIANO	NOTICIERO MERIDIANO	NOTICIERO MERIDIANO	PELICULA	PELICULA
14:00	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
14:10	NOVELA (GAVIOTA)	NOVELA (GAVIOTA)	NOVELA (GAVIOTA)	NOVELA (GAVIOTA)	NOVELA (GAVIOTA)	PELICULA	PELICULA
15:30	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
15:40	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA
17:20	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
17:40	SERIE (MAKO MERMAIDS)	SERIE (MAKO MERMAIDS)	SERIE (MAKO MERMAIDS)	SERIE (MAKO MERMAIDS)	SERIE (MAKO MERMAIDS)	PELICULA	PELICULA
18:55	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
19:00	NOTICIERO CENTRAL	NOTICIERO CENTRAL	NOTICIERO CENTRAL	NOTICIERO CENTRAL	NOTICIERO CENTRAL	PELICULA	PELICULA
20:00	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
20:05	TIEMPO DE ESPERANZA	CARA A CARA	TIEMPO DE ESPERANZA	CARA A CARA	TIEMPO DE ESPERANZA	PELICULA	PELICULA
20:55	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
21:00	AMAZONIA EN LINEA	AMAZONIA EN LINEA	AMAZONIA EN LINEA	AMAZONIA EN LINEA	AMAZONIA EN LINEA	PELICULA	PELICULA
22:00	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI	PUBLI
23:00	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA
0:00	CIERRE DE EMISIÓN	CIERRE DE EMISIÓN	CIERRE DE EMISIÓN	CIERRE DE EMISIÓN	CIERRE DE EMISIÓN	PELICULA	PELICULA

Programación local (2023) De Pando Visión [Fotografía].

PROGRAMACIÓN UNITEL

PROGRAMACION "UNIVERSAL DE COMUNICACIONES PANDO PUC" CANAL 11 COBIJA		
LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
06:00 LA REVISTA NACIONAL	06:00 SUPER LIBRO	06:00 SUPER LIBRO
07:00 LA REVISTA PANDO	07:30 CINE CANTINFLAS	07:00 LOONEY TUNES
09:00 LA BATIDORA	09:30 TOM Y JERRY	09:00 TOM Y JERRY
10:00 LA BATIDORA	10:30 LO MEJOR DE AL FONDO HAY SITIO	11:00 PELICULA
10:15 LOS SIMSON	12:25 TELE PAIS FINDE SEMANA PANDO	
12:00 A TODO DEPORTE PANDO	13:00 TELE PAIS FINDE SEMANA	
12:30 TELEPAIS EDICION MERIDIANA NACIONAL	14:00 LO MEJOR DE TORMENTA DE PASIONES	12:25 TELEPAIS MERIDIANO NACIONAL
13:00 TELE PAIS EDICION MERIDIANA PANDO	17:00 HERCAI	14:00 CINE
14:00 AL FONDO HAY SITIO	18:00 CASO CERRADO	16:00 LOS SIMPSON
15:00 MUJER	19:55 TELE PAIS CENTRAL NACIONAL	18:00 CINE
16:00 TORMENTA DE PASIONES	21:00 SEÑOR CINE	20:00 TELEPAIS CENTRAL NACIONAL
17:00 HERCAI	23:00 CASO CERRADO	22:00 MASTER CHEF
18:00 LUZ DE LUNA		23:00 EL SEÑOR DE LOS CIELOS
19:00 TELEPAIS PAIS EDICION CENTRAL		
19:30 TELE PAIS EDICION CENTRAL PANDO		
20:00 DOSIS NOCTURNA		
21:00 HERCAI		
22:00 MASTER CHEF		
23:00 EL SEÑOR DE LOS CIELOS		
00:00 TELE PAIS EDICION CENTRAL PANDO		




 Lic. Rosa María Zambrano Solíz
 Gerente Administrativa Financiera
 Universal de Comunicaciones Pando
 P.U.C. Canal 11

Programación local (2023) De Unitel Pando [Fotografía].

PROGRAMACIÓN SPC

PROGRAMACIÓN SISTEMA PANDINO DE COMUNICACIÓN 2021

PROGRAMA	DIA	HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
SPC NOTICIAS I EDICION	L - V	06:30							
LA REVISTA 15	L - V	07:00							
ESPACIO PUBLICITARIO	L - V	09:00							
LAURA	L - V	09:30							
LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES	L - V	10:00							
A CADA QUIEN SU SANTO	L - V	10:45							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	11:45							
SPC NOTICIAS EDICION MERIDIANA	L - V	13:00							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	14:00							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	15:00							
COMO DICE EL DICHO	L - V	16:00							
LA ROSA DE GUADALUPE	L - V	16:45							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	17:30							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	18:30							
SPC EDICION CENTRAL	L - V	20:00							
NOTICIERO CENTRAL BOLIVISIÓN	L - V	21:00							
ESPACIO PARA NOVELA	L - V	22:00							
REPRÍS DE SPC NOTICIAS CENTRAL	L - V	23:00							
HORIZONTE AMAZONICO	SAB	06:30							
MUNDO MÁGICO DE LOS NIÑOS	SAB	07:30							
PROGRAMACION INFANTIL	SAB	08:00							
CINE INFANTIL	SAB	09:00							
CINE INFANTIL	SAB	11:00							
REPRIS SEMANAL SPC	SAB	13:00							
ZONA DE GUERRA	SAB	15:00							
ZONA INTERACTIVA TV	SAB	16:00							
LEYENDAS	SAB	18:30							
AGENDA ABIERTA	SAB	20:00							
CINE VISION	SAB	21:00							
PROGRAMA BOLIVIA	DOM	07:00							
QUE TIEMPOS AQUELLOS	DOM	08:00							
MACHOS	DOM	09:30							
DIBUJOS ANIMADOS	DOM	11:30							
CINE MANIA	DOM	12:00							
NO TE HAGAS	DOM	12:30							
MAGICA AVENTURA	DOM	13:00							
CINE VISION	DOM	13:30							
ZONA INTERACTIVA TV	DOM	15:30							
CINE VISION	DOM	18:00							
HORIZONTE AMAZONICO (REPRIS)	DOM	20:00							
CINE EN CASA SPC	DOM	21:00							
CINE VISION SPC	DOM	23:00							



Programación local (2023) De SPC Canal 15 [Fotografía].