

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Comunicación Social



**Universidad Cooperativa
de Colombia**

ANÁLISIS SISTEMÁTICO LITERARIO

EL ROL DEL COMUNICADOR SOCIAL Y LA ERA DIGITAL

PREPARADO POR:

Lina Marcela Amaya Bayona

Luisa Fernanda López Hernández

Bogotá D.C – Colombia

2020

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Programa de Comunicación Social

ANÁLISIS SISTEMÁTICO LITERARIO

EL ROL DEL COMUNICADOR SOCIAL Y LA ERA DIGITAL

Lina Marcela Amaya Bayona

Luisa Fernanda López Hernández

Autor

Cristina Monroy Castellanos

MAGÍSTER EN DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

Universidad Central de Chile

Tutor Principal

Bogotá D.C. – Colombia

2020



DEDICATORIA

Les dedicamos este logro, a nuestros padres y hermanos quienes nos han brindado siempre un apoyo incondicional, por estar con nosotras de inicio y fin en este largo y arduo proceso de formación, por inculcarnos los mejores valores y así convertirnos en excelentes profesionales.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo, queremos agradecer a Dios por ser nuestro guía en nuestras vidas, a nuestras familias por siempre darnos ánimos en tiempos difíciles y vivir con nosotras nuestros triunfos.

De igual manera, queremos agradecer a la profesora Cristina Monroy y al profesor Jesús Zambrano por su sabiduría, paciencia, perseverancia y ayuda en la culminación de nuestra carrera profesional.

RESUMEN

El rol del comunicador social se transforma a medida en que los medios y las audiencias son impactados por la evolución constante y acelerada de la tecnología, eso hace que exista la preocupación sobre el desarrollo de las competencias, las habilidades, los conocimientos técnicos y teóricos que debe tener el profesional en su labor a partir de la era digital.

Se propuso entonces, un análisis sistemático de literatura a partir de un único objetivo *el Identificar la transformación del rol del comunicador social en la era digital*, con énfasis en la revisión documental de fuentes académicos desde los años 2000, de este modo, hubo una selección de 60 fuentes con el fin de resolver la pregunta desde las siguientes categorías: la transformación de los medios y el rol del comunicador social actual en la era digital.

Lo anterior permitió, evidenciar la importancia fundamental de la academia formando comunicadores con capacidades de manejo en las TIC, la apropiación de herramientas tecnológicas para la creación de narrativas multimedia y multilinguaje además de la divulgación de información, el dominio de teóricas comunicativas para acercamiento a las audiencias digitales y la aparición de nuevos perfiles y roles comunicativos que amplían las oportunidades laborales al profesional.

PALABRAS CLAVE

El rol del comunicador social digital, convergencias, Ecosistemas digitales, contenidos mediáticos, cibermedios, transmedia.

ABSTRACT

The role of the social communicator is transformed as the media and audiences are impacted by the constant and accelerated evolution of technology...This means that there is a concern for the development of competencies, skills, technical and theoretical knowledge that the professional must have in their work from the digital age. A systematic analysis of literature was then proposed based on a single objective; to identify the transformation of the role of the social communicator in the digital age, with the emphasis on the documentary review of academic sources since the 2000s, in this way, there was a selection of 60 sources in order to solve the question from the following categories: the transformation of the media and the role of the current social communicator in the digital age. The foregoing allowed to demonstrate the fundamental importance of the academy, training communicators with management skills in ICTs, the appropriation of technological tools for the creation of multimedia and multilanguage narratives in addition to the dissemination of information, the mastery of communicative theories to approach the digital audiences and the appearance of new profiles and communicative roles that expand job opportunities for professionals.

KEYWORDS

The role of the digital social communicator, convergences, digital ecosystems, media contact, cybermedia, transmedia storytelling.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	5
PALABRAS CLAVE.....	5
ABSTRACT	6
KEYWORDS	6
INTRODUCCIÓN	8
Contextualización.	8
Problemática.....	17
Justificación.....	19
METODOLOGÍA.....	23
Categorías de análisis.	24
Instrumentos utilizados.	25
RESULTADOS.....	28
Categoría 1: Transformaciones Tecnológicas en los medios.....	28
Categoría 2: El comunicador social actual en la era digital.	41
DISCUSIÓN	53
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	57
Recomendaciones.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
LISTA DE ANEXOS.....	75
Anexo A: Matriz de análisis de la categoría 1: Transformación de los medios	76
Anexo B: Matriz de análisis de la categoría 2: El rol del comunicador actual en la era digital	108

INTRODUCCIÓN

Con el desarrollo del presente trabajo se pretende dar respuesta a la pregunta de investigación planteada y cumplir con el objetivo propuesto. Para ello es importante conocer el entorno actual, plantear una problemática y conocer la forma en la que se va a desarrollar la investigación, como una guía para el cumplimiento de la estructura del trabajo.

Contextualización.

La comunicación en el siglo XX tuvo un fuerte impacto gracias al desarrollo de las tecnologías, se transformó la forma de comunicar y de interactuar, ya que, en siglos anteriores, se usaba la escritura y la oratoria como los únicos canales comunicativos, sin embargo, esto evolucionó cambiando el concepto comunicativo y ampliando los canales de comunicación que impacten a determinada población de manera masiva.

El desarrollo del siglo XX de las tecnologías del habla (telégrafo, telefonía, etc.) y de los medios de comunicación de masas (radio, periodismo, televisión, etc.) tuvo una influencia indiscutible en los procesos de interacción (intercambio, colonización cultural, dominación política, etc.) y globalización de las distintas comunidades humanas (Cassany, 2000, p. 1).

Dicho lo anterior, la evolución de la comunicación ha ampliado las capacidades de difundir no solo a uno, sino, a gran cantidad de receptores permitiendo así, que los mensajes sean divulgados de una manera más directa y masiva, educando a las audiencias según su contenido y tomando fracciones de los ámbitos culturales, sociales y políticos para construir una narrativa comunicativa de entretenimiento e identificación, sin embargo, los medios de comunicación *mass media* lograron tener una cobertura a nivel, local, regional, nacional y global.

La globalización se encuentra emergente en el desarrollo de las comunicaciones digitales marca grandes cambios en los procesos productivos y comunicacionales, transformando los procesos en los que se produce la información. Desde el siglo XXI la tecnología digital llegó a innovar desde los canales, la forma de intercambio, el lenguaje, los mensajes y la forma cultural de establecer comunidades físicas a virtuales.

En lo pragmático, el soporte digital favorece la creación de *comunidades o tribus virtuales*, de personas que comparten rasgos particulares y que conectan, interactúan y se desarrollan como grupo a través del entorno digital. En el mundo presencial analógico, las comunidades suelen coincidir con límites político-administrativos (ciudad, provincia, nación o estado) y lingüísticos (idioma, dialecto) - conformando las conocidas *comunidades del habla* - [...] lo cual destaca su carácter *monocultural* (Cassany, 2000, p. 1).

La revolución digital ha llegado a transformar en los diferentes sectores que impactan el desarrollo tanto económico como social y el oficio del comunicador social ha sido uno de los más afectados, ya que gracias a las nuevas tecnologías, los modelos tradicionales como el de emisor y receptor se han convertido en complejidades más amplias donde la sociedad pasa a ser consumidores de información y creadores de contenido sin necesidad de ser expertos en la materia, es por esto, que este proyecto analiza el entorno para saber qué se tiene, cuál es la situación actual del comunicador en los nuevos medios y qué se puede esperar a futuro del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. En un ensayo publicado por Martín Barbero en el año 2004 evalúa los oficios del comunicador social a la luz de entender cómo las nuevas dinámicas transforman el oficio comunicativo.

Consolidada en los últimos años la propuesta de un comunicador productor de comunicación, a lo que ahora nos enfrentamos es a la neutralización de su perfil social y de su carácter de servicio público. El debate teoría/práctica ha dejado de ser la lucha entre teoricismo y pragmatismo y se desplaza hoy hacia otro terreno: el de la hegemonía teórica del saber tecnológico (Martin, 2004, p. 10).

Es decir, ahora los comunicadores deben pensar en nuevos escenarios comunicativos de fácil acceso, interactivos y convergentes. Los nuevos medios y los ya tradicionales han

creado una dicotomía donde los retos están en informar y entretener pero involucrando otras plataformas con dinámicas menos análogas, desde esta perspectiva se hace fundamental resaltar que esta investigación busca precisamente eso, replantear y confrontar el quehacer profesional del comunicador social en la era digital, de todo lo anterior surge la necesidad de replantearse el papel que cumple el profesional inserto en un entorno de redes de comunicación tecnológico, frente a audiencias que dejaron de ser pasivas para convertirse en productoras de información, comunicación y contenidos, teniendo en cuenta la influencia de los flujos de comunicación, el contexto específico a nivel global y las formas en las que hoy se consolidan los profesionales en comunicación.

Los modelos tradicionales de información han sufrido una fuerte transformación, en primer lugar, porque la etapa digital establece nuevos modelos de producción, esto marca un cambio que hace necesario el uso de herramientas tecnológicas, repercutiendo en la tarea del profesional en comunicación abriendo un amplio abanico de posibilidades al cambio fruto de la adaptación de dichas tecnologías.

El comunicador social y sus audiencias tienen la posibilidad de ser emisor y receptor, pero, hoy no es importante otorgarle un papel a cada uno, porque las audiencias se han diversificado, y ahora disponemos de una multiplicidad de emisores y receptores por lo tanto de una variedad de mensajes y canales, lo que ha generado una redefinición de las prácticas y una reestructuración de las rutinas para el trabajo profesional, “Se necesita un comunicador que apunte hacia la desaparición de las barreras geográficas, la disolución de los espacios y los lugares fijos, que entienda las nuevas formas de vinculación hiper-espacial y el aumento de la simultaneidad informativa” (Zambrano, 2006, p. 6).

Aunque esa transformación amplió los modelos de comunicación, nunca se debe dejar el propósito de mediar la información, educar y entretener en los nuevos medios tecnológicos.

Los nuevos medios y los ya tradicionales entienden esto que el rol del comunicador social en la era digital debe continuar con los propósitos mediáticos de informar, educar y entretener, pero

incorporando espacios en los que se involucren a las audiencias en el proceso de creación y difusión de la información (Martín, 2004, p. 18).

Lo anterior se puede complementar con el comunicador de hoy, además de talento, innovación y creatividad, requiere dos cualidades básicas: la especialización en el medio, sus lenguajes, contexto y mecanismos de actuación; y el manejo de las nuevas tecnologías (Lara & Vera, 2003, p. 8).

Los autores precedentes indican que se debe fortalecer en el rol del comunicador social una cualidad importante, la de competir con la inmediatez que los medios digitales, el desarrollo de un estilo y una credibilidad propia en la que logra converger el paso de la comunicación análoga a la digital. Este proceso se encuentra en la etapa de aceleración lo que ha permitido que cada vez se generen nuevas prácticas de consumo y sea más evidente la configuración de nuevos escenarios en los que los medios de comunicación tradicional como la prensa, la radio y la televisión son sustituidos por la interacción que permite la internet con nuevos canales electrónicos como las redes sociales, los blogs, las páginas web y los dispositivos electrónicos.

La comunicación ha pasado por varias fases para llegar a ser totalmente tecnológica y digital. Primero la informática que trataba automáticamente la información y segundo la internet que se ha extendido y, de cierta manera ha impuesto, un formato por el que nos podemos comunicar de manera aún más rápida y cómoda (Rosales, 2012, p. 18).

Esto ha significado para el trabajo del comunicador social una innovación en su quehacer profesional, exigiendo una mayor cualificación para el desempeño de su labor, impactando las estructuras de ocupación tradicional, hoy su trabajo está basado en adaptarse a los nuevos formatos y a las tecnologías, cambiando su forma de producir información haciendo inevitable que el rol en la era digital cambie.

La historia de la producción y distribución de los canales de comunicación, ha estado siempre ligada a las transformaciones tecnológicas, los medios de comunicación tradicionales otorgaron a las nuevas tecnologías un papel revolucionario por lo que fueron el canal a través

del cual se hacía la difusión de la información, medios como la televisión transformaron la naturaleza de la interacción social provocando el surgimiento de escenarios comunicativos en el que se involucran los flujos de información y la diversidad mediática para el progreso social y cultural.

El panorama de los medios es diverso, por tanto, el escenario de la comunicación es amplio y los medios tradicionales abarcan gran parte el objeto de su estudio, ciertamente la evolución de la comunicación es gracias al interés de la humanidad por encontrar nuevas formas de interactuar.

Durante el auge de los medios tradicionales la información era difundida mediante diferentes formatos, pero con la incapacidad de transformarse en transmedia es decir empleando diversos relatos, en varios canales complementándose y brindando la posibilidad de no centrarse en el mero intercambio informativo. (Couldry, 2018. p. 17).

Con los avances tecnológicos logrados durante los últimos 30 años se ha ampliado la capacidad del ser humano para comunicarse, en efecto las audiencias ya no se limitan solo a ser espectadores de la información, sino que ahora cuentan con herramientas para la creación y difusión de su propio contenido. Desde los años 90 cuando los medios tradicionales monopolizaban la creación y diseño de la cobertura informativa y la pluralidad de canales era aún distante, ya se deslumbraban los cambios revolucionarios que se implementarían finalizando los años 90 años para dar paso a un consumidor que ya no era objeto de los medios si no un sujeto capaz de comprender el cambio de la información antes asociada exclusivamente con la transmisión de mensajes, hoy es más importante el sentido del quehacer comunicacional, el receptor se considera más pensante y no solo una persona que recibe y acepta la información.

El siglo XXI está marcado por sujetos activos que convergen entre distintos canales de comunicación, “el nuevo modelo vigente es el sujeto móvil e itinerante de la nueva aldea globalizada” (Vizer, 2011, p.82), el ecosistema comunicativo está siendo reconfigurado por los nuevos y los antiguos medios de comunicación esta situación crea una interrelación entre las

nuevas tecnologías y los cambios sociales. “La nueva interdependencia electrónica vuelve a crear el mundo a imagen de una aldea global” (McLuhan, 1985 p. 45).

La identidad personal ha dejado de ser un componente para la conformación de un sujeto dentro de la cultura, la migración de la interacción cotidiana ha espacios virtuales articulan un comportamiento más instantáneo por ende la identidad virtual toma gran relevancia, con la conformación de nuevos medios de intercomunicación también se abre paso a los cambios en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Lo que McLuhan llama la aldea global se refiere al cambio entre la proximidad física a la proximidad eléctrica, con esto hablamos del cambio que se manifiesta en la posibilidad de acceder a múltiples canales de información, la instauración de la inmediatez y la relación directa entre el internet y la comunicación.

Esto refleja los grandes cambios comunicativos que se han presentado, si bien es un espacio que ha ampliado la capacidad de relacionarse, también ha creado nuevos campos de comunicación, que se convierten en un gran desnivel para la configuración de la información al permitirse poder ocultar o tergiversar. La identidad, la imagen y aspectos relevantes para la conformación de la comunicación.

El comunicador social ha estado siempre inmerso en un espacio sociolaboral en el que interactúa constantemente con nuevos medios de trabajo, producto del desarrollo de las telecomunicaciones y la introducción de tecnologías que modifican sustancialmente su modo de actuar en el campo de acción. “La profesión del comunicador social de acuerdo con la aparición de cada medio ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada uno impone” (Bencomo, 2005, p. 4).

Desde finales del siglo XX las fuertes transformaciones socioculturales asociadas a la información y los nuevos lenguajes centran la atención en la formación del comunicador social. “[...] para el caso colombiano o de cualquier país Latinoamericano, resulta apenas obvia la demanda de una formación con buen conocimiento de su historia y los elementos centrales en la construcción de su modernidad” (López, 1997, p.8).

La evolución del trabajo del comunicador social se ha hecho más evidente con la introducción de nuevos espacios productivos, las innovaciones tecnológicas han tenido repercusiones sociales que se han hecho presentes en las políticas nacionales de comunicación y el crecimiento de la comunicación alternativa “[...] la academia como los medios de comunicación y quienes lo orientan, podrían jugar un importante papel en la construcción del papel del comunicador” (López, 1997, p. 6).

En escenarios más contemporáneos no solo quienes trabajan en los medios son comunicadores, aquellos que sirviéndose de su conocimiento en herramientas novedosas de comunicación y conocen los recursos propios para desempeñar esta labor que pueden contribuir a la construcción de una comunicación, sin embargo, mirando las prácticas sociales podemos decir que el desarrollo de la profesión de comunicación social ya no está ligado solo a lo mediático sino a un resultado de las prácticas sociales.

La comunicación ha dejado de ser un dato más para ubicarse en la centralidad de la cultura, pero también de la economía, de la construcción social en general; los llamados comunicadores sociales están necesariamente convocados a participar de la vida social como técnicos, como profesionales y como científicos sociales (Uranga, 1999, p. 13).

La era digital, tiene gran potencial en la actualidad por su más importante medio de transmisión de información, la internet, “se trata de una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos. No es otra cosa. Sin embargo, esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social” (Castells, 2000, p.1).

La internet se considera el nuevo medio de comunicación social, un fenómeno que impacta en la sociedad desde ámbitos, culturales, sociales, económicos y políticos pues modifica la forma en que vivimos “Internet es ya y será aún más el medio de comunicación y de relación esencial sobre el que se basa una nueva forma de sociedad que ya vivimos, que es lo que yo llamo la sociedad red.” (Castells, 2000, p.1).

La sociedad virtual adapta su comportamiento en internet, creando relaciones, comunidades e individuos virtuales, cambiando sus actividades físicas por la virtualidad.

En la medida en que se desarrollan en nuestras sociedades proyectos individuales, proyectos de dar sentido a la vida a partir de lo que yo soy y quiero ser, Internet permite esa conexión saltando por encima de los límites físicos de lo cotidiano, tanto en el lugar de residencia como en el lugar de trabajo y genera, por tanto, redes de afinidades. (Castells, 2000, p.11).

La revolución digital representa la diversificación y las nuevas formas de comunicar, su propia naturaleza consiste en producir herramientas que permitan la evolución social, esto es determinante para catalogar las distintas épocas de la web en la internet. En la actualidad la web 2.0 se caracteriza por la enorme cantidad de información y el acceso instantáneo a ella, el alto consumo de nuevas plataformas y la importancia social de las conexiones digitales.

Sin embargo, varios autores insisten en que estas nuevas formas de informar y comunicar dañan la buena difusión que se tenía con los medios tradicionales por la cantidad de datos a los que se tiene acceso “la automatización informática facilita nuestras vidas, aligera nuestras faenas. Con frecuencia, somos capaces de hacer más en menos tiempo, o de hacer cosas que sencillamente no podíamos hacer antes. Pero la automatización tiene también efectos más profundos y ocultos” (Carr, 2014, p. 14).

Pero para entender la comunicación actual es indispensable el uso de la web 2.0, donde las redes sociales se convierten en el medio más importante de comunicación, son interactivas y los conceptos de emisor y receptor pasan a ser otros. La comunicación es más visual, no la vemos como solo un medio, sino como un canal directo para que seamos nosotros quienes nos comuniquemos.

Un nuevo grado de autoría al construir compromisos con recursos y con otros usuarios de la Red, de forma que es fácil formar e interactuar con redes sociales y tecnológicas. Se trata de algo inherentemente social, por lo que los usuarios son centrales tanto en el contenido como en la forma de estos materiales y recursos (Yus, 2011, p. 160).

Investigaciones relacionadas con la evolución de la comunicación en Latinoamérica, dividen su historia desde los años ochenta donde su enfoque principal eran los cambios sociales y, por otro lado, actualmente se dirige al ámbito tecnológico, sin embargo, en ambos puntos de vista siempre serán relacionados, pues según Scolari (2008), menciona que la tecnología, la cultura y lo social siempre van de la mano y que el campo tecnológico va más allá de lo instrumental.

Son más que meros instrumentos o máquinas. La tecnología y la tecno cultura incluyen todos los significados y sistemas que ofrecen y permiten las máquinas y artefactos digitales que circulen en la cultura. En este sentido amplio, por tanto, investigar las posiciones teóricas significa considerar al que habla y con qué fines lo hace (Caldwell, 2000 p. 4).

Scolari (2008), cuestiona la manera de determinar los nuevos medios de comunicación, aclarando que en la actualidad se considera “nuevo” al medio web, sin embargo, en unos años aparecerán otros medios que reemplazan los que existen actualmente, por lo tanto, las tecnologías de la comunicación están en constante transformación, por lo que es difícil denominarlas por algún concepto que se acerque a sus cambios. “De esta manera la *new thing* podría ser la aparición de una transmedialidad que atraviesa y combina los viejos lenguajes y medios” (Scolari, 2008, p. 73).

Según Fresno (2012), uno de los modelos que representa la actualidad de la comunicación, es el modelo interpersonal colectiva en tiempos de internet, donde se reúnen los componentes de la massmedia y la social media, pues su relación es bidireccional ya que los medios masivos brindan la información que por la internet es divulgada, es la fuente de los micromedios conocidos como pequeños espacios donde se condensa la información (blogs, foros, agregadores de opiniones e información, etc.), mientras las receptores reciben información de diferentes canales para su retroalimentación.

Sin embargo, el autor hace referencia a que actualmente no se referencia un modelo que realmente identifique la comunicación a partir de la internet: “No existe un modelo multipropósito ni que pueda dar una respuesta analítica, heurística o epistemológica de manera definitiva puesto que la comunicación colectiva es un proceso abstracto, dinámico y

abierto.” (Fresno, 2012). Lo que deja una incógnita sobre la simplificación del fenómeno actual, puesto que aún no se determina una práctica comunicativa y su evolución constante.

Marín, (2006) menciona que, los nuevos modelos de comunicación serán individualizados, interactivos, más flexibles y participativos, gracias a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), debido a que han convertido a la sociedad como “la sociedad de la información”, ya que el uso intensivo de equipos electrónicos que permiten la búsqueda de información en la internet como, las páginas web, los blog, las redes sociales y demás, unifican y personalizan la información según el interés del individuo.

Debemos ir hacia un nuevo modelo de la comunicación que tenga presente características tan diferentes como: 1. La sobreabundancia de información, que conlleva importancia del contenido y potencia ilimitada; 2. La frecuente existencia de muchos emisores diferentes, pero de uno a uno (Webs, Blogs, Wikis, etc.); 3. La mayor confusión entre emisor o receptor, con usuarios en entornos conectivos, no receptores; 4. Lo intentos de vuelta a la conversación, con instantaneidad y sin costes, más allá de la lejanía, considerando que el futuro es el mensaje (SMS); 5. La realidad de la comunicación no es secuencial (hipertexto) (Marín, 2006, p. 29)

Actualmente, el intercambio de información masivo, donde el emisor y el receptor puede ser un mismo individuo, la existencia de diversos canales, la velocidad de respuesta y búsqueda de la información cuestiona los modelos tradicionales generando inquietud sobre un modelo actual que entienda las dinámicas de la sociedad de la información, la sociedad de la red.

Problemática.

Es claro en la investigación y el análisis de documentos que conforman este estudio, la influencia de la evolución de la comunicación con sus medios, los modelos y sus formas con la proliferación de la era digital, transformando los diferentes escenarios en el campo de trabajo del comunicador social, las herramientas de construcción de la información, la estructura de lo que se conoce como emisor y receptor, las formas de consumo y las dinámicas del mercado. Sin embargo, los trabajos que hablan puntualmente de cuáles son los campos de acción, innovación y el modelo a seguir del oficio no responden completamente la forma de

entender los cambios sociales y culturales que trae la tecnología, las ventajas que trae la comunicación digital enfoques, necesarios para crear perfiles competitivos en el mercado laboral y social.

De igual manera, se observa que la academia no se ha adaptado eficazmente ante los constantes cambios culturales y sociales que han venido sucediendo con el crecimiento de la digitalización de los medios, los métodos de enseñanza que comúnmente aplican son antiguos modelos y teorías que no pueden ser enfocadas en su totalidad con el contexto actual.

Mientras tanto, indiferentes a ese hecho, en la academia seguimos insistiendo en la necesidad de formar periodistas fundamentalmente “analógicos”. Tal omisión además viene acompañada de una costosa factura en materia de oportunidades de desarrollo profesional, la cual desafortunadamente tendrán que pagar muchos de nuestros egresados (Islas, 2004, p.7).

Durante los últimos años la apertura informativa desplegada por el desarrollo de la internet ha hecho que el trabajo del comunicador social no sea representado por profesionales en este campo, la brecha digital no solo se ha hecho presente en la vida mediática, sino que se ha extendido a las instituciones educativas, marcando la importancia de generar espacios que dispongan de herramientas que respondan a las expectativas del mercado profesional. Generando que aquellas que no dispongan de los recursos suficientes eduquen profesionales poco capacitados para los cambios evidentes y poco irreversibles.

La revolución digital llegó a transformar los diferentes sectores (económicos, políticos, sociales, educativos y culturales) y desde las instituciones se debe tener la capacidad de interpretar correctamente y construir profesionales competentes en los campos de acción. Desde los años 2000 se viene gestando un escenario mundial de comunicaciones digitales, tratar de entender el fenómeno comunicativo que ha surgido por las diversas nuevas tecnologías ha diluido aún más el conocer el objeto del deber ser del comunicador y la disensión entre cuales son las prioridades de este oficio.

Existe una problemática que necesita ser planteada para poder hacer frente a los desafíos impuestos por las nuevas tecnologías de la comunicación y es el rol del comunicador

social, “No debemos soslayar el hecho de que la formación de comunicólogos capaces de desarrollar sus conocimientos y habilidades en el horizonte de las industrias digitales, hoy impone la necesidad de realizar considerables inversiones” (Islas, 2004, p. 19), es necesario analizar las transformaciones que se han incorporado con las nuevas tecnologías y entender de qué forma se deben aplicar en la formación profesional para apreciarlas a un cambio que es inminente.

Surge entonces una duda que pretende esclarecer un elemento de fondo y es cómo las nuevas tecnologías modifican las prácticas comunicativas y por ende cuál es debe ser el comunicador social del hoy y su rol en cada proceso. La problemática es muy amplia porque el contexto de los medios de comunicación también lo es, si bien las nuevas tecnologías abren grandes posibilidades para el crecimiento de este campo, de igual manera, se requiere de estudios que entiendan cuales van a hacer los cambio en materia de factores comunicativos, mensajes y canales para así poder apropiarse técnicamente al trabajo diario.

Justificación.

El campo de estudio de la comunicación es una de las ramas de las ciencias sociales más tardías en desarrollarse este es un aspecto que amerita abordar de manera general cuáles han sido los elementos centrales en la construcción de los procesos comunicativos y las posturas que se han adoptado para sentar las bases de su desarrollo y entender desde la el papel del comunicador social en la generación de conocimiento científico, es pertinente hacer este análisis para desde el campo de la comunicación ubicarse en la situación actual, además de conocer desde la carrera universitaria los avances teóricos y las competencias necesarias dentro del campo profesional.

La irrupción de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ha impuesto cambios en los habituales esquemas interpretativos de la Comunicación, así como en la formación de los nuevos profesionales que integran este sector (Pérez,2012, p.2).

El entorno digital actual exige un comunicador social capacitado para crear y estructurar nuevos formatos para las audiencias y la sociedad de hoy, por eso es crucial hacer un registro riguroso de las tendencias de comunicación que logran establecer las competencias de los profesionales frente al uso de las tecnologías y los nuevos hábitos de consumo, de información, modelos narrativos, en general la diversificación de los modelos mediáticos.

El desarrollo de este análisis es importante para reunir los nuevos métodos de comunicación entre el medio y el consumidor y establecer las vertientes que definen el ejercicio del comunicador social. Este profesional de la era digital requiere saber de los nuevos lenguajes, los nuevos canales, la diversidad del público, sus enfoques digitales, lo cual demanda de una investigación en la que pueda dar cuenta del contexto y las transformaciones del campo social. Con este trabajo se pretende dar un panorama general de la situación y unas posibles formas de enfrentar los retos que las comunicaciones digitales traen para su papel en la sociedad, contribuye al trabajo del comunicador social un croquis actual de la influencia de la era digital especialmente de las redes sociales para su trabajo.

La información planteada a lo largo del texto responde a una problemática clara y es la de conocer y comprender cómo los nuevos canales de comunicación transforman el rol del comunicador social, las modificaciones en el panorama actual hacen que los constantes cambios tecnológicos se presentan como puntos que deben ser resueltos para replantear y dar a conocer a los profesionales en comunicación los nuevos procesos que deben involucrar para trabajar con un consumidor capaz de producir su propia información, este fenómeno se pretende resolver aquí con la construcción de propuestas claras que no generen brechas digitales.

Los procesos de adaptación tecnológica son amplios y diversos por eso es necesario realizar esta indagación, con el fin, de que el mismo contexto hable sobre cómo la academia debe preocuparse por formar profesionales que sin importar el campo, conozcan sus capacidades y la amplitud de los ámbitos comunicacionales en la era digital, y así se interesen

por entender lo que esta investigación pretende, con el objetivo de brindarle diferentes técnicas que le aporten en su vida laboral y profesional.

Es importante entender las preocupaciones que los actuales comunicadores sociales presentan, primero, la limitada oferta de trabajo en Colombia sobre el campo de la comunicación, que, según el observatorio laboral con datos del 2009, la tasa de vinculación laboral está por debajo del promedio esperado teniendo en cuenta el total de graduados. (Salazar & Sepúlveda, 2011, p.15). Segundo, la modificación de los modelos comunicativos y el comportamiento de las audiencias por la evolución tecnológica, tercero, conocer ¿cuáles son las aptitudes que debe desempeñar su rol comunicativo? Por esta razón es necesario conocer en la investigación, conceptos que reúnan y cualifiquen, la era digital y su impacto en la comunicación, además de abarcar las diversas competencias que debe desarrollar el profesional.

Las exigencias de la comunicación hacen pertinente indagar sobre los escenarios que la tecnología de la información ha traído para los habituales esquemas dentro del oficio del comunicador social, lo que se pretende es navegar dentro de cada nueva tecnología para brindar un acercamiento a las transformaciones en la forma en cómo se crea el contenido y sobre todo cómo se transmite. Busca manifestar el saber hacer del comunicador en la era digital integrando los conocimientos. Las aptitudes y los retos necesarios para cumplir con la demanda social que este trabajo requiere.

La comunicación social es un campo de estudio tan amplio e importante que de su investigación siempre surgen elementos relevantes para el desarrollo del área y del profesional, es de gran importancia el análisis de los constantes cambios que se presentan, porque de este se desprenden nuevos valores que deben ser estudiados con el fin de brindar nueva información que sea óptima para el desempeño de los canales de comunicación.

Esta investigación es oportuna para promover el actuar constante del comunicador y ofrecer a las escuelas de formación profesional un trabajo investigativo que dé cuenta de las necesidades profesionales actuales e indaga sobre las competencias y los escenarios a los que

se expone el comunicador social actual, con el fin de que el campo y las escuelas en comunicación social reflexionen sobre los nuevos campos de aprendizaje y pueda asumir un proceso de apropiación de las nuevas tecnologías dentro de la formación de un profesional con pensamiento más estratégico, con capacidad de reacción a un entorno abierto a la transformación y consciente de cuál es su rol como comunicador social, dentro la de la línea de investigación TIC y Desarrollo, este análisis pretende ser una referencia que aporte al análisis de la formación de las competencias profesionales en este campo y evidenciar las grandes transformaciones que trae para el comunicador social el conocimiento de estas competencias.

METODOLOGÍA

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo: *Identificar la transformación del rol del comunicador social en la era digital*. Para cumplir ese objetivo se propuso un análisis sistemático, que consistió en la recopilación de información con el fin de identificar y evaluar varios estudios, aplicando un enfoque cualitativo, descriptivo con la intención de tener un acercamiento con el tema de estudio y que sus resultados sean de gran utilidad a la academia desde una investigación más rigurosa.

La Universidad Cooperativa de Colombia ha determinado según lo expuesto en el artículo II del acuerdo No. 219, del 27 de octubre del 2014, el análisis sistemático como una de las modalidades de trabajo de grado al contribuir al ejercicio integral de la comunicación social y el desarrollo económico, social y cultural aplicando las competencia y conocimientos adquiridos durante el proceso profesional.

Por esta razón se apoyó de las siguientes técnicas: directa y analítica. La técnica directa es una metodología que permite la recolección de datos, a partir de contenido científico (artículos científicos, revistas, libros, bases de datos) sin tener la necesidad de intervenir o transformar el estado natural del objeto tratado, al contrario, suministra información valiosa que aporta a la misma. La técnica analítica aporta en la investigación a fin de que se pueda comprender su esencia, es por esto por lo que es necesaria la descomposición de variables de la pregunta problema y clasificarlas en categorías para profundizar en los temas y obtener una visión más amplia del tema. La revisión sistemática “exige un método riguroso y explícito para la identificación, evaluación crítica y síntesis de la evidencia obtenida” (Beltrán, 2005, p. 61).

La recolección de la información se hizo con el apoyo de la Biblioteca de la Universidad Cooperativa de Colombia, compuesta por el repositorio Universitario de trabajos de Grado, las Bases de Datos de Ciencias Sociales y Humanas, Google Académico, entre otras. Atendiendo a

las necesidades del trabajo se determinó la búsqueda desde los años 2000 hasta la actualidad lo anterior, conlleva a resaltar dentro del diseño de la investigación unas categorías como referentes que de forma concisa dan respuesta al planteamiento del presente trabajo.

Se establecieron criterios de estudio, a fin de dar respuesta a la pregunta de investigación planteada. En principio con la búsqueda exhaustiva de los documentos, esta información se halló siguiendo los siguientes parámetros y lineamientos de búsqueda: Comunicación Digital, El rol del Comunicador Social en la Era Digital, la evolución del comunicador social, el comunicador social y las TICs, Comunicación digital: Perfil del comunicador social, mediación y redes, entre otras, con el propósito de analizar su crecimiento desde los años 2000 y su repercusión en el trabajo de la comunicación en la actualidad, para determinar de manera puntual la identificación las categorías.

Categorías de análisis.

Se propuso entonces, dos categorías específicas que guiarán el análisis de los documentos seleccionados, con el fin dar cumplimiento al objetivo establecido, la primera categoría es: Transformaciones Tecnológicas en los medios y el rol del comunicador social del hoy.

Transformaciones Tecnológicas en los medios.

El entorno de la comunicación digital ha producido cambios relevantes en el campo de la comunicación social, la aparición de las nuevas tecnologías configura nuevas formas de construcción de los mensajes, nuevas posibilidades de relación entre los medios y los usuarios otorgándole la posibilidad de acceder a nuevos modos de conocer y aproximarse a la realidad.

Durante la última década la comunicación ha adaptado nuevas técnicas de información lo que ha llevado a protagonizar una dimensión comunicativa diferente, estas transformaciones tecnológicas van desde la producción hasta la distribución de la información y han contribuido en el mejoramiento continuo de los sistemas de información.

El rol del comunicador social actual en la era digital.

El entorno digital representa un reto para la comunicación, y el papel del comunicador social se concibe como un desafío que demanda entendimiento y dominio de las nuevas tecnologías, el trabajo de comunicar se ha convertido durante las últimas dos décadas en una mezcla de cambios, por un lado, con la aparición del internet se percibe un nuevo rol profesional caracterizado por el intercambio automático de información que involucra la participación de las audiencias y por el otro exige fundamentos sólidos para cumplir con el objetivo de brindar información bidireccional, con contenido más audiovisual dominando los nuevos formatos.

Instrumentos utilizados.

Las herramientas que se implementaron para haber cumplido con el objetivo de esta investigación fueron, la bitácora como búsqueda de documentos y la matriz de análisis como matriz de análisis documental.

Bitácora de búsqueda.

La bitácora para la recolección y organización de la información se emplea de manera macro para el registro de las fuentes, dará cuenta de la relevancia, el aporte de los textos expuestos en el documento y los criterios de búsqueda, que acompañados de tesauros simplificarán la pesquisa de información importante tales como sinónimos y expresar con otros componentes una idea con base a las necesidades de encontrar la forma oportuna de la información.

Tabla A Formato bitácora búsqueda

No. De Búsqueda	Fecha	Buscador / Base de datos	Parámetros de búsqueda (Palabra clave + operadores)	Filtros	No. Hallazgos	Hallazgo	Referencia APA	Tipo de Publicación	Citación APA	URL	Observaciones
1											
2											
3											

Fuente. Elaboración propia

Matriz de análisis.

Además, se empleó una matriz de análisis, con la intención de desarrollar el proceso de análisis sistemático con las fuentes documentales ya establecidas, se procedió con la identificación de las dos categorías de referencia: transformaciones tecnológicas en los medios y el rol del comunicador social del hoy, para realizar la revisión documental.

Tabla B Formato matriz de análisis – categoría 1

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
--------	----------------------------	----	-------------------	-----	------

	XXX		XXX		
	XXX		XXX		
	XXX		XXX		

Fuente. Elaboración propia

Tabla C Formato matriz de análisis - categoría 2

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	XXX		XXX		
	XXX		XXX		
	XXX		XXX		

Fuente. Elaboración propia

RESULTADOS

En este capítulo se muestran los hallazgos y análisis que se realizaron por cada categoría dando como resultado un producto de la revisión sistemática de literatura. Primero, desde cada categoría se presenta la matriz de análisis y posteriormente se analiza sus búsquedas correspondientes.

Descripción de cada categoría.

A continuación, los primeros resultados obtenidos de las búsquedas de documentos reposados en la bitácora de búsqueda con relación a los temas de interés que corresponden a las categorías propuestas y resuelven la problemática planteada.

Categoría 1: Transformaciones Tecnológicas en los medios.

Los hallazgos referentes a la categoría de transformaciones tecnológicas en los medios se encuentran en el anexo A con relación a la matriz de análisis de las búsquedas y selección de fuentes obtenidas en la bitácora de búsqueda.

Después de haber registrado los hallazgos respectivos a la categoría Transformaciones Tecnológicas en los medios en cada uno de los documentos revisados, se procedió a un análisis de las fuentes extraídas en la matriz de análisis, dejando como resultado conceptos que aportan a la investigación.

El entorno de la comunicación digital ha producido cambios relevantes en el campo de la comunicación social, la aparición de las nuevas tecnologías configura nuevas formas de

construcción de los mensajes, nuevas posibilidades de relación entre los medios y los usuarios otorgándole la posibilidad de acceder a nuevos modos de conocer y aproximarse a la realidad. Durante la última década la comunicación ha adaptado nuevas técnicas de información lo que ha llevado a protagonizar una dimensión comunicativa diferente, estas transformaciones tecnológicas van desde la producción hasta la distribución de la información y han contribuido en el mejoramiento continuo de los sistemas de información.

Autores como Salaverría (2010) plantean que las tecnologías digitales configuran el paisaje de la comunicación, las tecnologías de la información se han convertido en un elemento de desarrollo, al brindar sistemas digitales entre ellos internet que promueven la implementación y uso creativo de las Tic. Barrios (2014) coincide en que hoy las TIC y su convergencia requieren ser comprendidas como un proceso que propicia nuevas formas de comprender y configurar la comunicación. El paso de lo analógico a lo digital ha cambiado no solo la forma en que se crean los mensajes sino la forma en que la gente piensa. Los usuarios están preparados para generar incluso sus propios contenidos. Fresno (2012) habla de la revolución tecnológica de los medios como el resultado de la irrupción de internet en la transmisión de los contenidos mediáticos que hoy supone una reorganización radical de las prácticas comunicativas.

Durante las últimas décadas, el oficio del comunicador social se ha visto afectado por los cambios que la era digital genera en su trabajo la creación y proliferación de plataformas y medios de comunicación alternativos crean un entorno diverso en el que los profesionales comparten el ecosistema comunicativo con las redes sociales y creadores de contenido multimediático, todos conviven intentando alcanzar la atención del receptor. Barreto & Castillo (2020) señalan que hoy en día la comunicación es un campo de acción diseñado para los comunicadores y para aquellos que han sabido adaptarse a nuevos entornos con la capacidad de compartir la misma información por distintos canales, lo que hace necesario una elaboración más consciente de la información y de un comunicador con un perfil competitivo que forja herramientas para mejorar su desempeño.

La formación de comunicadores transmedia para el público de la generación digital exige que el profesional desarrolle habilidades de comunicación combinando los tres formatos, radio, televisión y prensa en uno solo, siendo capaz de generar contenidos hipertextuales y no lineales, pues el usuario no tiene tiempo ni interés de consumir ese tipo de productos. (Barrios y Zambrano, 2014, p.20).

El desarrollo de estas transformaciones plantea diferentes retos, más allá de la sustancial modificación de los procesos de producción es importante identificar las modalidades de consumo de los contenidos comunicativos que dan cuenta de todos los cambios presentes en la evolución tecnológica.

Convergencia de Contenidos.

La convergencia puede entenderse desde espacios muy diversos de la comunicación, el desarrollo tecnológico permite la integración de sistemas y aplicaciones digitales en un solo canal. En lo que se refiere a los contenidos se manifiesta una mezcla de los distintos lenguajes comunicativos, los contenidos son independientes del tipo de plataforma por el que se transmite, lo que permite que pueda ser compartido a través de diferentes canales que dan como resultado un nuevo lenguaje, el de la multimedialidad.

La multimedialidad, entendida como la combinación en un mensaje de al menos dos códigos lingüísticos textuales, visuales y sonoros, no es exclusiva de los cibermedios (Salaverría, 2005, p. 40). Esta nueva modalidad comunicativa ya venía deslumbrando mucho antes de la aparición de internet particularmente en la prensa y la televisión con el uso de imágenes y texto. Sin embargo, en este nuevo entorno digital la distribución de contenidos es mucho más amplia que la oferta en la televisión análoga, dado que con la convergencia es posible integrar contenidos de todo tipo, generando que hoy se hable de términos como la cross-media que consiste en la explotación de los mismos contenidos en distintas plataformas, pero la convergencia va mucho más allá de transmitir de manera conjunta.

Si en la etapa analógica, cada medio y cada soporte se centraba en unos contenidos específicos con sus correspondientes lenguajes, ahora la convergencia propicia los intercambios y combinaciones de los contenidos de unos medios con otros. (García, 2009, p.108).

La era de la digitalización facilita e intensifica dichos procesos convergencia con el desarrollo de las nuevas tecnologías se genera la apropiación de contenidos y con esto empiezan a generarse nuevas formas de consumo, desde este punto de vista la efervescencia digital se debe entender como la integración de herramientas, espacios y lenguajes y de los medios como el canal a través del cual es posible que se presente la unificación de varias tecnologías

Algunos autores señalan que estas tecnologías, posibilitan la narración multimedia interactiva a través de múltiples tipos de contenido. Estas narraciones multimedia pueden compartirse y distribuirse fácilmente en distintas plataformas, con el objetivo de llegar a un público u otro. (Drula, 2015; Suárez,2016)

Los trabajos realizados por Drula (2015) y Suárez (2016) coinciden en determinar que el tipo de contenido que hoy los usuarios quieren consumir está determinado por la inmediatez y notoriedad del mensaje. Las audiencias han adoptado nuevos hábitos de consumo, lo que hoy llamamos “convergencia mediática” describe la relación usuario/consumidor, quien determina a través de qué medio social quiere acceder. Después de décadas en que el consumidor iba por la información, ahora es el medio quien tiene que ser capaz de estar donde se encuentre el receptor

Esta convergencia mediática se basa en una solución tecnológica que en la actualidad son los sistemas de control de contenidos que han logrado aprovechar la capacidad de los usuarios para generar contenido multimedial y evolucionar hacia un modelo caracterizado por la inmediatez, la personalización, la participación, la profundización y la narración no lineal (León y García Avilés, 2000, p. 54).

Este alto grado de multimedialidad, lo que pretende es cambiar el esquema de trabajo que había caracterizado el rol del comunicador hasta inicios del año 2000, la propia naturaleza

de la interactividad hace posible una comunicación asincrónica, es decir permite una interacción en momentos y espacios diferentes. Esto plantea una serie de retos asociados a la necesidad de ofrecer formas de interactuar y crear lazos con los medios se trata de implementar estrategias de captación. Medios y comunicadores deben pasar de los tradicionales contenidos monomedia a la producción de contenidos más dinámicos y multimediáticos.

Los cibermedios, término que acuñó las distintas formas de comunicación, que históricamente solo ha estado asociado a los medios tradicionales bajo una infraestructura asociada únicamente a la producción de mensajes, han pasado con la innovación tecnológica de los medios apropiarse y expandir las nuevas tecnologías. En este ámbito Hurtado, Ordóñez, Altamira y Ramón. (2017) concluyen que en el contexto de la transformación de los medios los cibermedios cumplen una función destacable por el proceso y generación de información, puesto que se la considera como un valor en la sociedad del conocimiento.

La convergencia de medios y la multimedialidad son conceptos que definen la unificación de procesos comunicativos, con la llegada de internet, la mayoría de medios tradicionales se han instalado en la plataforma, la oportunidad de hacer parte de un circuito de producción digital han reconfigurado el panorama mediático, desde esta perspectiva en la opinión de Salazar y Sepulveda (2011) el internet generó una apertura informativa que no arrastra por completo con el entorno analógico sino que se plantea una convergencia que genera un nuevo contexto de comunicaciones interpersonales y sociales.

Sin embargo (Said, 2014, p.14) contradice esta afirmación, al ver en la revolución tecnológica una falsa impresión de nuestro entorno “Las innovaciones tecnológicas no solo deconstruyen, sino que, a su vez, re-construyen las percepciones contemporáneas y, sobre todo, están desplazando gradualmente lo orgánico a favor de lo cibernético, y lo sim-bólico a favor de lo imaginario, produciendo una fragmentación del ser”.

Bajo estos aspectos de la convergencia mediática, la multimedialidad no puede reemplazar los conceptos básicos de la comunicación, la producción de mensajes multimedia

debe adaptarse a los intereses de los usuarios, pero sobre todo en función de la buena distribución de la información. Así Barrios (2016) plantea que el papel de los medios hoy es generar proyectos de comunicación con argumentos narrativos, en los que cada medio pueda generar mensajes particulares, que son reforzados por otro en el proceso de transmitir una información sólida y completa sin importar el tipo de plataforma donde se difunda.

Ahora existen diferentes plataformas según el tipo de necesidad del consumidor, por eso la importancia de la convergencia en la construcción de los procesos comunicativos, al permitir integrar todos los sistemas sonidos, imágenes y palabras, es posible entregar a las audiencias un paquete que comprende todos los medios y formas de uso en un solo complemento.

En cuanto a las audiencias y el desarrollo de estas tecnologías, Scolari (2013) e Islas (2010) coinciden en afirmar que gran parte del proceso de cambio y la proliferación de los medios se debe al manejo que los usuarios le han dado al internet y las plataformas digitales, hoy cualquier individuo con conexiones fijas es capaz de crear y publicar diferentes tipos de contenido incluso antes que los medios, sin sentirse sesgado como anteriormente era con los medios tradicionales, esto ha cambiado el flujo de la información.

Los “nativos digitales” han aprovechado la convergencia para hacer de los flujos un asunto más transmediático que tecnológico, es decir, han creado su propia forma de facilitar el circuito fluido de la información, valiéndose de las ventajas de internet para lograr el acceso a cualquier contenido revolucionando la comunicación. Al respecto Barrios (2014) considera que hoy no se puede hablar solo de usuarios, todos son actores creados de interacción en busca de visibilidad.

En general en este contexto de la Era digital se puede apreciar como la convergencia mediática ha propiciado el desarrollo de diferentes tecnologías entre las que resalta internet y con su crecimiento el desarrollo de nuevos medios como las redes sociales que fortalecen la manipulación, almacenamiento y distribución de la información y por ende de los contenidos,

hasta su llegada no era posible la difusión de mensajes masivos y la posibilidad de interactuar era limitada.

La convergencia ha abierto tantas posibilidades que los medios se convierten en plataformas en las que el usuario mismo genera propuestas para mejorar el diseño y estructura de la información al tiempo de brindan a los medios de comunicación la posibilidad de tener una idea sobre qué tipo de elementos diferenciadores debe tener para responder a las necesidades del entorno, con lo que se potencia la imaginación y la creatividad y se hace de las comunicaciones un componente aún más esencial para los individuos.

Dado a esto los usuarios requieren de altas dosis tecnológicas diversificando la reacción entre los medios de comunicación tradicionales y los medios del entorno digital, esas ansias de comunicación son a lo que se refiere Scolari (2013) cuando habla de las narrativas digitales.

Narrativas Digitales.

El concepto de Narrativa recoge una serie de elementos comunicativos, de gran importancia para el desarrollo de las teorías de comunicación, comprende las bases de la producción de los medios y define los conceptos claves de la información, con la digitalización este terreno cambio teniendo en cuenta que los individuos ya no solo se limitan a consumir sino que se apropian de la noticia y amplían su ecosistema narrativo con la intención de dejar de ser solo “masas” para tener la capacidad de ser los propios creadores de sus piezas textuales.

Para Scolari (2013) las narrativas transmedia son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación, no se habla de una adaptación de contenidos que va de un medio a otro sino un mundo en el que se abarcan diferentes

plataformas y lenguajes en todo el entorno mediático, con la intención de que cada medio pueda desde sus propias narrativas crear un mensaje particular.

El esquema de producción de la comunicación ha cambiado y se hace necesario comprender sobretodo los elementos que componen el lenguaje audiovisual porque prima la conversación, el usuario desea ser protagonista, tener la capacidad de compartir la información, dar a conocer su punto de vista sin preocuparse por el tiempo o la distancia. cabe resaltar que con el surgimiento de las narrativas digitales los medios entran en un entorno de cooperación para darle al usuario esa posibilidad de ser el eje en la construcción de su propia realidad, los medios que anteriormente estaban aislados de la producción mediática se adaptan al entorno digital para producir contenido multimedia.

Esta relación entre los medios de comunicación tradicionales y los digitales también es producto del rápido crecimiento de las plataformas tecnológicas. Para Said (2006) nos encontramos en un proceso de convergencia tecnológica que ha permitido que los “mass media” replanteen su papel en el ecosistema comunicativo, el propio usuario ha creado plataformas como una propuesta de comunicación diferente, están creando sus propias narrativas.

La realidad es que hoy los medios deben ver la creación de contenidos desde una óptica más amplia, las narrativas digitales están diseñadas para permitirle al consumidor decidir porque medio desea profundizar la información y bajo qué óptica desea apropiarla a su realidad. Es aquí donde toma gran relevancia el hilo narrativo para la comprensión del mensaje, pues debe tener la capacidad de transmitir la historia que se quiere llevar al público sin importar la plataforma.

La estrategia de los medios es permitirle al usuario configurar la información a través de las narrativas digitales y que creen nuevas a través del uso de nuevas plataformas o de sus redes sociales, lo que hace que se aumente la producción de contenidos para los diferentes medios y el consumo de la información a través de múltiples canales.

En este sentido Salaverría (2003) explica cómo las narrativas digitales inciden en los hábitos de consumo, donde la necesidad de cambio es inminente, para incentivar el interés de la audiencia en generar experiencias y crear una identidad como usuario que es compartida en la red, pero esto solo es posible con el buen uso de las comunicaciones digitales que facilitan la comunicación transmedia, entre las más importantes se encuentra internet nos comunicamos y recibimos la información mediante este medio, se ha convertido en un espacio comunicativo que despliega las historias que se quieren transmitir por múltiples medios y plataformas.

“Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinarán códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar” (Salaverría,2003, p.5).

Teniendo en cuenta esto, Barrios (2014) hace evidente la importancia que tiene las herramientas transmedia en la creación de narrativas que de manera atractiva puedan enganchar al consumidor, sin olvidar que el contenido sigue siendo el eje de la comunicación. Reconocer el papel del contenido en la construcción de este nuevo ecosistema mediático nos acerca a entender la importancia que tiene dentro de esta transformación digital.

El reto está en crear un ecosistema mediático que expanda las posibilidades de acceder a la información, y darle la posibilidad de tener múltiples miradas de un mismo hecho, se habla de la oportunidad de estimular el consumo, donde según López (2005) cada medio hace lo que se le da mejor, hoy en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades.

Entonces las narrativas digitales son un objeto virtual, que tiene como objetivo fomentar el uso de nuevas dinámicas de interacción, para Fresno (2012) la construcción de estas narrativas depende de la nueva producción del mensaje no se trata de alejar las anteriores formas de crear el relato, sino que partir de ellas se debe crear nuevos modos de contar la historia, Scolari (2013) explica este proceso como un eje de diálogo que centra su

accionar en romper las barreras de acceso a la información, la finalidad de narrar está en representar la realidad permitirle a los usuarios que se identifiquen con una mirada distinta de los hechos.

Tal como señala Jodar (2010) es importante que las plataformas virtuales, sean un espacio de interacción social, que nos acerca a entender el papel de la tecnología y su adaptabilidad a diferentes ámbitos sociales. En el proceso de comunicar Rubio&Zambrano (2014) describen la importancia de que exista un nivel de concordancia entre la capacidad de participación que tiene el usuario conforme a los niveles de interacción que se ejercen dentro su experiencia en cada plataforma, entre mayor sea la participación en una plataforma por medio de experiencias sociales mayores serán los niveles de significación del mensaje.

Velásquez, Reno, Beltrán y Maldonado (2018) afirman que el término “nuevos medios” describe precisamente eso las innovaciones tecnológicas que han permitido que aumente el nivel de participación no solo entre el medio y el consumidor, sino la interacción entre públicos, esto sobreescribe la relación con los medios tradicionales, donde es primordial el intercambio de ideas e imágenes.

Bencomo (2005) señala que desde siempre las innovaciones tecnológicas han generado expectativa, llegan a ser agentes protagonistas de una “época de cambio”, la sociedad de hoy está marcada por tener a disposición un sin número de artefactos, donde las narrativas digitales permiten tener una comunicación más instantánea, diluida y convergente.

De acuerdo con Velásquez (2007) estas nuevas formas de comunicación que diluyen las brechas sociales y crean un nuevo entorno mediático, generan las audiencias de este entorno digital, una audiencia que genera narrativas de acción colaborativa y que establece los nuevos parámetros de trabajo del comunicador social. Tal como señalan Berrocal, Campo y Sanchez (2015), el comunicador de este ecosistema mediático realiza nuevas tareas especialmente en el ámbito online, que están relacionadas con el fomento de estas narrativas digitales, la gestión de las redes y las nuevas fuentes de información.

para Zambrano, García & Barrios este nuevo ecosistema digital los ha llevado a pensar en multipantallas, páginas web, dispositivos móviles y redes sociales, lo cual corresponde al replanteamiento, cambios y configuración de los medios tradicionales en la creación de nuevos lenguajes y narrativas, de contenidos, géneros periodísticos y audiencias. (pag,25)

Se puede decir entonces que las narrativas digitales, están inmersas en la cotidianidad, en un entorno en el que todos los días los medios experimentan profundos cambios, producto del nuevo accionar de las audiencias y el rápido crecimiento de nuevas plataformas. No solo se han ampliado los horizontes comunicativos, sino los sociales y culturales esto transforma la forma de comunicación entre personas y propicia la relación entre tecnología logrando que los dispositivos tecnológicos tomen importancia en la cotidianidad de los usuarios. Para Scolari (2008) la posibilidad de que las audiencias puedan generar conexiones es lo que ha producido hoy en día las narrativas transmedia sean un punto de partida para entender las posibilidades que brinda la era digital. Pero esta es solo una de las muchas herramientas que el entorno digital brinda, el proceso de convergencia con el ecosistema mediático involucra el desarrollo de varias estructuras entre las que destacan la multimedialidad, la crossmedia y transmedia.

Multimedia.

Una de las principales ventajas de los nuevos lenguajes digitales es la multimedialidad, Hurtado, Ordoñez, Ramon & Altamirano (2017) la denominan como la convergencia de varios formatos, como imágenes, sonidos y videos. Los recursos multimedia aprovechan la capacidad de las multiplataformas para brindarle la posibilidad al usuario de acceder a todo el contenido de la información, esto es a grandes rasgos la nueva forma de comunicación mediática.

Para Drula (2015) la convergencia posibilita la narración multimedia como parte de un proceso de cambio en el trabajo periodístico a partir del año 2000 donde incrementó sustancialmente el uso de contenidos multimedia en los medios, como una práctica novedosa,

orientada a la maximización de la productividad especialmente en la prensa escrita y la narrativa audiovisual como una forma de competir y mantener a la audiencia. Para Salaverría (2005) la multimedialidad plantea una amalgama de códigos que, sin duda, desembocará en el alumbramiento de nuevos géneros y en profundas mutaciones futuras en las formas de elaborar contenidos informativos. (Pa.11)

Esa amalgama de códigos representa según Díaz (2010) la tendencia de los medios hacia la producción integral, los profesionales multitarea, la distribución multiplataforma y la audiencia activa, todo esto representa para los profesionales en comunicación un especial enfoque en la interactividad de las narraciones multimedia, el comunicador debe ser capaz de ser intuitivo y utilizar distintas plataformas para distribuir las noticias, implementar los contenidos multimedia no es solo un simple ejercicio periodístico, sino un fenómeno dentro del proceso comunicativo que permite transformar, converger y transmitir todo desde nuevos canales virtuales.

Transmedia.

Las narrativas transmedia están compuestas según Scolari (2013) por una nueva forma de comunicar y distribuir mensajes de diversos temas, aprovechando la convergencia de formatos y plataformas, los públicos se diversifican logrando según Canavilhas (2015) un proceso de interacción por parte del usuario, una audiencia mucho más activa y participativa que desarrolla un interés colectivo que se traduce en una combinación de elementos para enriquecer los contenidos y retroalimentar la comunicación,.

Dichos contenidos transmedia son producto de las innovaciones tecnológicas, que se derivan del surgimiento del ecosistema mediático, para Fresno (2012) estos contenidos se consolidan a través del enriquecimiento que genera el uso variado y múltiple de medios y de dinámicas propias del mundo transmedia como la diversificación del contenido a través del

uso de infografías, entrevistas por medios online y contenidos hipertextuales, en este escenario de lo que se busca es involucrar a las audiencias en la producción informativa.

Para Trillo & Alberich (2017) En la comunicación transmedia el mensaje es el eje, que se expende a través de muchos formatos multimedia, la finalidad es informar a la audiencia de la mejor manera valiéndose de la combinación de los medios, para Islas (2010) esta combinación es un cambio en los diseños comunicativos que toman un rumbo más creativo al mismo tiempo que abren la posibilidad de generar nuevas formas de hacer periodismo.

[...] La verdadera innovación de la noticia periodística se juega hoy en el camino, en los flujos, en la estructura, en cómo se cuentan de forma creciente las historias en el entorno digital. Tan importante como responder a las 5W para darle rigor a la historia, es decidir la arquitectura hipertextual que se va a utilizar para desarrollarla, para dar forma a nuestras ideas, para definir como si de un mapa conceptual se tratara, cuáles son los flujos y posibilidades de lectura e interacción a establecer. (Trillo & Alberich, 2017,p.6).

Caminamos hacia un ecosistema digital que para Scolari (2013) & Velásquez, Reno, Beltran, Maldonado (2018) crea un nuevo modelo de comunicación al integrar elementos esenciales dentro del proceso de construcción de los contenidos, antes no se le ofrecía a los consumidores el amplio abanico de plataformas con las que se cuenta hoy, las herramientas tecnológicas que hemos mencionado han hecho posible que hoy las audiencias contribuyan de forma importante en la narración de los relatos, en la construcción del mundo narrativo, visibilizando y difundiendo la información y sobretodo dejando de ser un mero receptor para convertirse en el protagonista principal de su propia historia.

La convergencia mediática y las transformaciones tecnológicas en especial la de los contenidos, describen el escenario en el que hoy el comunicador social ejerce, para Barreto & Castillo (2020) el entorno digital reclama profesionales que manejen y dominen al máximo los elementos para la producción de la información.

Categoría 2: El comunicador social actual en la era digital.

Los hallazgos referentes a la categoría del comunicador social actual en la era digital se encuentran en el anexo B con relación a la matriz de análisis de las búsquedas y selección de fuentes obtenidas en la bitácora de búsqueda.

Después de haber registrado los hallazgos respectivos a la categoría del rol del comunicador social actual en la era digital se hizo una revisión de los documentos y se procedió a un análisis de las fuentes extraídas en la matriz de análisis, dejando como resultado conceptos que aportan a la investigación.

A continuación, se expone un análisis sobre las competencias técnicas y teóricas que debe desarrollar el comunicador social de la era digital desde los años 2003 hasta el año 2020, teniendo en cuenta la influencia del ámbito laboral y académico, con el fin de aportar en la construcción de las capacidades suficientes para desenvolverse en los diferentes campos de acción.

La transformación y creación de nuevos roles del comunicador social surgen desde la modificación de los medios de comunicación, Bencomo (2004) y Villalobos y Mantiel (2005) mencionan que, los medios tradicionales han empezado a acogerse de lo digital unificando los formatos de la prensa, la radio y la televisión para la internet permitiendo la interactividad e inmediatez en la consulta de información, por ejemplo, el periodismo impreso coexiste con lo audiovisual y su nueva distribución son los periódicos digitales, lo anterior hace que los recursos económicos y humanos disminuyan, exigiendo al comunicador social una cualificación profesional en el uso de herramientas tecnológicas para el desempeño de su labor.

El comunicador social debe trabajar al ritmo de los medios, es por esto que, la tecnología hace del campo de la comunicación más exigente, según Salaverría (2003) el periodista no solo necesita de sus habilidades básicas como lo son la escritura y la visión cultural, sino, también debe trabajar más rápido y conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales, dominar el lenguaje textual como audiovisual para la

elaboración de contenidos multimedia, con el propósito de convertir al profesional en un comunicador y/o periodista multimedia, para Islas (2004), hay una gran importancia sobre la existencia de este nuevo perfil quien hará sus labores desde las avanzadas tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).

Adicionalmente, Mellado (2009) y Hung (2009) señalan que el profesional en comunicación no solo tenga la habilidad de difundir contenido, sino de manejar los distintos medios, combinar formatos y soportes para construir mensajes desde distintas procedencias y trascendencias, deben entender que internet es una herramienta capacitada para reproducir y descentralizar los contenidos ya que se generan de una forma colaborativa por medio de los recursos de la web 2.0 al compartirse y emplearse en los bancos de datos de las plataformas web autogestionadas por los mismos usuario (youtube, google, flickr, ning, picasa, entre otras), para la profundización de los contenidos y noticias elaboradas por los periodistas.

Los comunicadores y/o periodistas, deben ser conscientes de que a partir de la era digital sus roles y competencias se han aumentado, pues gracias al internet la consulta de información hace que se generen contenidos de manera acelerada desde diversas procedencias, por lo que debe adaptar y combinar las narrativas según las plataformas de divulgación.

Asimismo, Islas (2004) menciona que, el desarrollo de la internet ha convertido la información en una competencia, ya que, brinda espacios digitales para que los cibernautas empiecen a divulgar su contenido y por tal motivo ya no es un privilegio para el periodista tenerla, esto no quiere decir que el profesional va a perder campos de acción comunicativos, por el contrario Bencomo (2004), hace énfasis en que las nuevas TICs y los nuevos medios multimedia, han ampliado cada vez más la demanda de periodistas, editores y artistas, sin embargo este aumento es paralelo con las condiciones y exigencias de los mismos, pues cada vez se ejerce presión de producir información actualizada en menor tiempo.

Del mismo modo, Yanover (2007) afirma que, el papel del comunicador y/o periodista siempre existirá a pesar de la formación de cibernautas no calificados que quieren expresar y

generar contenido, el comunicador innato siempre encontrará la manera de diferenciarse a los demás por su conocimiento y su aumento de capacidades desarrolladas desde su formación profesional.

La internet no solo generó competencia entre los cibernautas y el periodista al momento de generar información, sino que también trajo oportunidades a los comunicadores creando nuevos campos de acción que logran ampliar la demanda laboral especialmente con enfoque periodístico, ya que sus habilidades hacen de un profesional más competitivo, por la exigencia de transformar su quehacer tradicional en un formato teórico digital.

Lo anterior, rehace las competencias del comunicador, adaptándolas a las actuales convergencias digitales y mediáticas, además de la constante evolución laboral, por lo que autores como Scolari (2008) y Vega (2008) indican que las competencias se relacionan y aumentan con las exigencias del mercado laboral en tiempos digitales, además que son vinculadas con el saber y el hacer o como “Actitudes e intangibles” (Vega, 2008, p. 3).

Estos dos autores coinciden en que no todas las competencias son ejercidas desde lo tecnológico, Scolari (2008) las denomina competencias no digitales y Vega (2008) menciona que este tipo de competencias son: trabajo en equipo, habilidades de la comunicación, de la administración de contenido generado por el usuario y siempre tener la disposición de aprender cosas nuevas.

Más adelante, autores como Yepes (2011), Perez (2012), Barrios y Zambrano (2014), Barrios (2016), Ayala, García y Barrios (2018), Puertas, Abendaño y Valdiviezo (2020), Cáceres, Tusa y Tejedor (2020), y Saavedra, Grijalba y Pedrero (2018) hablan de las diferentes competencias que debe tener el comunicador social para afrontar la convergencia mediática y apropiarse del uso de las TICs para ejercer su oficio de manera integral.

Primero, Yepes (2011) y Barrios (2014), comparten la importancia de la formación del comunicador que debe ser un profesional intelectual y disciplinado capaz de ir más allá de la actualidad, hacer de la noticia una narrativa con contexto histórico y retrospectivo, ser capaz de convertir la información de lo que pasa en lo que queda e incluso adelantarse en la

repercusión de una futura noticia, esto lo convierte en intermediario como transmisor de noticias, un comunicador-mediador.

Luego, Perez (2012) hace énfasis a las siguientes siete competencias que requieren de los comunicadores social:

1. Competencias y habilidades en lo tecnológico: es importante que el comunicador social tenga conceptos básicos de programación web, hasta el uso adecuado de plataformas como, los blogs, las redes sociales, además de conocer la estructura de datos que permite hacer estadísticas web para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias.
2. Conocimientos generales de diseño gráfico para la web: con el fin de que lo visual corresponda a las necesidades comunicacionales de las empresas e instituciones.
3. Habilidades para la elaboración/ creación/ gestión de contenidos para la web: es primordial conocer los lenguajes específicos de la web y tener la destreza de hacer contenidos multimedia (combinar, texto, audio, video) y multiplataforma.
4. Habilidades como gestor relacional de personas y contenidos, para generar y estrechar vínculos con el público meta: Estas habilidades las posee un comunicador social digital con rol de Community Manager quien gestiona los contenidos y mantiene una relación estrecha con el público desde las redes sociales.
5. Capacidades creativas y de innovación para la resolución de problemas.
6. Flexibilidad para la asimilación de los cambios a la velocidad en la que se va transformando la tecnología y la sociedad en general.
7. Capacidad para el trabajo en equipo: El comunicador social de la era digital para lograr sus objetivos comunicacionales necesita colaboración y guía con otras profesiones como lo son, los diseñadores, desarrolladores web y otros interdisciplinarios.

los autores, Barrios y Zambrano (2014) relacionan las competencias del profesional del hoy que le permitan actuar en el entorno digital de las redes sociales y las nuevas

plataformas de comunicación que se posicionan como herramienta valiosa para la construcción de estrategias e indicadores que permiten asociar a un medio y la captación de la percepción de usuarios, sus preferencias sus opiniones y otro tipo de información que permite responder a dichos datos con el diseño e implementación de acciones estratégicas.

A su vez, Salavarría (2016) menciona que las capacidades del comunicador en la era digital deben enfocarse sobre la búsqueda, el tratamiento y la difusión de la información, sin olvidar que estas competencias deben irse adaptando al entorno, para encontrar campos de acción comunicacionales: “Quienes por el contrario se arriesguen a explorar nuevos territorios encontrarán, sin duda, terreno fértil donde expandir su profesión. El reto se presenta complicado, pero alentador.” (Salaverría, 2016, p. 165).

Por último, Ayala, Garcia y Barrios (2018) y Saavedra, Grijalba y Pedrero (2018) resaltan las oportunidades profesionales están relacionadas con el cambio de hábitos en el acceso y consumo de contenidos, menciona que el periodista necesita de competencias específicas, generales, transversales, académicas y profesionales para afrontar la convergencia mediática, por lo tanto se requiere de profesionales que innoven en la investigación, interpretación, argumentación y metodologías sólidas que generen impacto, además deben integrar la multimedia en todas las dimensiones planificación, innovación y formación; y que apliquen su conocimiento en su quehacer profesional, lo sistematice, socialice y gestione, también

Por otro lado, autores como Ortiz (2010) y Salazar y Sepúlveda (2011), hablan sobre las competencias del perfil corporativo, pues debe manejar un proceso de flujo donde se estructuran datos de carga efectiva así sea en un hecho o una historia e indicarle un formato (e-mail, artículo, tweet, publicidad, etc.) con el fin de generar conexión con el receptor, para esto es necesario que el profesional conozca las características psicológicas de su público y los mecanismos de aprendizaje logrando que al momento de enviar o publicar un mensaje no se pierda el valor y sea correctamente interpretado, además debe tener unas bases muy sólidas sobre marketing, el ser estrategia y las teorías de la comunicación, blindarse del soporte digital, con el objetivo de afrontar casos reales a los que se somete diariamente una organización,

esto quiere decir que no solo debe estar en el área de las comunicaciones, sino debe saber de los tonos de comunicación a utilizar con cada público, entender la historia y los valores de la organización.

Para complementar lo anterior, Cáceres, Tusa y Tejedor (2020) hablan de manera específica sobre las competencias de un comunicador institucional interdisciplinario que innova continuamente en el aprendizaje de las TICs y está pendiente de las tecnologías que lo rodean, si el comunicador no dispone las competencias básicas digitales no podrá desempeñar su cargo con éxito, los comunicadores deben incorporar en su labor innovación, capacitación y la formación en el uso de las nuevas tecnologías para ejercer su oficio de manera integral.

Sin embargo, Los entornos digitales siguen siendo un desafío para los comunicadores, según Puertas, Abendaño y Valdiviezo (2020) por esto consideran que deben tener competencias como: primero; tener un buen manejo de métricas, analíticas y estadísticas, para medir una meta y así alcanzarla. Segundo; Conocer cómo se viralizan historias, ya que el contenido debe circular para aumentar su alcanza y llegar a la mayor cantidad de individuos. Tercero: Construir narrativas correctas para ser pertinentes y creíbles, con una línea estructural específica.

En conclusión, la construcción de un comunicador digital sólido, desde los aportes no tecnológicos y tecnológicos, debe enfocarse en la creación de un profesional con capacidad de complementar las habilidades del hacer y ser, de lo técnico y lo teórico para desenvolverse desde cualquier campo de acción comunicativo y mantenerse en la apresurada evolución tecnológica.

Estas competencias permiten desenvolverse en la existencia de la diversidad de espacios de información que según Jódar (2010), lo hacen de un usuario más activo y selectivo, esto significa que los medios, las organizaciones y el comunicador deben cubrir esas necesidades brindando un abanico de contenido segmentado y especializado, obligando al comunicador formarse a nivel cultural y tecnológico logrando una mayor adaptación a los

nuevos medios, por esa razón Salazar y Sepúlveda (2011), agregan la hipertextualidad y la multimedialidad en las narraciones como productos digitales.

A partir del año 2014 se empiezan a adicionar competencias que transforman al profesional en un comunicador transmedia, por lo que autores como Barrios (2014), Barrios y Zambrano (2014), Sanchez, Campos y Berrocal (2015), Garcia (2015), Barrios (2016) y Díaz (2019), se refieren a este profesional y su formación como los nuevos actores de los cibermedios y sus narrativas, en la construcción de los ciberperiodistas gracias a los cambios de la tecnología.

Desde el punto de vista de Barrios (2014) el comunicador social y/o periodista en la era transmedia requiere saber que los nuevos medios exigen nuevos lenguajes y esquemas que generan productos y contenidos al que el usuario se enfrenta con el tacto y con los cuales interactúa, por esta razón adiciona otras competencias que debe desarrollar el profesional, ya que es necesario afrontarse a las nuevas formas de pensar y actuar a causa de que los campos de acción comunicativos necesitan comunicadores capaces de innovar y crear nuevas propuestas, productos, narrativas y demás estrategias para llegar a impactar el público compuesto hoy por jóvenes quienes delimitan el espacio virtual desde nuevas coordenadas espacio-temporales.

El entorno digital de hoy exige un profesional capacitado para crear y enfrentar nuevas estructuras, formatos y audiencias, en las que, a través de un entorno colaborativo, se reinventa, potencia y modifica el uso y consumo de los productos ya existentes (Barrios, 2014, p. 11).

El comunicador, debe estar preparado para afrontar cambios de consumo para proponer la construcción de contenidos colaborativos con el fin de potencializar su divulgación del mensaje.

La académica hace un papel importante en la construcción de un profesional con habilidades para realizar su oficio en la cibermedia, autores como Barrios y Zambrano (2014) se refieren a la formación de comunicadores transmedia capaces de afrontar desde una

perspectiva científica, social, humanística y tecnológica los públicos de la generación digital a partir del dominio de varios medios de diversos canales multitarea y multiplataforma, lenguajes y narrativas que sepan entrelazar para generar una industria de comunicación integral, Díaz (2019) recalca lo importante que es la formación de futuros ciberperiodistas para desenvolverse en los medios digitales, donde deben tener competencias de multimedia.

Sin embargo, Díaz (2019) menciona la preocupación del comunicador desde el concepto de la sociedad de la información, porque su labor va más allá del número de conexiones en su entorno y debe enfocarse realmente con la educación motivacional dirigida a los usuarios, con el fin de que hagan el uso activo de la ciberdemocracia y construyan tejido social a través de procesos de participación y generación de información y opinión.

Ahora bien, las competencias deben ejercerse teniendo claridad sobre como es la comunicación en los cibermedios se maneja, por lo que autores como Masip (2015) y Barrios (2016) hablan sobre el modelo de periodismo transmedia, sus componentes y la complejidad de su uso según la perspectiva de cada medio.

[...] cada medio y plataforma tiene su propio lenguaje, códigos de comunicación, componentes técnicos que confluyen con un público determinado que entra a hacer parte del proceso narrativo superando las interferencias que puede significar los elementos distractores, las competencias tecnológicas de los actores y la situación física bajo la cual se realiza el proceso comunicativo. Un sistema relacional de factores que emergen bajo unas dimensiones políticas, económicas, sociales, éticas, estéticas, culturales e ideológicas. (Barrios, 2016, p. 10).

El comunicador debe comprender varios componentes funcionales de cada plataforma para así mismo poder generar contenidos y permitir interacción con los usuarios a partir de un proceso comunicativo que permite eliminar las interferencias, ya que sin la comprensión de estos mecanismos el objetivo de ejercer la profesión desde los cibermedios, puede ser fallido.

Es importante desglosar las narrativas que hacen parte de la comprensión de los medios y plataformas es por esto que, Barrios (2016) menciona que las narrativas transmedia

son un conjunto de elementos que dejan a un lado los intermediarios y permiten entregar información directa, por eso las redes sociales muestran una cercanía del emisor con el receptor en relación con lo que quieren, por ejemplo, su opinión y comentarios sobre sus contenidos, esto ayuda al comunicador a adaptarse a nuevos modelos y evaluar el comportamiento de su esquema comunicativo con el fin de proponer información de calidad.

Estas narrativas permiten conocer perfiles periodísticos que según Masip (2015), son nuevas formas de narrar en los cibermedios como: “periodismo de datos, periodismo hi-tech, periodismo robot o irrupción de los laboratorios o labs (secciones de investigación e innovación) en las redacciones.” (Masip, 2015, p.7), todas tienen en común la facilidad de explicar las noticias de manera sencilla, clara y atractiva.

De igual manera, García (2015) menciona el periodismo de datos como una disciplina que la mayoría de los medios de comunicación la han incorporado, donde las visualizaciones y el tratamiento de datos sirven para explicar las noticias de manera más clara y comprensible, porque se usan múltiples fuentes, testigos presenciales, redes sociales, documentos, bases de datos y hasta blog, con el fin de filtrar y visualizar lo que sucede sobre todo en sucesos complejos o con gran cantidad de información.

Todo lo anterior, permite visualizar los grandes retos que tiene el comunicador social en la era digital, pues autores como Intriago y Quevedo (2016) señalan que el comunicador actual ha aumentado sus funciones con el fin de ser un profesional competitivo por el conocimiento, dominación de los formatos y narrativas multimedia:

Se forma como poseedor de gran fluidez y propiedad para expresarse oralmente o por escrito, mediante lo gráfico y, muy especialmente, a través de los medios audiovisuales tales como: videos, documentales, comerciales, dramatizados y noticieros. Este profesional debe poseer capacidad de síntesis y análisis para describir la realidad presente y futura del hombre y la sociedad y ser abierto a los avances en el campo comunicacional. (Intriago y Quevedo, 2016, p. 3).

Barrios (2016) complementa la definición del comunicador, diciendo que las herramientas digitales día a día impactan el quehacer profesional y simplifican los procesos, sin embargo, destaca el factor humano detrás de la tecnología como elemento vital en la propuesta que se lleva al usuario y va de la mano con el proceso creativo que nutre los contenidos de los medios.

A pesar de que, la incursión a la materia de las tecnologías y la información de las comunicaciones (TICs) son un abanico de oportunidades, Cortés, Islas y Urrutia (2018) evidencian que las tecnologías digitales seguirán su desarrollo extenderán y amplificarán nuevas funciones y capacidades, evolucionarán a formas sofisticadas que definitivamente intervendrán en la reconfiguración del ser humano y esto presenta un riesgo que está relacionado con la pérdida de algunas habilidades fundamentales

La tecnología se ha involucrado y transformado en la comunicación por lo que ya es imposible omitir los cambios que hay que asumir, pues ha creado nuevos perfiles que permiten la evolución del rol y la disciplina, además del aumento de competencias que logran la dominación de los medios tecnológicos, la comprensión de los cibermedios, la generación de contenidos multimedia y narrativas digitales, la conexión con la audiencia para entender su comportamiento, todo lo anterior se genera a partir de la formación impartida en la academia para el comunicador.

Sin embargo, Islas (2004), Villalobos y Montiel (2005) y Vega (2008) critican la insistencia de la academia en formar periodistas análogos que no están preparados para el mundo digital y recalcan las consecuencias que conlleva al profesional a no ser competente con las exigencias del mercado laboral, resaltando los retos que implica la formación de los estudiantes de comunicación con la transferencia constante de conocimiento orientadas al fortalecimiento en el área de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), pues brindan herramientas en los diferentes campos de acción que hacen del comunicador social y/o periodista capaz de afrontar un mundo cambiante desde el pensamiento diferencial y habilidades técnicas.

Según Rivadeneira y Montoya (2017) el campo profesional ha cambiado y se ha diversificado de manera acelerada, tanto que ha superado los planes de estudio de la comunicación y por lo mismo amplifican las ocupaciones en las cuales el profesional puede ser parte, esas ocupaciones son: “relaciones públicas, comunicación organizacional, periodismo digital y servicios de comunicación en redes sociales (Community Manager).forman parte de la actual demanda en el mercado laboral también hacen parte de la oferta académica de las facultades de comunicación.” (Rivadeneira y Montoya, 2017, p. 4).

Asimismo, Ortiz (2016) propone a la academia transformar la formación de un periodismo comercial a un periodismo alternativo, si bien el periodismo comercial debe apegarse a la verdad y a la ética, el alternativo adopta diferentes valoraciones sobre el balance, la justicia y lo que es noticioso. Además de apoyarse según Rivadeneira y Montoya (2017) de herramientas que se encuentran a la mano y generen un contacto directo con su público.

No obstante, Deharbe (2018) destaca la falta de identidad que tiene el comunicador por su profesión, gracias a la variedad de características propias que conforma el campo de la comunicación “heterogeneidad, pluralismo epistemológico, transdisciplinariedad” (Deharbe, 2018, p. 10), es por esto que, demuestra la importancia de la formación de los comunicadores sociales hacia la alfabetización digital, no solo con la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramientas sino la comprensión del potencial que ofrecen.

Desde la visión de la comunicación para el cambio social Martín (2017) se contempló la necesidad de un nuevo comunicador para el siglo XXI que se caracterizaría entre otros aspectos sociales, para mantener el equilibrio entre la teoría y la práctica, en desarrollar un pensamiento estratégico, comprender la tecnología como una herramienta más y asumir un rol facilitador de procesos, más que como un rol de creador.

Según Saavedra, Grijalba y Pedrero (2018), los nuevos perfiles profesionales hoy conviven con los roles tradicionales, aunque estos últimos se están transformando y normalizando al ecosistema digital, por ejemplo, hay creadores y narradores audiovisuales que

ya trabajaban en medios análogos y se apoyan de ámbitos más técnicos (programadores o desarrolladores).

Aunque autores de años anteriores mencionan las oportunidades de ser un profesional con competencias digitales en una era transmedia, en la actualidad Blanco y Palomo (2019) refutan que, para los periodistas, la transición de la práctica profesional a las redes sociales tampoco se ha producido con la misma intensidad en otras plataformas, al igual la iniciativa audiovisual, Barreto y Castillo (2020) mencionan que el campo de la comunicación pertenece a los comunicadores digitales o a aquellos que supieron interiorizar con profundidad los cambios surgidos con la Sociedad de la Información, siendo capaces de pensarse y desenvolverse en nuevos entornos.

DISCUSIÓN

Una vez finalizada la revisión y análisis de las fuentes seleccionadas, se puede identificar que la era digital ha redefinido muchas de las prácticas que antes del año 2000 eran claves para el ejercicio del comunicador social, tal como lo expresan varios trabajos entre los que más destacan Barrios (2014), Ortiz (2010), Jódar (2010) al determinar que hoy el rol del profesional está ligado a la aparición de los nuevos medios, las transformaciones tecnológicas y los cambios que se presentan en las audiencias.

Actualmente, la comunicación está centrada en enriquecer la diversidad de medios que la conforman, no se trata solo de difundir la información sino de hacer una labor de construcción social, por eso se destacan la posición de autores como Salaverria (2016), Berrocal, Campo & Sánchez, (2015) al decir que los cambios tecnológicos y los profesionales van de la mano, el comunicador social no puede estar ajeno a los cambios narrativos ni a la forma de consumir en la actualidad.

En la exploración documental se resalta la relevancia que se le da a los profundos cambios que han ocurrido a la forma en la que se produce y se transmite la información, producto de la convergencia de medios, se está frente a un entorno comunicativo, que reclama cada vez más la aparición de un comunicador transmedia, capaz de estar frente a un panorama mediático donde la información se construye y se reconstruye de manera colaborativa entre el emisor y los receptores, un ejemplo claro está en el flujo de información que se presenta entre el emisor y los receptores dado que entre ellos establecen un diálogo, generan nuevas modalidades informativas, con características propias como la instantaneidad, interactividad y participación, de esta manera se reconstruye un universo narrativo que da pie a la noción de la realidad, abarcando mayores campos de acción.

Precisamente sobre esto Ortiz, (2016), Saavedra, Grijalba y Pedrero (2018), Díaz (2019) coinciden en afirmar que en la era digital los nuevos perfiles profesionales conviven con

los ya tradicionales en un ecosistema donde blogueros, redes sociales y creadores multimedia también distribuyen sus contenidos superando incluso la administración y alcance del mensaje que le dan grandes medios de comunicación.

El hecho de tener nuevos perfiles profesionales y contar con unas audiencias cada vez más automatizadas, motiva a pensar nuevas estrategias para la elaboración y distribución de la información. La comunicación social cumple con todo el proceso de la convergencia, adaptándose a la segmentación de audiencias, aprovechando el potencial de las tecnologías móviles y buscando nuevos formatos para revolucionar los contenidos.

El éxito de un medio y un profesional en el entorno digital está marcado por las transformaciones tecnológicas, en entender los cambios del público producto del desarrollo total de la convergencia en todos los aspectos, tanto de contenido, como de los ejes narrativos y el consumo de información y entretenimiento por múltiples pantallas de manera simultánea.

La convergencia digital y las transformaciones en los contenidos se presentan como una oportunidad para lograr que la comunicación hoy esté orientada a fortalecer la relación entre el medio, el comunicador y los usuarios, lo que le da las herramientas para acrecentar la labor que cada uno tiene dentro del proceso comunicativo.

En lo que respecta a Pérez (2011), Salas (2011) piensan por el contrario que las tecnologías implantadas por esta nueva etapa digital han hecho que los medios de comunicación tradicionales pierdan su carácter autónomo e independiente, provocado por la influencia que han ejercido los nuevos medios en los procesos de manipulación, almacenamiento y distribución de la información.

Con base a lo anterior, nuevos roles y perfiles del comunicador social han surgido se han acogido a las tecnologías digitales como una nueva oportunidad, sin embargo, no se deben limitar a pensar que el dominio de las plataformas y herramientas que ofrece las TIC abarcan todas las competencias que debe desarrollar, teniendo en cuenta que desde la formación existen debilidades en el fortalecimiento de capacidades como el análisis y liderazgo para la

construcción de opiniones públicas sólidas y aprovechamiento de los ciber medios con el fin de generar conexión con la información y las audiencias.

Desde el punto de vista de Dehaber (2018), Barreto y Castillo (2020) el espectro profesional de la comunicación ya no se adapta ligeramente a las nuevas tecnologías, ahora juegan un papel activo siendo capaces de pensarse y desenvolverse en nuevos entornos logrando un comunicador capacitado para enfrentar nuevas estructuras, formatos y audiencias a la vez que por diversos canales multitarea consolida una industria de comunicación integral.

Pero no todos describen y reflexionan de la misma manera para Puertas, Abendaño y Valdiviezo (2020) y Masip (2015) la dificultad de delimitar su ámbito de actuar profesional y la falta de construcción de una identidad, ponen en tanto a la academia como a los profesionales en el reto de pensar y actuar mejor, dado que les cuesta adaptarse a las herramientas móviles de la era digital, les cuesta comprenderla y sobre todo adaptarla al campo de la comunicación actual.

Por otro lado, hay autores como Ortiz (2016) que se preocupan por la academia y la formación de los estudiantes de comunicación, por ese motivo proponen nuevos campos que ofrecen desde un punto periodístico más libertad al generar contenidos tomando como herramientas la multimedia, como el periodismo alternativo, sin embargo, Islas (2004), Villalobos y Montiel (2005) y Vega (2008) hacen una fuerte crítica hacia la academia y su insistencia en formar profesionales análogos, dejando al profesional fuera del mercado laboral. La academia tiene enormes retos con la actualización de su plan de estudios (Rivadeneira y Montoya 2017) pues el campo de la comunicación se ha diversificado aún más y las prácticas comunicacionales han empezado a ser más emergentes dejando al estudiante con vacío de competencias.

Esto no quiere decir que el comunicador digital debe abandonar sus habilidades tradicionales, Sánchez, Campos y Berrocal (2015) resaltan la necesidad de que sus destrezas sean las suficientes para que su labor se maneje desde la multimedia y el multilinguaje.

Las competencias del comunicador social y/o periodista en la era digital han sido un eje transversal en esta investigación, varios autores aportaron en su construcción basados desde diferentes puntos de vista Yepes (2011) y Barrios (2014) hablan sobre un profesional intelectual y disciplinado capaz de ir más allá de la actualidad Pérez (2012) hace una mayor ampliación indicando competencias que corresponden a aspectos tecnológicos y teóricos, como: habilidades tecnológicas, conocimientos generales de diseño gráfico web, habilidades de elaboración, creación y gestión de contenidos (Community Manager), capacidades creativas y de innovación para la resolución de problemas, flexibilidad para la asimilación de los cambios a la velocidad en la que se va transformando la tecnología y la sociedad en general y por último, la capacidad para el trabajo en equipo.

El desafío de dominar los entornos digitales desde la comunicación para Puertas, Abendaño y Valdiviezo (2020) se minimiza al considerar el uso de métricas, analíticas y estadísticas con el fin de medir una meta y alcanzarla, de conocer y entender cómo hacer historias virales ya que el contenido circula para lograr un mayor alcance de individuos y debe construir narrativas correctas para ser pertinentes y creíbles.

Las ventajas del comunicador es que sin importar el campo en el que se relaciona las competencias aplican desde el rol general de la profesión, por ejemplo, Cáceres, Tusa y Tejedor (2020) hablan sobre el quehacer profesional institucional que debe innovarse continuamente en el aprendizaje de las Tics.

La tecnología de la información y las comunicaciones son una gran oportunidad para el futuro y actual comunicador social, al convertirlo en un actor digital, sin embargo Blanco y Palomo (2019) mencionan que en la actualidad los profesionales no tienen esa transición de práctica profesional en las redes sociales ni tampoco en otras plataformas, lo que realmente es preocupante porque actualmente el mundo se maneja a través de la tecnología y al no dominar esta materia, hace de un comunicador desactualizado y sin capacidad de desenvolverse en nuevos entornos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con el desarrollo del presente trabajo se puede concluir que la era digital ha representado muchas transformaciones tecnológicas, el de hoy es un entorno en el que todos los días se incorporan nuevas plataformas y se entablan nuevas formas de comunicación, tal es el caso de las redes sociales. Con la llegada de las Tic, los recursos digitales se han convertido en una herramienta que ha impactado el mundo social en cuanto a la forma en la que son recibidos e interpretados los contenidos.

La creación y proliferación de nuevos medios de comunicación en el entorno digital permite que las audiencias reciban el mismo mensaje por uno o varios medios, al tiempo que lo contextualizan y proponen nuevas narrativas, nos pone frente a un entorno mediático en el que el usuario toma un papel activo, ello implica analizar la participación de las audiencias en la producción y difusión de la información.

Hoy existe una clara apuesta de los medios por la comunicación transmedia la necesidad de reconocimiento de los públicos y el interés por desarrollar sus propios productos comunicativos, nos hace comprender que el panorama actual de las comunicaciones está en generar una narrativa transmedia, en las que convergen todas las alternativas de comunicación, logrando que poco a poco los mass media se digitalicen y los profesionales en comunicación entiendan las competencias propias de las transformaciones tecnológicas en los medios.

Las Tic representan un logro para que los procesos de producción de contenidos sean un elemento diferenciador que llame la atención del público y diseñar la mejor estrategia para cautivar nueva audiencia y conservar la existente, y así ayudar a lograr una reputación en el mercado mediático.

En el análisis de las fuentes es claro asumir que es importante que los medios creen una identidad digital para que tengan la capacidad de respuesta a una generación que busca

canales multitarea y multiplataforma, diferentes lenguajes y narrativas que generen una industria de comunicación integral, es decir, que asuman la transformación del ecosistema comunicativo-periodístico en general un entorno en el que puedan interactuar a través de varias pantallas.

El internet y las redes sociales quieren permitir eso que el usuario pueda acceder al contenido multimedia desde cualquier lugar, esa multimedialidad de la que tanto se ha hablado es un elemento transformador del comportamiento de los usuarios, que refleja la necesidad de las audiencias de tener espacios de interacción donde puedan opinar, calificar y compartir el contenido que se proporciona.

En este contexto donde tecnología y medios de comunicación se encuentran, está el reto profesional del comunicador social en tener la capacidad de vincularse a los conglomerados de medios que han surgido producto de los avances tecnológicos y de las nuevas demandas sociales que eran hasta ahora desconocidas, la movilidad y la digitalización de la información se optimizaron, lo cual trajo consigo transformaciones sustanciales en todos los procesos comunicativos.

Durante el desarrollo de esta investigación hemos podido constatar que el panorama de la comunicación se ha transformado totalmente, la forma de llegar a la información, la forma de producir los contenidos, el cómo se llega a la gente, son temas que deben estar presentes en todo los entornos profesionales y que involucran de gran manera a la academia, la transición digital es una tarea compleja pero necesaria para el campo de la comunicación, es primordial reestructurar el campo de formación de los comunicadores sociales dado que el entorno digital del mundo de hoy necesita de propuestas que permitan generar desde la academia entornos digitales que preparen al profesional para asumir su quehacer, de esta investigación se puede concluir que el rol del comunicador social estará marcado por la forma en la que decida enfrentarse a los medios, al contexto, a las audiencias.

La realidad es que se necesita de profesionales con una amplia visión, que estén dispuesto a estar en un entorno comunicativo que todos los días cambia, no se trata solo de

responder a las necesidades de una generación, sino de impactar en la construcción de un entorno personal y profesional en que el que siempre va primar la legitimidad de la comunicación.

Recomendaciones.

A continuación, hay una serie de recomendaciones que este análisis sistemático aportará a la disciplina, a la Universidad Cooperativa de Colombia y a el programa de Comunicación Social desde la perspectiva digital y el rol del comunicador, además, permitirá a futuros investigadores continuar con las incógnitas planteadas en este trabajo.

Para la disciplina.

Producto del desarrollo de esta investigación, consideramos necesario que la comunicación social este orientada a utilizar diversas herramientas que permitan la interacción entre los comunicadores, los usuarios y los medios, es necesario replantear el campo de acción del comunicador social de tal forma que le permita explotar al máximo la convergencia de medios y estructurar sus propias formas de producir y contar la historia.

Esta investigación demostró la importancia de utilizar los recursos digitales para desarrollar formatos informativos novedosos, se trata de una estrategia que busca la integración de medios, esquemas y prácticas que necesita que la disciplina comprenda el nuevo entorno e incorpore los elementos tales como los nuevos ecosistemas comunicativos y las convergencias digitales para explotar las ventajas que era digital nos trae.

Se deben de proporcionar estrategias que den cohesión a la labor profesional, así como a la extensión y proyección social de los programas, a través de un plan de estudios multidisciplinarios con enfoques analíticos y desarrollados con la intención de generar dinámicas amplias para la creación contenidos multimediatícos diversificando los canales lo

cual debe ser primordial en los programas de formación de comunicadores transmedia para el público de la generación digital.

Es importante que el campo de la comunicación social tenga la capacidad y el alcance de lograr tanto que estudiantes, docentes y egresados produzcan una propuesta comunicativa de calidad que aporte a la construcción del objetivo de la disciplina formar profesionales que conozcan el valor de la información, preparados para desarrollar con el fin de que la comunicación cumpla su fin producir productos comunicativos de calidad.

Para futuros trabajos.

En el proceso para desarrollar esta investigación se hizo una exhaustiva búsqueda de fuentes que nos brindan un panorama actual sobre el rol del comunicador social en la Era digital, producto de esto se pudo determinar que la comunicación social está determinada a limitar su campo de acción sólo al quehacer periodístico, es importante para futuros trabajos entrar en detalle sobre cuál ha sido el impacto de la era digital en todos los campos de acción de la comunicación.

Es importante realizar una investigación enfocada en conocer cuál es el panorama actual en América Latina teniendo en cuenta la importancia de conocer el contexto sociocultural y de los medios desde un punto de vista más cercano, lo que puede significar determinar elementos diferenciadores con otras investigaciones que hayan tenido una perspectiva más amplia.

Para finalizar, la realización de este análisis documental nos deja varios interrogantes, que esperamos sean de interés para la realización de una nueva investigación. ¿Cuál es la causalidad de la falta de investigaciones sobre la profesión de la comunicación social en Colombia? ¿Deben ser las transformaciones tecnológicas el eje central de la academia para la

formación de comunicadores sociales? ¿Cuáles son los motivos por los que se realizan estudios más exhaustivos sobre la Era digital en Europa y no en América Latina?

Para la Universidad Cooperativa de Colombia.

Este análisis sistemático, permitió dar una visión más actualizada sobre el comunicador social de la era digital y como la universidad debe aportar para la construcción de un profesional con un pensamiento tecnológico y teórico.

La Universidad debe brindar espacios tecnológicos sean virtuales o presenciales como las aulas de aprendizaje para fomentar el interés y la importancia por la tecnología desde las clases, pues las TICs ayudan a desarrollar habilidades que más adelante puede hacer el punto diferencial.

No solo debe haber tecnología sino también formación a los docentes universitarios, quienes deben estar constantemente capacitados sobre las herramientas tecnológicas y demostrar la utilidad de estas.

Para el programa.

La era digital ha transformado y creado nuevos medios de comunicación que a su vez impactan en el rol del comunicador social aumentando sus competencias, habilidades y exigencias, haciendo del campo de acción un espacio laboral competitivo, pues el profesional del hoy debe tener experticia en las plataformas digitales, en los contenidos multimedia, en las narrativas transmedia, en la interacción de las audiencias y su transformación a cibernautas del internet, además, debe tener conocimientos desde lo teórico para desarrollar estrategias que influyan lo sociocultural.

Lo anterior es un reto grande para cualquier academia de comunicación en Colombia, sin embargo, es momento de repensar qué tipos de comunicadores se están formando en tiempos digitales en la Universidad Cooperativa de Colombia desde los programas de comunicación, porque es importante ofrecer las bases sobre las tecnologías de la información y las comunicaciones a los futuros profesionales para que, desde lo laboral, social y cultural se sepan desenvolver con contenidos diferenciales y de cambio social.

El programa de formación debe estar al nivel de las transformaciones tecnológicas o tener una visión futura sobre las mismas, para el desarrollo de comunicadores capaces de entender el mundo cambiante, de fortalecer la investigación para comprender la sociedad de la información y mantenerse en las plataformas o redes sociales con contenidos de calidad desde el multilinguaje, debe preocuparse por el interés y futuro de los estudiantes de comunicación, por eso debe estar en investigación constante sobre las transformaciones del rol del comunicador gracias a la tecnología, generar espacios que fortalezcan las competencias de las cuales hay debilidades, construir un comunicador y/o periodista multimedia con narrativas sólidas con sentido para el bien común.

Es necesario revisar los planes de estudio que maneja el programa con el objetivo de analizar qué materias técnicas no aportan al estudiante y proponer así talleres, seminarios, clases, etc. sobre herramientas tecnológicas, nuevos campos surgidos por la convergencia comunicacional, fundamentos teóricos de las audiencias actuales, entre otros, que proporcionan en la formación del comunicador competencias de crecimiento y desempeño profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cassani, D. (2000). De lo análogo a lo digital, el futuro de la enseñanza de la composición. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona España. Recuperado de: [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21238/Cassany LyV 4.pdf?sequence](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/21238/Cassany_LyV_4.pdf?sequence)

Carr, N. (2014). Como las máquinas se apoderan de nuestras vidas. Atrapados. Taurus Pensamiento. Madrid España. Recuperado de: <https://ep00.epimg.net/descargables/2014/09/10/bf135975706ced345709f7959074a081.pdf>

Yus, F. (2010). Ciberpragmática 2.0. Planeta S.A. España. Recuperado de: <https://personal.ua.es/francisco.yus/site/ciber2.pdf>

Perez, B.A. (2012). Competencias y roles del comunicador social en la era digital. Ciencias de la Información Vol. 43, No. 3, septiembre - diciembre, pp. 55- 58, 2012. Universidad de la Habana. La Habana Cuba. Recuperado de: [https://www.academia.edu/15324019/Competencias y roles del comunicador social en la era digital](https://www.academia.edu/15324019/Competencias_y_rols_del_comunicador_social_en_la_era_digital)

Rosales, M. (2012). Elaboración de un gran reportaje para medios escritos, televisión, radio y medios on-line sobre las nuevas expresiones escritas, en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) utilizadas por jóvenes. Universidad de las Américas. Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/1522/3/UDLA-EC-TPE-2012-16.pdf>

Lara, A., & Vera, C. (2003). La radio en la era digital. Universidad de Chile. Santiago, Chile. Recuperado de: http://www.periodismo.uchile.cl/archivos/tesis_radio.pdf

Barrios, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. Cuadernos.info, N. 34. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá, Colombia. Recuperado de:

[https://www.academia.edu/37472326/El comunicador en el entorno digital?auto=download](https://www.academia.edu/37472326/El_comunicador_en_el_entorno_digital?auto=download)

Martin, J. (2000). Retos culturales: de la comunicación a la educación. Nueva Sociedad, N. 169, Pag. 33- 43, 2000. Cali, Colombia. Recuperado de: https://nuso.org/media/articles/downloads/2878_1.pdf

Martin, J. (1999). La formación del campo de estudios de Comunicación en Colombia. Revista de Estudios Sociales, N. 4, 2000. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/res4.1999.04>

Martín, J. (2001). "Los oficios del comunicador". Co-herencia, vol. 2, núm. 2, enero-junio, 2005, pp. 115-143. Universidad EAFIT. Medellín, Colombia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/774/77420206.pdf>

Galindo C, J. (1986). Investigación Social y Comunicación. Signo Y Pensamiento, 5(9), 73 - 92. Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado a partir de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5775>

López, G. (2005). Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología. El ecosistema digital, 2005-01-01, ISBN 84-370-6302-7, pp. 55-85. Universidad de Valencia. Valencia España. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/28310594 Modelos de medios de comunicacion en Internet desarrollo de una tipologia/link/57533a8b08ae17e65ec67fd4/download](https://www.researchgate.net/publication/28310594_Modelos_de_medios_de_comunicacion_en_Internet_desarrollo_de_una_tipologia/link/57533a8b08ae17e65ec67fd4/download)

Wolton, D. (2010). Informar no es comunicar. Editorial Gedisa S.A. Barcelona España. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5jglBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=comunicar+no+es+informar&ots=8PbtGZOiOM&sig=Vq38GvU8Qcca4N5Oud_jw5ZRaYE#v=onepage&q=comunicar%20no%20es%20informar&f=false

Martín, J., Rey, G. (1997). El periodismo en Colombia de los oficios y los medios. Signo Y Pensamiento, 16(30), 13 - 30. Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2860>

Barrios, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. Cuadernos.info, N.34. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá Colombia. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n34/art13.pdf>

Scolari, C. (2013). Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital. Editorial Gedisa S.A. Barcelona España. Recuperado de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gDslBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=info:fEKyPBu6uBoJ:scholar.google.com/&ots=5dsckjF9x&sig=ZdvT6QxveJoB2nGCQQ4CbF9Gu0g#v=onepage&q&f=true>

Uranga, W. (1999). Reflexiones sobre los nuevos roles y responsabilidades del comunicador social. Revista Ciencia y Cultura, N.5, La Paz, jun. 1999. Universidad Católica Bolivia San Pablo. La Paz, Bolivia. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2077-33231999000100006&script=sci_arttext

Bencomo, T. (2004). Las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el trabajo de los comunicadores sociales. Visión General, Vol.3, N.2, Julio-diciembre, 2004, pp.3-15. Universidad de Carabobo. Carabobo, Venezuela. Recuperado de: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/download/876/867>

López de la Roche, F. (1997). Las Ciencias Sociales y la formación de comunicadores sociales. Signo Y Pensamiento, Vol.16, N.31, 87 - 94. Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5322>

Ayala, T. (2012). Marshall McLuhan. Las redes sociales y la Aldea Global. Revista Educación y Tecnología, N°2, 2012, pp.8-20. Madrid, España. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=la+aldea+global+ayala&btnG=

Vizer, E.A. (2011). "El sujeto móvil de la aldea global. Tendencias en la sociedad mediatizada." *Mediaciones Sociales*, no. 8, 2011, p. 21+. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: <https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA383981141&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=19890494&p=IFME&sw=w>

Castell, M. (2000). INTERNET Y LA SOCIEDAD RED. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España. Recuperado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34314728/INTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf?1406634715=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DINTERNET_Y_LA_SOCIEDAD_RED.pdf&Expires=1600311207&Signature=VHvqTgHZO~jh9l6tv3-EI7ln2GQV0G6lbguQO8YWH9a1wWKPEL33ecmD8VCoYhjovDhOx263CrrxE3KBotJP1QgROBzGhMya4~eaiulzys0ZkGsRM1yiDxB2XJJsWt63J9JERLEuI8bYvtSs7EXvCjnz--hUub7UQIc615M4ixGf9pLScpENj6uIOAAk5LgMrB2m1TvBaFADPAMBIDuzc5o0fduEf~nWxrPQTN-g7c6D~dXJEU8MQ4z0ygp0B5qdSGg8cBcSXhkLbkAWjORoVi3hugztyg3hC1s7FeZtsQnXgYNTW41Fe9b1krzBEhYVJOO5p-ZGtMQ-0345LXKAcA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA.

Fresno, M. (2012). Comprendiendo los social media y mass media: un modelo para el estudio de la comunicación interpersonal colectiva en tiempos de Internet. *Revista Derecom*, N.11, Nueva Época, septiembre-noviembre, 2012. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4331247>

Marín, L.A. (2006). Las tecnologías de la información y de la comunicación: Cambios en el modelo de comunicación. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: http://redmarka.net/ra/usr/3/195/hologramatica4pp_15_33.pdf

Salazar Gómez, M., & Sepúlveda, R. (2012). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. *Signo Y Pensamiento*, 30(59), 194-209. Universidad Pontificia Javeriana. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp31-59.pppc>

Salaverría, R. (2016). Redefinir al comunicador. *El Profesional de La Información*, 25(2), 163-. Barcelona, España. Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.02>

Drula, G. (2015). Forms of media convergence and multimedia content - A romanian Perspective/Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana. *Comunicar*, 22(44), 131-140. Bucarest, Rumania. Recuperado de: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=44&articulo=44-2015-14>

Canavilhas, J. (2015). Nuevos medios, nuevo ecosistema. *El Profesional De La Información*, 24(4), 357-362. Lisboa. Portugal. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co/docview/2437094385?accountid=44394>

Velásquez, A. D Renó, A M Beltrán, J C Maldonado & Ortiz, C. (2018): “De los mass media a los medios sociales: reflexiones sobre la nueva ecología de los medios”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 583 a 594. Recuperado de: <http://bbibliograficas.ucc.edu.co:2076/10.4185/RLCS-2018-1270>

Hurtado, Ordoñez, Ramón y Altamirano (2018). *Los cibermedios en el centro de la Transformación digital*. Universidad Técnica Particular de Loja, San Cayetano Alto, Loja, Ecuador. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/330500880_Los_cibermedios_en_el_centro_de_la_Transformacion_digital

Barrios, A., Zambrano, W, R. (2014). Formación de comunicadores “transmedia” para el público de la generación digital. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/9196/12436.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Barreto, O. & Castillo, Y. (2020). Propuesta para el diseño curricular de un mapa de competencias profesionales del comunicador social en los entornos digitales. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela. Recuperado de: https://www.academia.edu/38584115/Propuesta_Para_El_Dise%C3%B1o_Curricular_De_Un_Mapa_De_Competiciones_Profesionales_Del_Comunicador_Social_en_Los_Entornos_Digitales

Álvarez, J., Suárez B F., & De-Haro, G. (2016). Retos y reflexiones sobre el nuevo mercado laboral en los medios de comunicación. *El Profesional De La Información*, 25(2), 262-271. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co/docview/2437378433?accountid=44394>

Salazar, M. Sepúlveda, R. (2011). Perspectivas y Proyección profesional de la comunicación social. 31(59), 194-209. *Signo Y Pensamiento*. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/914990763/citation/73B4A3076AFD4E3BPQ/59?accountid=44394>

Barrios Rubio, A. (2016). Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 22(1), 163–. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/1815405826/10A9DE83B11A4154PQ/32?accountid=44394>

Hung, E. (2014). Transformaciones comunicativas en la era digital: hacia el apagón analógico de la televisión. Editorial UOC. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:4058/es/ereader/ucc/57680?page=1>

Said, E (2006) Transformaciones del Mapa Comunicacional en la Era Digital, Universidad del Norte de Barranquilla. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/30646>

Salaverría, R. (2003). *Convergencia de los medios*. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador. Recuperado de: <http://200.41.82.22/handle/10469/10884>

López, G. (2005). *Modelos de medios de comunicación en Internet: desarrollo de una tipología*. El ecosistema digital, 2005-01-01, ISBN 84-370-6302-7, pp. 55-85. Universidad de Valencia. Valencia, España. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28310594_Modelos_de_medios_de_comunicacion_en_Internet_desarrollo_de_una_tipologia

Velásquez, A. (2007). *Convergencias en medios digitales: La labor del editor y del arquitecto de información*. Signo y pensamiento; Bogotá, Colombia. Tomo 26 n°50. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/213759103/D4573B039324975PQ/60?accountid=44394>

Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2017). *Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: De la pirámide invertida al cubo de rubik*. *El Profesional De La Información*, 26(6), 1091-1099. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co/docview/2437367618?accountid=44394>

Mellado, C. (2009). *Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas de mercado y esquemas de formación*. *Opción*, v.25 n.59 Maracaibo ago. 2009. Universidad de Concepción. Santiago de Chile, Chile. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?idp=1&id=31012510002&cid=35355>

Intriago, C., Quevedo, N. (2016). *Competencias comunicativas en la formación del comunicador social*. *Revista Científica Multidisciplinaria*, Vol.2, N.2, 2016. Universidad Autónoma de los Andes. Santodomingo, Ecuador. Recuperado de: <http://45.238.216.13/ojs/index.php/mikarimin/article/view/340/188>

Zambrano, W.R., Barrios, R. (2018). *Convergencia de medios: nuevas prácticas del comunicador del siglo XXI*. *Comunicación, Lenguajes, TIC e Interculturalidad*. [Ponencia cátedra

Unesco]. Universidad Javeriana. Recuperado de:

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57441034/CONVERGENCIA_DE_MEDIOS_NUEVAS_PRATICAS_DEL_COMUNICADOR_DEL_SIGLO_XXI.pdf?1537834455=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DConvergenCIA_de_medios_nuevas_practicAs.pdf&Expires=1601080024&Signature=GX1gh4L0X60pYSJQ0xaEZ0WEQiyCzc1FUyTV4hQRxLMdIY-IC0CrQTOlcJ5J1UroU1vnIP-3YfE5r~Cjh6J8eSr2MSCEX6BVjL~1dPt27i4F1F2L9Cv8niW92cEC3jennHaTk97JBST7oiCMbThbMJ3IVP6QPv7kMWQs~dKnhTYZxLlNdDlSyrTBmgsAwEMtS6Dx52lwX9xBj844mVoT~gHrYCWjUAamlagfoAeWpBRkyg~-mlzdjtYOZ9dY81j~bfgVhqzAkcWjPVUNMK6Zlon5CNTUdGkidHDAaA0F3owTqJxHknTSGfGPXJd2G7H5tfYzLBFahnkOxIQPV13neQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Hung, E. (2009). El reto de formar a los periodistas en el siglo XXI. Zona próxima: revista del Instituto de Estudios Superiores en Educación, ISSN 1657-2416, ISSN-e 2145-9444, Nº. 10, 2009, págs. 182-195. Fundación Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3223191>

Martin Galindo, J. L. (2017). La producción mediática como método constructivo de lo social, apuntes para una Comunicología integrativa. Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC, (XXIV), 110-125. Universidad del Valle. Cali, Colombia. Recuperado de: <http://anuario.coneicc.org.mx/index.php/AnuarioConeicc/article/view/26>

Pérez, F. (2011). Paradojas de la Comunicación digital. Aceprensa. Madrid, España. Recuperado de: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/20686/3/paradojas-de-la-comunicacion-digital.pdf>

Deharbe, D.C. (2018). Apuntes para el debate sobre la formación de los comunicadores sociales. Temas y Problemas de la Comunicación; 16; 17; 5-2018; 105-116. Universidad Nacional de Río Cuarto. Córdoba, Argentina. Recuperado de: https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/95421/CONICET_Digital_Nro.c38771fd-cdfd-42ef-988e-739bdab1ab53_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Islas, O. (2004). Las comunicaciones digitales y la oportunidad de emprender la remediación de las ciencias de la comunicación. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey, campus Estado de México, México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/340/34004110.pdf>

Ortiz, J. (2010). El rol del Comunicador Social en la Era Digital, Universidad Latina, Costa Rica. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5370252.pdf>

Puertas, Hidalgo, R., Abendaño, M. & Valdiviezo, Abad, C. (Eds.), (2020). Comunicar: de la táctica a la estrategia. Cuadernos Artesanos de Comunicación, nº178. La Laguna (Tenerife)Puertas-Hidalgo, R., Abendaño, M. & Valdiviezo-Abad, C. (Eds.),(2020). Comunicar: de la táctica a la estrategia. Cuadernos Artesanos de Comunicación, nº178. La Laguna (Tenerife). Recuperado de: <http://www.cuadernosartesanos.org/2020/cac178.pdf#page=61>

Jódar, J. (2010). LA ERA DIGITAL: NUEVOS MEDIOS, NUEVOS USUARIOS Y NUEVOS PROFESIONALES, Razón y Palabra, núm. 71, febrero-abril, 2010 Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914045.pdf>

Said, E. (2009). Transformaciones Comunicativas en la Era Digital, Ediciones Uninorte, Barranquilla, Colombia. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:4058/es/ereader/ucc/57680>

Villalobos, F., & Montiel, M. (2005). La formación de los periodistas en el siglo XXI. Retos y desafíos. Periodistas para la era digital. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (92), 4-17. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057424001.pdf>

Yanover, D. A. (2007). La revolución digital en los medios. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (97), 76-81. Recuperado de: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/416/416>

Cáceres, F., Tusa, F., Tejedor, S. (2020). La competencia digital y su importancia para el ejercicio de la comunicación organizacional en territorio. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E26), 388–399. Recuperado de: https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/2385371065?accountid=44394&rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo

Salas Forero, C. P. (2011). Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia. *Signo y pensamiento*, 31(59), 234–346. Recuperado de: https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/914990766?rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo

Blanco, S., Palomo, B. (2019). Desencuentro de los periodistas con YouTube. *El Profesional de La Información*, 28(4). Recuperado de: https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/2437065286?accountid=44394&rfr_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo

Masip, P. (2015). “Medios de comunicación digitales en 2014: un balance alternativo”. *Informes ThinkEPI 2015 sobre documentación y comunicación*, v. 1, pp. 149-158. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2149/docview/2437381684/BD9797FF8DD54EFCPO/1?accountid=44394>

Sánchez García, P., Campos Domínguez, E., Berrocal Gonzalo, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista latina de comunicación social*, 70(1042), 187–208. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1042va/12es.html>

García Avilés, J. A. (2015). *Comunicar en la sociedad red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:4058/es/ereader/ucc/57806>

Saavedra Llamas, M., Grijalba de la Calle, N., & Pedrero Esteban, L. M. (2018). Hacia una redefinición de las competencias y perfiles profesionales del comunicador audiovisual en el ecosistema digital. *Doxa, Comunicación*, 27(27), 369–385. Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/9892>

Scolari, C. A. (2008). Proyecto «Comunicadores digitales»: la formación de los comunicadores en Iberoamérica ante el desafío digital. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94532>

Cortés, Islas & Urrutia (2018). Las nuevas leyes de los nuevos medios y la reconfiguración del entorno. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/2203051544/C813265C922A49D8PQ/1?accountid=44394>

Díaz-Noci, J. (2019). Cómo los medios afrontan la crisis: Retos, fracasos y oportunidades de la fractura digital. *El Profesional De La Información*, 28(6). Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/2437352925/77E7177C95F64031PQ/10?accountid=44394>

Vega, A. (2008). Retos del periodismo en un entorno de avances tecnológicos. *Revista Q*, 3(5). Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/1328328773/2EF9E1D985F1465FPQ/30?accountid=44394>

Yepes, J. (2011). Algunas repercusiones de la sociedad de la información en la gestación de nuevas profesiones informativas. *Signo y Pensamiento*; Bogotá Tomo 31, N.º 59: 12-16. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/914990850/1FDB748D22924F02PQ/33?accountid=44394>

Zambrano Ayala, W. R., Diego García Ramírez, & Andrés, B. R. (2019). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 25(1), 587-607. Recuperado de:

<https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/2239194055/66404264584B4FB9PQ/2?accountid=44394>

Ortiz, L. (2016). La academia, los medios y el profesional ideal: el periodista generalista multimedia. *Communication & Society* 29(4), 271-287. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co:2150/docview/1833042283/6D905DCE9C36463BPQ/41?accountid=44394>

Salaverría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación. artículo de revisión. *El Profesional De La Información*, Vol.25Núm.2. Recuperado de: <https://bbibliograficas.ucc.edu.co/docview/2437065792?accountid=4439405>

LISTA DE ANEXOS

Tabla A Formato bitácora búsqueda	26
Tabla B Formato matriz de análisis – categoría 1	26
Tabla C Formato matriz de análisis - categoría 2	27
Tabla D Categoría 1: Transformación de los medios.....	76
Tabla E Categoría 2: El rol del comunicador actual en la era digital	108

Anexo A: Matriz de análisis de la categoría 1: Transformación de los medios*Tabla D Categoría 1: Transformación de los medios*

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Castell (2000)	Internet está revolucionando la comunicación por su capacidad de cortocircuitar los grandes medios de comunicación. El hecho de que sea una comunicación horizontal, de ciudadano a ciudadano, quiere decir que yo puedo crear mi propio sistema de comunicación en Internet, puedo decir lo que quiera, puedo comunicarlo. Por primera vez hay una capacidad de comunicación masiva no mediatizada por los medios de comunicación de masas. Ahí se plantea el problema de credibilidad. ¿Cómo entonces se puede creer uno lo que aparece en Internet?	10	Artículo	2000	España
Salaverría (2003)	La convergencia multimedia ha abierto nuevas posibilidades a los lenguajes periodísticos. Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar	5	Artículo	2003	
Salaverría (2003)	"La figura del periodista multimedia admite al menos dos interpretaciones: el periodista multitarea y el periodista multiplataforma"	7	Artículo	2003	
Salaverría (2003)	La digitalización y el advenimiento de las redes interactivas han supuesto, en verdad, el mayor factor desestabilizador de los medios de comunicación. Ahora bien, es un reto al que los medios no	10	Artículo	2003	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	pueden dar la espalda, puesto que los hábitos de vida y, en particular, de consumo de información por parte de los ciudadanos están cambiando rápidamente movidos por esta revolución digital.				
Salaverría (2003)	"La convergencia multimedia no debe ser entendida sólo como una gestión optimizada de los recursos, sino también como la búsqueda de productos informativos cualitativamente mejores a través de la cooperación entre medios."	10	Articulo	2003	
Islas (2004)	Mientras los comunicólogos emprendíamos extenuantes discusiones bizantinas para determinar si Internet admitía ser considerado medio de comunicación, la Red prolongaba notablemente sus posibilidades comunicativas, extendiendo la profunda e irreversible convergencia tecnológica en la cual hoy estamos inmersos, la cual ha contribuido a desmoronar muchas de las fronteras que anteriormente prevalecían entre las telecomunicaciones, los medios de difusión masiva, etc.	7	Articulo	2004	
Islas (2004)	En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, el periodista será un periodista multimedia, capaz de realizar su trabajo en todos los medios y con todos los medios. Su sólida formación ética y profesional le permitirá distinguirse de las tareas informativas que asumirán entusiastas cibernautas, quienes con el paso de los años seguramente conformarán una extensa red de corresponsales autónomos que disputarán a periodistas profesionales el privilegio de referir hechos noticiosos de interés mundial	11	Articulo	2004	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
López (2005)	"Internet permite acercar el contenido deseado y especializado al consumidor de la información, generando nuevos tipos de comunicación interpersonal y redefiniendo la comunicación de masas, en la medida en la que la hemos descrito. Internet facilita el acceso a la información".	250	Libro	2005	España
López (2005)	La digitalización, replantea la identidad de los medios que pivota hacia los contenidos y revaloriza su imagen, su marca. Hoy los medios comprenden que su negocio es el contenido y que, en lugar de vender soportes, se trata de generar servicios multiplataforma a los que el usuario accede desde múltiples terminales en función de su situación y necesidades	43	Libro	2005	España
López (2005)	La multiplicidad de medios de comunicación va pareja a las posibilidades y aplicaciones que permite el medio, y estas últimas son, en el caso de Internet, considerables y continuamente ampliadas, pues se trata de un soporte que no ha definido aun totalmente las características de los medios que alberga	60	Libro	2005	España
López (2005)	Por medios globales nos referimos a medios (portales y cibermedios) cuya génesis es el mismo hecho comunicativo, el ofrecimiento de unos determinados contenidos a un público, a los que pueden añadirse toda clase de servicios y formas de interactividad que contribuyen a hacer de ellos el espacio que tiende a integrar en su interior a la casi totalidad de los medios de comunicación (lo cual, de hecho, es el objetivo que explica la fisonomía de los portales, así como el fenómeno de la portalización de los cibermedios)	82	Libro	2005	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Bencomo, (2005)	Hoy por hoy nuestra sociedad vive una etapa novedosa de información y comunicación. Las nuevas tecnologías vienen a ser agentes protagonistas de este “cambio de época, o época de cambio”, presente en el contexto de los medios de comunicación social.	2	Articulo	2005	
Bencomo, (2005)	“Las innovaciones tecnológicas, como agentes de cambio, por sí solas, desde siempre han generado expectativas, y miedos en el actor trabajador, tanto en su esfera individual como en su esfera colectiva.”	3	Articulo	2005	
Said (2006)	El actual proceso de digitalización y la convergencia tecnológica están generando la presencia de distintos niveles de transformación en el seno del mapa comunicacional de los individuos / espectadores, según el grado de dominio y aproximación tecnológica que tendrá éste en torno a los nuevos soportes y capacidades de acceso informativo o de contenido que comienzan a surgir en el marco de la sociedad de la información	5	Articulo	2006	
Said (2006)	El nuevo zapping multimedia, que hoy irrumpe con las nuevas posibilidades de desarrollo en el sector audiovisual, hace que el impacto en las Tics sea elevado, y que detrás de ellas los referentes comunicativos y cognitivos sean cada vez más complejos	3	Articulo	2006	
Said (2006)	Nos encontramos en un momento de transición social en el que los espectadores se encuentran inmersos en la transmutación del conjunto de elementos comunicativos adquiridos hasta ahora, bajo la confluencia de modelos orales (primarios y secundarios) en un entorno cada vez más complejo. Esto incide en el establecimiento de nuevas bases de relación social,	2	Articulo	2006	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	identidad, valores, bagajes culturales, noción del espacio y tiempo, entre otros. Todo, desde el actual proceso de digitalización y convergencia tecnológica				
Vélasquez (2007)	"La tecnología digital, y su aparición, puede interpretarse como la respuesta a unas necesidades contemporáneas de expresión y comunicación; o mejor, las necesidades de expresión y comunicación contemporáneas pasan también por la aparición de las nuevas tecnologías digitales."	3	Artículo	2007	Colombia
Vélasquez (2007)	El medio digital supone no sólo la aparición de unas ciertas tecnologías, sino, también, la transformación de prácticas sociales y culturales, la configuración de circuitos de pensamiento propio, así como una reconstitución de lo que configura lo humano y sus relaciones con su ambiente y su otro	3	Artículo	2007	
Vélasquez (2007)	"Los medios digitales logran crear un lenguaje común para expresar todos los medios, constituyéndose así en medios universales, portadores de todos los medios anteriores".	5	Artículo	2007	
Vélasquez (2007)	"Los medios digitales logran crear un lenguaje común para expresar todos los medios, constituyéndose así en medios universales, portadores de todos los medios anteriores".	5	Artículo	2007	
Vélasquez (2007)	Tanto la comunicación como la ciencia de la información aportan elementos conceptuales que construyen un marco dentro del cual se pueden comprender las propiedades expresivas y representacionales de los medios digitales, como la interactividad, la navegabilidad, su habilidad para recuperar y mostrar información y la	7	Artículo	2007	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	modelación de espacios de información navegables				
Vélasquez (2007)	Tanto la comunicación como la ciencia de la información aportan elementos conceptuales que construyen un marco dentro del cual se pueden comprender las propiedades expresivas y representacionales de los medios digitales, como la interactividad, la navegabilidad, su habilidad para recuperar y mostrar información y la modelación de espacios de información navegables	7	Articulo	2007	
Vélasquez (2007)	"La transcodificación se puede entender como la particular posibilidad de los nuevos medios para convertir los formatos de los medios previos en formatos digitales."	8	Articulo	2007	
Vélasquez (2007)	La tecnología, desde siempre, ha transformado la manera como nos comunicamos, la forma como desarrollamos nuestras labores en el trabajo; también, ha cambiado la forma como vemos el mundo, como lo construimos y lo representamos. Dicha situación no ha sido la excepción con las comúnmente llamadas nuevas tecnologías (refiriéndose, concretamente, a los nuevos medios digitales)	10	Articulo	2007	
Vélasquez (2007)	La aparición de estas tecnologías responde a un momento histórico particular que expresa un nuevo orden económico, social y cultural, y a la entrada de las sociedades contemporáneas a un modelo económico postindustrial, donde el sector de los servicios y la manipulación y producción de información son el eje constituyente de las actividades económicas"	12	Articulo	2007	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Hung (2009)	El nuevo reto que tienen ante sí los periodistas les pueden permitir la generación de nuevas formas de llevar a cabo su labor profesional. Ello en vista que en la sociedad contemporánea ya no sólo son importantes los contenidos y la forma como se presentan, sino también la facilidad de acceso a esta información y la rapidez con que se llegue a potenciales lectores, cada vez más amplios, dispersos y heterogéneos	7	Articulo	2009	Colombia
Islas (2010)	Identificar los flujos de comunicación que se podrían construir basados en la colaboración (todas las partes se benefician, lo que constituye el objetivo final de la comunicación). Entre más puntos de conexión existan entre la herramienta y el público, mejor resultará el flujo de comunicación. Lo anterior implica una tarea exhaustiva de perfilamiento de los dos: cada público y las herramientas.	6	Articulo	2010	
Islas (2010)	Cualquier individuo con un computador y una conexión a internet (en casi todas las zonas geográficas) está en la capacidad de publicar o comentar sobre cualquier evento, al tener información disponible para crear un criterio más amplio y menos sesgado que con los medios tradicionales. Esto, como resultado, promueve la innovación, acelera el proceso de cambio y de proliferación de la comunicación.	1	Articulo	2010	
Islas (2010)	“Los flujos de comunicación son las corrientes que transportan los mensajes cargados con información y estímulos. Para el comunicador es la manera de delinear el proceso de flujo: estructurar datos con carga afectiva en un hecho o una historia, darle un formato; e-mail, artículo, tweet, publicidad, entre otros.	7	Articulo	2010	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	Los datos deben ser acomodados y enviados a través de un vehículo, para finalmente encaminar ese vehículo en rieles con conexión directa al receptor				
Jódar (2010)	"La convergencia tecnológica propiciada por la llamada Revolución Digital constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana".	3	Articulo	2010	
Jódar (2010)	"El carácter sinérgico de las nuevas tecnologías marcará los procesos productivos y comunicacionales de nuestra era a nivel mundial, denominada Revolución Digital. Así, los sectores del ámbito de las telecomunicaciones pierden su carácter autónomo e independiente a favor de la flexibilidad, y las antiguas parcelaciones tecnológicas autónomas se disuelven haciéndose obligatorios los contactos y las colaboraciones multidisciplinarias"	3	Articulo	2010	
Jódar (2010)	"La influencia ejercida por los medios informáticos en todos los procesos y fases de la comunicación de los medios actuales abarca el registro, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la información, ya sea en forma de textos, imágenes fijas o en movimiento, sonido o construcciones espaciales. Por consiguiente, igual que la energía fue el motor de la Revolución Industrial, la información es el eje sobre el que gira esta revolución tecnológica"	5	Articulo	2010	
Jódar (2010)	"En el contexto de esta nueva Era Digital, se puede apreciar cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determinan nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos. Con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas	6	Articulo	2010	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales"				
Jódar (2010)	"La transición a la digital es una tarea compleja y supone una renovación prácticamente integral de los equipamientos, así como de los fondos documentales."	7	Articulo	2010	
Jódar (2010)	"Los medios y los profesionales deben procurar cubrir todas las necesidades, así como el abanico de posibles contenidos. Frente al nuevo perfil de usuario más activo, surge inevitablemente el de un nuevo profesional adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios".	8	Articulo	2010	
Jódar (2010)	"Estos new media, denominados así por su vinculación con sus predecesores no digitales, vienen a ser una redefinición de los medios tradicionales adaptados a la nueva realidad digital".	8	Articulo	2010	
Díaz (2010)	La convergencia ha afectado a diversos aspectos de la comunicación. Desde una perspectiva técnica supone una mayor portabilidad de los datos, la existencia de redes descentralizadas, una abundancia de tecnología y aplicaciones, el acercamiento de los procesos de creación y producción, la posibilidad de que los usuarios se conviertan en productores, y la aceleración del tiempo y los límites temporales.	2	Articulo	2010	España
Díaz (2010)	Desde un punto de vista organizativo se detecta una tendencia en los medios hacia la producción integrada, los profesionales multitarea, la distribución multiplataforma y la audiencia activa. En un primer momento es probablemente la distribución para diversas plataformas la que obtiene más éxito.	3	Articulo	2010	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Díaz (2010)	La convergencia propicia la integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados.	3	Artículo	2010	España
Pérez (2011)	"Las herramientas de comunicación digital y móvil han aumentado la rapidez en la transmisión de mensajes y noticias de última hora, facilitando la difusión global y la participación en tiempo real en distintos eventos. La velocidad de la información provoca efectos llamativos en cuestiones como la reputación de las personas y la difusión"	10	Artículo	2011	
Salazar & Sepulveda (2011)	las convergencias no pasan solo por el escenario mediático, sino que desarrollan otras dimensiones comunicativas de la vida cotidiana, donde se entrecruzan nuevas estructuras narrativas que permiten que los sujetos se cuenten como son, se identifiquen y construyan sentidos sociales, políticos y culturales	8	Artículo	2011	Colombia
Salazar & Sepulveda (2011)	Las tecnologías de la comunicación y la información poseen un poder extraordinario para distribuir contenidos, sin límites temporales ni espaciales.	9	Artículo	2011	Colombia
Salazar & Sepulveda (2011)	La apertura informativa que se logró con el desarrollo de Internet generó unas condiciones más complejas en la competencia por la información.	11	Artículo	2011	Colombia
Salazar & Sepulveda (2011)	las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están reconfigurando los modos de comunicación y de 'estar juntos', por las transformaciones de la percepción del espacio y del tiempo.	11	Artículo	2011	Colombia
Salazar & Sepulveda (2011)	Si el presente y futuro devienen como una era digital, pero como lo veíamos no arrasan con el mundo analógico en su totalidad, sino que se plantea un universo convergencias.	13	Artículo	2011	Colombia

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Salazar & Sepulveda (2011)	las llamadas narrativas transmediáticas, en las cuales los consumidores participan en los procesos creativos, y en las estructuras complejas de la producción de contenidos.	15	Articulo	2011	Colombia
Fresno (2012)	Los social media han entrado en una cohabitación competitiva con los mass media en inmediatez, cobertura, alcance, notoriedad y relevancia gracias a la circularidad, negociabilidad y apertura de las prácticas comunicativas.	3	Articulo	2012	España
Fresno (2012)	Nos enfrentamos individual y colectivamente, a escala local y global, a un nuevo contexto de comunicación interpersonal y social como resultado de la irrupción de Internet, el fenómeno tecnológico más disruptivo de las últimas décadas, que ha supuesto una reorganización radical de las prácticas comunicativas.	8	Articulo	2012	España
Fresno (2012)	Los medios sociales se han convertido en un espacio dónde hacer visibles las interacciones sociales entre las personas, se conozcan o no previamente entre sí.	2	Articulo	2012	España
Fresno (2012)	La web 2.0, gracias a su arquitectura y código, ha facilitado la producción e intercambio de cantidades exponenciales de información a una velocidad y disponibilidad nunca antes posible a escala local y global simultáneamente.	2	Articulo	2012	España
Scolari (2013)	"Estamos pasando de la convergencia tecnológica a la convergencia de medios: los teenagers o nativos digitales nacieron entre el televisor y el computador... han convertido masivamente y durante muchas horas diarias la convergencia en un asunto más cultural y transmediático que tecnológico, es decir, de circulación fluida de información y entretenimiento entre medios: usan todo tipo de intercambios comunicativos	320	Libro	2013	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	alternativamente, en dispositivos polifuncionales en los que se integran textos, imágenes y audios. Internet como "meta medio" parecía suficiente para lograrlo, incluso pagando por el acceso, no por los contenidos".				
Scolari (2013)	"Las narrativas transmedia se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios. También atraviesan los géneros: hay narrativas transmedia en la ficción, en el periodismo, el documental o la publicidad.	22	Artículo	2013	España
Scolari (2013)	"las narrativas transmedia también se caracterizan por otro componente: una parte de los lectores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se propone ampliar su mundo narrativo con nuevas piezas textuales. Dicho en otras palabras: la expansión de un universo narrativo deja de ser patrimonio de su creador"	23	Artículo	2013	España
Scolari (2013)	"Los cambios en el ecosistema mediático han jaqueado casi un siglo de teorías de la comunicación inspiradas por el modelo del broadcasting. Conceptos como «audiencia», «medio» o «comunicación de masas» deben ser revistos."	23	Artículo	2013	España
Scolari (2013)	"Los cambios en el ecosistema mediático han jaqueado casi un siglo de teorías de la comunicación inspiradas por el modelo del broadcasting. Conceptos como «audiencia», «medio» o «comunicación de masas» deben ser revistos."	25	Artículo	2013	España
Scolari (2013)	"Los cambios en el ecosistema mediático han jaqueado casi un siglo de teorías de la comunicación inspiradas por el modelo del broadcasting. Conceptos como «audiencia», «medio» o	32	Artículo	2013	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	«comunicación de masas» deben ser revistos."				
Vega(2008)	"Los cambios aportados a la profesión por el ciberperiodismo también se reflejan en las ediciones tradicionales de los medios, que se han visto obligadas a reinventarse en un significativo reto profesional. Por ejemplo, las últimas tendencias del diseño de impresos tienen una fuerte influencia del diseño web. Algo similar ocurre con el estilo de redacción web (lenguaje directo, frases y párrafos breves, etc.)"	15	Artículo	2013	
Vega(2008)	"Los medios se han visto obligados a introducir en sus versiones tradicionales diferentes aplicaciones de su forma de producir contenidos, como el periodismo ciudadano, los chats y correos electrónicos simultáneos con programas de televisión en directo; las encuestas y la producción colaborativa"	22	Artículo	2013	
Barrios (2014)	"Uno de los problemas que aquejan actualmente a la comunicación humana deriva del paso que se está dando desde el uso autoritario, vertical, enmudecedor y anti comunitario que hacían de ella quienes tenían el poder y el dominio, hacia una comunicación humana mediada por la tecnología, abierta y disponible para quienes tienen acceso a las herramientas que ofrecen las redes sociales y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)"	1	Artículo	2014	
Barrios (2014)	"Los nuevos medios, y los ya tradicionales que se han bifurcado, continúan con los propósitos mediáticos de informar, educar y entretener, incorporando espacios de libertad alternativa en los que surgen agendas críticas: espacios en los que se explota la importancia de los mensajes, generando esa confianza que	1	Artículo	2014	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	debe existir en la relación historias-audiencias"				
Barrios (2014)	"Las narrativas y propuestas comunicativas de los medios a los usuarios se dan bajo la representación convencional de las diversas formas de expresión que hacen uso del lenguaje propio de cada medio para persuadir, haciéndolo a través de textos elaborados pero predispuestos por su significado, de historias públicas y privadas concebidas para ser entendidas desde la óptica de lo que proponen"	1	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Los profundos cambios ocurridos en el campo de las comunicaciones, producto de la convergencia de las tecnologías informáticas, audiovisuales y de las telecomunicaciones, han revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información	4	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Una sociedad digitalizada y globalizada como la de hoy exige, tanto a la academia como a los profesionales, asumir un proceso de actualización y culturización constante a nivel tecnológico; un proceso que no solo implica el dominio de aparatos, sino aprender a enfrentar nuevas formas de pensar y actuar. El campo profesional requiere comunicadores capaces de innovar y crear nuevas propuestas, productos, narrativas y demás estrategias para llegar e impactar al público"	4	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Se puede decir que la incorporación de las nuevas tecnologías en las actividades diarias y comunes del mundo ha generado nuevas estéticas, nuevas maneras de concebir la autoridad, nuevas formas de interrelación entre los seres humanos, manteniéndose, eso sí, una brecha entre unos y otros, que es	5	Articulo	2014	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	palpable en los códigos de lenguaje y los portales que se visitan en busca de información"				
Barrios (2014)	"En el proceso de globalización y digitalización de los medios y su relación con los usuarios, cada empresa de comunicaciones define su política de actuación en las redes sociales, que constituyen un espacio donde el medio puede gozar de credibilidad, aunque está muy fácilmente puede verse afectada por una mala actuación"	7	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"El paso desde el mundo analógico a la digital se ha dado no solo en el ámbito de la tecnología, sino en la forma de pensar de la gente. El ser humano está preparado para realizar múltiples tareas simultáneamente.	8	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"En el entorno digital de hoy no se puede hablar de usuarios: todos son actores sociales constructores de interacción, conversación, intercambio de información, y manifiestan opiniones en busca de visibilidad. Las redes sociales y las TIC se han convertido en grandes herramientas para aumentar la experiencia, tanto para el receptor como para los periodistas que transmiten las noticias"	8	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Los nuevos valores de la comunicación entre el medio y sus usuarios están sintetizados en tres aspectos: instantaneidad, mayor cobertura y comunicación bidireccional. El periodista de la era transmedia requiere saber que los medios son nuevos, que exigen nuevos lenguajes y esquemas, generan productos a los que el usuario se enfrenta con el tacto y con los cuales interactúa"	9	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Las industrias de las tecnologías comunicacionales son emprendimientos	10	Articulo	2014	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	de la mente para la mente, y buscan explicar contextos subjetivos en los que el "yo creador" debe ser consciente del mundo en que vive, ese mundo que es el control de las TIC. Se trata de un proceso de creatividad y emprendimiento en una sociedad de la simulación, aquella que circula día a día a través de la autopista de la información"				
Barrios (2014)	"Las tecnologías digitales han multiplicado las oportunidades laborales para los expertos en información y comunicación, y así seguirá ocurriendo en el futuro"	2	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Las tecnologías y sus plataformas reconfiguran el panorama mediático al tiempo que ponen a disposición del receptor un sin número de artefactos con los cuales la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización"	3	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"La técnica transmedia es una nueva metodología para crear narrativas en múltiples plataformas; se cuentan historias de manera atractiva para enganchar el diálogo con el consumidor"	4	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Hoy las TIC y su convergencia requieren comprenderse en un complejo proceso cultural que propicia formas organizacionales, reconfigura las instituciones, los roles y las prácticas de saber y poder"	4	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"La comunicación digital se caracteriza por la utilización de los medios tecnológicos implicados en sus instrumentos, o sea, las plataformas electrónicas y sus sistemas	4	Articulo	2014	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	comunicativos. Estos recursos implican gramáticas para la producción textual, posibilidades comunicativas y generan marcos de interacción cara a cara, mediática, massmediática e interacción mixta"				
Barrios (2014)	"La mayoría de los medios tradicionales prensa, radio y televisión se han instalado en la plataforma Internet; junto a ellos han nacido otros dentro de la Red creando una simbiosis que está dando origen a los medios digitales, en los cuales se generan otros modelos de comunicación basados en procesos interactivos, otras modalidades informativas, otros modos de narrar los datos, los hechos, las ideas y opiniones"	8	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Los medios pasan por un proceso de convergencia empresarial, tecnológico, profesional y comunicativo en el que a través del ensayo y error se reinventan y reacomodan en un sistema narrativo"	17	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Los medios pasan por un proceso de convergencia empresarial, tecnológico, profesional y comunicativo en el que a través del ensayo y error se reinventan y reacomodan en un sistema narrativo"	17	Articulo	2014	
Barrios (2014)	"Esta visión frente a la globalización de la comunicación hace referencia a la unión fronteriza de Internet y a la posible adaptación de los medios de comunicación al espacio digital de una red de redes. Se abre a una generación net producto del actor preponderante en las tecnologías que no harán disminuir usuarios sino, al contrario, buscará nuevos consumidores de la información en la red a través de la hipertextualidad.	6	Articulo	2014	
Rubio & Zambrano (2014)	"Las tecnologías y sus plataformas reconfiguran el panorama mediático al tiempo que ponen a disposición del	15	Articulo	2014	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	receptor un sin número de artefactos con los cuales la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida y convergente.”				
Rubio & Zambrano (2014)	La comunicación digital se caracteriza por la utilización de los medios tecnológicos implicados en sus instrumentos, o sea, las plataformas electrónicas y sus sistemas comunicativos. Estos recursos implican gramáticas para la producción textual, posibilidades comunicativas y generan marcos de interacción cara a cara, mediática, massmediática e interacción mixta.	16	Artículo	2014	
Rubio & Zambrano (2014)	“Se abre a una generación net producto del actor preponderante en las tecnologías que no harán disminuir usuarios sino, al contrario, buscará nuevos consumidores de la información en la red a través de la hipertextualidad.”	18	Artículo	2014	
Said (2014)	la revolución tecnológica de las comunicaciones, ha generado una falsa impresión de nuestro entorno. Por ejemplo, los distintos medios han dejado de cumplir la tradicional función de canal de transmisión de información para así tener un “valor” añadido, abarcando cada una de las dimensiones del hombre, ejerciendo presión sobre este.	12	Libro	2014	España
Said (2014)	Nos encontramos en un momento de transición social en el que, producto de la creciente digitalización y convergencia tecnológica del sector de las telecomunicaciones, los individuos/espectador es se encuentran inmersos en la transmutación del conjunto de elementos comunicativos adquiridos hasta ahora, bajo la confluencia de modelos orales (primarios y secundarios) en un entorno cada vez	189	Libro	2014	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	más complejo, donde los espacios naturales, urbanos y virtuales se entremezclan y retroalimentan entre sí.				
Said (2014)	Nos encontramos en un momento de transición social en el que, producto de la creciente digitalización y convergencia tecnológica del sector de las telecomunicaciones, los individuos/espectador es se encuentran inmersos en la transmutación del conjunto de elementos comunicativos adquiridos hasta ahora, bajo la confluencia de modelos orales (primarios y secundarios) en un entorno cada vez más complejo, donde los espacios naturales, urbanos y virtuales se entremezclan y retroalimentan entre sí.	189	Libro	2014	España
Said (2014)	El continuo desarrollo en el sector de las telecomunicaciones y la informática ha traído consigo una progresiva convergencia de los distintos soportes tecnológicos al área de las comunicaciones, que ha contribuido a cambiar las formas de inter relación social y mediática, al permitir la puesta en marcha de actividades, a través de los avances tecnológicos, de forma más eficiente y competitivas	23	Libro	2014	España
Said (2014)	existen infinidad de líneas de pensamiento en torno a la interactividad. La principal está orientada al cambio de rol pasivo del consumidor, en la que las alternativas de personalización de los bienes y servicios, así como de los conocimientos, entretenimientos y noticias, entre otros, son adaptados por los usuarios de acuerdo con sus intereses.	27	Libro	2014	España
Said (2014)	existen infinidad de líneas de pensamiento en torno a la interactividad. La principal está orientada al cambio de rol pasivo del consumidor, en la que las	27	Libro	2014	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	alternativas de personalización de los bienes y servicios, así como de los conocimientos, entretenimientos y noticias, entre otros, son adaptados por los usuarios de acuerdo con sus intereses.				
Said (2014)	Las innovaciones tecnológicas no solo deconstruyen, sino que, a su vez, reconstruyen las percepciones contemporáneas y, sobre todo, “están desplazando gradualmente lo orgánico a favor de lo cibernético, y lo simbólico a favor de lo imaginario, produciendo una fragmentación del ser”	34	Libro	2014	España
Berrocal, Campo & Sanchez (2015)	Los cambios profesionales y tecnológicos van de la mano de los nuevos consumos de las audiencias en un momento en el que los medios de comunicación publican igualmente contenidos generados por el usuario, permitiendo y fomentando la inclusión de comentarios, fotos, vídeos, blogs e incluso artículos elaborados por los receptores y que les convierte en ‘prosumidores’	12	Articulo	2015	
Berrocal, Campo & Sanchez (2015)	“El periodista realiza nuevas tareas, especialmente en el ámbito online, que están muy relacionadas con el fomento de nuevas narrativas, la gestión de las redes sociales y las nuevas fuentes de información.”	12	Articulo	2015	
Zambrano, García & Barrios (2019)	El nuevo ecosistema digital los ha llevado a pensar en multipantallas, páginas web, dispositivos móviles y redes sociales, lo cual corresponde al replanteamiento, cambios y configuración de los medios tradicionales en la creación de nuevos lenguajes y narrativas, de contenidos, géneros periodísticos y audiencias.	2	Articulo	2015	
Zambrano, García & Barrios (2019)	la convergencia de medios es más que un mero cambio tecnológico; altera la lógica con la que operan las industrias culturales	4	Articulo	2015	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	y con la que procesan la información y el contenido los consumidores de los medios.				
Zambrano, García & Barrios (2019)	“Lo digital es la especialidad que utiliza la convergencia para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos.”	4	Artículo	2015	
Masip (2015)	El auge de las redes sociales y de la movilidad ha generado una multiplicidad de discursos eufóricos que ensalzan la figura idealizada de un ciudadano hambriento de información dispuesto a acceder a ella en cualquier momento y ávido por participar, por interactuar con los medios e incidir en la esfera pública.	18	Libro	2015	España
Masip (2015)	“La creciente competición de internet y la convergencia de medios exige un esfuerzo mayor para atraer la atención de la audiencia, hecho que se ha traducido en la generalización del infoentretenimiento como formato informativo.”	21	Artículo	2015	España
Masip (2015)	“La creciente competición de internet y la convergencia de medios exige un esfuerzo mayor para atraer la atención de la audiencia, hecho que se ha traducido en la generalización del infoentretenimiento como formato informativo.”	21	Artículo	2015	España
Canavilhas (2015)	En los factores intermediáticos, entre los que se incluyen el estudio de los medios y sus relaciones, el cambio más importante ha sido el surgimiento de dos nuevas especies -la Web y los dispositivos móviles- que modificaron los contenidos y la forma de consumir información.	2	Artículo	2015	Portugal
Canavilhas (2015)	“Las nuevas tecnologías reclaman nuevas formas de producir, presentar y distribuirla información porque su influencia se hace sentir en todas las fases del proceso periodístico.”	2	Artículo	2015	Portugal

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Canavilhas (2015)	La reducción de plantillas, la competencia de los medios online gratuitos y la emergencia de los agregadores de información presionan a los medios de comunicación tradicionales para producir mayor cantidad de información de forma más rápida y con menos recursos.	3	Articulo	2015	Portugal
Canavilhas (2015)	“Después de décadas en que las personas iban a por la información, entramos en una era en que la información tiene que ir a por las personas.”	4	Articulo	2015	Portugal
Canavilhas (2015)	De los tradicionales contenidos monomedia replicados en la Web, los medios de comunicación deben pasar a la producción de contenidos multimedia interactivos que sepan explorar las características únicas de la Web, involucren al usuario y estén estructurados por niveles de información.	5	Articulo	2015	Portugal
Canavilhas (2015)	Los nuevos medios tienen que estudiar formas de ofrecer a los usuarios la posibilidad de interactuar con sus periodistas, de participar en foros internos, de crear lazos con el medio. Se trata de implementar estrategias de lealtad basadas en la valoración de una red propia que puedan involucrar al usuario, creando sentimientos de pertenencia al medio.	5	Articulo	2015	Portugal
Canavilhas (2015)	La información tiene que estar donde están las personas y la forma de conseguirlo es distribuirla para los dispositivos que acompañan a los usuarios durante todo el día: ordenadores, móviles y tabletas. El desafío está en encontrar la forma de producir y distribuir contenidos adaptados a esta nueva realidad con calidad suficiente el usuario.	6	Articulo	2015	Portugal

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Drulă (2015)	“La «convergencia mediática» descrita en relación con el usuario/consumidor, y en términos de contenido generado por los mismos usuarios, comprende nuevas categorías de contenido”.	1	Articulo	2015	Rumania
Drulă (2015)	En cualquier caso, entendemos que la convergencia mediática se basa en una solución tecnológica, y la solución actual son los sistemas de Control de Contenido Web (CMS) (siglas en inglés), que han logrado aprovechar el potencial del contenido multimedia generado por los usuarios.	3	Articulo	2015	Rumania
Drulă (2015)	En cualquier caso, entendemos que la convergencia mediática se basa en una solución tecnológica, y la solución actual son los sistemas de Control de Contenido Web (CMS) (siglas en inglés), que han logrado aprovechar el potencial del contenido multimedia generado por los usuarios.	3	Articulo	2015	Rumania
Drulă (2015)	En cualquier caso, entendemos que la convergencia mediática se basa en una solución tecnológica, y la solución actual son los sistemas de Control de Contenido Web (CMS) (siglas en inglés), que han logrado aprovechar el potencial del contenido multimedia generado por los usuarios.	3	Articulo	2015	Rumania
Drulă (2015)	La convergencia mediática representa la unificación de varias tecnologías y contenido de varios tipos. Al mismo tiempo, la narración multimedia en sí misma representa una forma de convergencia entre texto, audio, fotografía y secuencias de vídeo. Pero lo multimedia es más que eso, puesto que también incluye la estructura hipertextual de la información y representación gráfica y visual en pantalla.	3	Articulo	2015	Rumania

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Drulă (2015)	“La convergencia posibilita la narración multimedia interactiva a través de múltiples tipos de contenido. Estas narraciones multimedia pueden compartirse y distribuirse fácilmente en distintas plataformas, con el objetivo de llegar a un público u otro.”	5	Articulo	2015	Rumania
Drulă (2015)	“Los medios online reflejan las relaciones entre multimedia y convergencia. El aspecto visual, el diseño y la estructura de la información en la web son factores a tener en cuenta.”	5	Articulo	2015	Rumania
Salaverría (2016)	En efecto, a raíz del impacto de las tecnologías digitales, los profesionales de la comunicación han experimentado una evolución profunda en sus perfiles y, cabría decir, en su propia identidad. Esto ha suscitado un sinfín de reflexiones sobre la mudanza de las profesiones de la comunicación	2	Articulo	2016	
Salaverría (2016)	" Las tecnologías digitales han multiplicado las oportunidades laborales para los expertos en información y comunicación, y así seguirá ocurriendo en el futuro"	2	Articulo	2016	
Barrios (2016)	Los medios de comunicación, hoy cobra relevancia aquella estrategia publicitaria de la media mix en donde se produce todo un proyecto de comunicación en el que cada medio desde sus argumentos narrativos genera un mensaje particular que es reforzado por el otro desde sus particularidades para llevar al sujeto a la acción planificada.	3	Articulo	2016	
Barrios (2016)	La creación y proliferación de plataformas y medios de comunicación en el entorno digital, permite que un enorme número de personas reciban el mismo mensaje, en cadena o en tiempos diferenciales, pero al mismo tiempo lo	3	Articulo	2016	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	recontextualicen y propongan nuevas narrativas frente a los hechos.				
Barrios (2016)	Inmersos en el campo tecnológico tanto los medios de comunicación como los usuarios comprendieron que el panorama lleva a un entorno colaborativo en el que convergen las distintas alternativas de comunicación para generar una narrativa transmedia en la cual se potencia la imaginación y la creatividad de cada uno de los participantes.	11	Articulo	2016	
Barrios (2016)	"Los medios se convierten en plataformas que permiten a los usuarios no solo llegar a la información sino hacer uso de ella, para generar nuevas propuestas, al tiempo que las comparte"	11	Articulo	2016	
Barrios (2016)	Las redes sociales, y las TIC en general, han impactado en el mundo porque son igualadoras sociales que responden a una necesidad innata del ser humano, esas ansias de comunicación con el otro, de saber más del otro o de eso que está pasando a la distancia	8	Articulo	2016	
Barrios (2016)	"La alta dosis tecnológica que hoy acompaña, no solo a los seres humanos sino, a los mass media diversificó la relación entre los medios de comunicación tradicionales y los medios del entorno digital, de modo que el usuario llega a los contenidos no solamente por los aparatos o terminales tradicionales, sino que comprende una nueva narrativa que implica la confluencia de herramientas y plataformas con sus lenguajes, ventajas y limitaciones"	8	Articulo	2016	
Barrios (2016)	Para hablar de un esquema de comunicación del periodismo transmedia se debe tener en cuenta a los actores que hacen parte del proceso (personas,	10	Articulo	2016	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	medios, plataformas, tecnología, contexto, ambiente) bajo los cuales se concibe, produce, circula y recibe el mensaje				
Barrios (2016)	"Se está al frente de un entorno comunicativo en el que los códigos cambian y se generan nuevas estrategias para llegar a la audiencia con temas y lenguajes comunes a los de ellos."	12	Articulo	2016	
Barrios (2016)	"En el entorno transmedia se conjuga el papel de emisor y receptor, todos en un momento determinado se encuentran en una u otra posición, enriqueciendo el discurso con la participación conjunta y las particularidades de cada uno"	12	Articulo	2016	
Scolari (2008)	La tecnología digital no es un fin en sí mismo ni una panacea, pero induce a nuevos modos de apropiación, nuevos comportamientos y llega a afectar hasta los principios teóricos más fundamentales de las ciencias de la información y de la comunicación	5	Articulo	2016	
Scolari (2008)	La tecnología digital no es un fin en sí mismo ni una panacea, pero induce a nuevos modos de apropiación, nuevos comportamientos y llega a afectar hasta los principios teóricos más fundamentales de las ciencias de la información y de la comunicación	5	Articulo	2016	
Scolari (2008)	"Entendemos por «digitalización» la actualización de los planes de estudios para incorporar, tanto desde una perspectiva teórico-analítica como práctico-profesional, todos los aspectos vinculados a las tecnologías digitales de la información y la comunicación"	6	Articulo	2016	
Scolari (2008)	"Entendemos por «digitalización» la actualización de los planes de estudios para incorporar, tanto desde una perspectiva teórico-analítica como	6	Articulo	2016	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	práctico-profesional, todos los aspectos vinculados a las tecnologías digitales de la información y la comunicación"				
Scolari (2008)	"El comienzo del nuevo siglo está marcado por una nueva ola de dinamismo en los sectores profesionales de la comunicación. El estallido de la burbuja tecnológica permitió tomar conciencia de los límites de la fascinación tecnológica"	5	Articulo	2016	
Scolari (2008)	"El comienzo del nuevo siglo está marcado por una nueva ola de dinamismo en los sectores profesionales de la comunicación. El estallido de la burbuja tecnológica permitió tomar conciencia de los límites de la fascinación tecnológica"	5	Articulo	2016	
Suárez (2016)	Conscientes de la presencia activa que tiene la ciudadanía en la Red, las empresas mediáticas han encontrado en las plataformas que soportan los medios sociales, una oportunidad para acercarse a sus audiencias de una forma más directa y personalizada	18	Articulo	2016	Colombia
Suárez (2016)	Actualmente Internet no es sólo un espacio formado por ingenieros en búsqueda de una arquitectura robusta y manejable para diferentes usuarios. La red se ha abierto a convertirse en uno de tantos sistemas integrados y apropiados por la sociedad; y como sucede en la mayoría de entornos sociales, en este se definen un sinnúmero de contrastes y conflictos concretados en muchas ocasiones por los medios, la opinión pública, y la relaciones entre estos.	22	Articulo	2016	Colombia
Suárez (2016)	Estos nuevos procesos que empiezan con cambios en la selección de la información, incluyen a los medios sociales como complemento de las fuentes periodísticas tradicionales.	22	Articulo	2016	Colombia

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	Plataformas sociales como Facebook o portales de Microblogging como Twitter funcionan como un sistema de alertas y recursos informativos a través del cual se puede acceder a testimonios e historias relevantes que pueden añadir un gran valor a cualquier pieza informativa.				
Suárez (2016)	Aunque los medios sociales, por sí solos, son considerados una fuente inagotable de información, este planteamiento tiene en cuenta a la fragilidad del contenido generado por los usuarios en términos de calidad y que la labor del periodista es verificar y darles legitimidad y credibilidad a estos datos a partir de su publicación en los medios oficiales de comunicación.	25	Artículo	2016	Colombia
Trillo & Alberich (2017)	El foco mediático por lo económico y lo laboral en el ámbito profesional ha desatendido la transformación profunda -con un impacto mucho mayor y a más largo plazo que está implicando el nuevo ecosistema digital en cuanto a cómo nos comunicamos con nuestros lectores y usuarios.	4	Artículo	2017	Colombia
Trillo & Alberich (2017)	La verdadera innovación de la noticia periodística se juega hoy en el camino, en los flujos, en la estructura, en cómo se cuentan de forma creciente las historias en el entorno digital. Tan importante como responder a las 5W para darle rigor a la historia, es decidir la arquitectura hipertextual que se va a utilizar para desarrollarla, para dar forma a nuestras ideas, para definir como si de un mapa conceptual se tratara, cuáles son los flujos y posibilidades de lectura e interacción a establecer.	6	Artículo	2017	España
Trillo & Alberich (2017)	“Hoy no se puede hablar ya de noticia en sí misma sino de “flujo informativo” dado que la noticia no llega a su fin cuando se	12	Artículo	2017	España

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	publica: continúa abierta en los comentarios, en las redes.”				
Trillo & Alberich (2017)	“El poder de los medios se diluye y se distribuye; la agenda setting se transforma en una agenda intermedia más abierta y democrática”	13	Articulo	2017	España
Trillo & Alberich (2017)	La información se vuelve mucho más rápida, aunando elementos propios del audiovisual y de la ficción a los contenidos puramente informativos para, lejos de restarles credibilidad y rigor, servir de conexión y nexo de confianza con los nuevos públicos	15	Articulo	2017	España
Trillo & Alberich (2017)	“Dentro del ámbito de los géneros, afrontamos en estos momentos una importante transformación que nos permite concluir que no estamos ya en una etapa de volcado y adaptación sino de reinención e innovación.”	15	Articulo	2017	España
Hurtado, Ordóñez, Altamira, Ramón. (2017)	La convergencia de las tecnologías de punta con el periodismo digital, generan nuevas tendencias periodísticas que incentivan y exigen a los profesionales de la comunicación cambios y formas creativas de relatar la información.	8	Articulo	2017	Ecuador
Hurtado, Ordóñez, Altamira, Ramón. (2017)	La apropiación y expansión de las tecnologías digitales en empresas, gobiernos y usuarios representa un elemento indispensable para el desarrollo y competitividad de los países. En este ámbito los cybermedios cumplen una función destacable por el proceso y generación de información, puesto que se la considera como un valor en la sociedad del conocimiento.	9	Articulo	2017	Ecuador
Hurtado, Ordóñez, Altamira, Ramón. (2017)	La apropiación y expansión de las tecnologías digitales en empresas, gobiernos y usuarios representa un elemento indispensable para el desarrollo y competitividad de los países.	13	Articulo	2017	Ecuador

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	En este ámbito los cibermedios cumplen una función destacable por el proceso y generación de información, puesto que se la considera como un valor en la sociedad del conocimiento.				
Velásquez, Reno, Béltran, Maldonado (2018)	La ecología de los medios es el estudio de los ambientes humanos. Se preocupan por entender como las tecnologías y técnicas de comunicación controlan forma, cantidad, velocidad, distribución y dirección de la información: y como, a su vez, esas configuraciones o preferencias de información afectan a las percepciones, valore y actitudes de las personas	25	Articulo	2018	
Velásquez, Reno, Béltran, Maldonado (2018)	El intercambio de ideas y de imágenes es de primordial importancia en las posibilidades de los nuevos medios. No sólo se ampliaron los horizontes políticos, sino también los artísticos, educativos y sociales. Hoy en día existe una gran capacidad entre los usuarios individuales no sólo para escribir, informar, educar, sino también para interactuar entre sí y establecer conexiones de una manera que podría permitirles eludir las formas convencionales de comunicación	27	Articulo	2018	
Velásquez, Reno, Béltran, Maldonado (2018)	El término “nuevos medios” es más apto para describir la red de redes que sobreescribe las relaciones tradicionales a cambio de otras nuevas. En muchos sentidos, los medios tradicionales se basan ahora en nuevas vías de comunicación de datos e información	30	Articulo	2018	
Saavedra, Grijalba & Pedrero (2018)	La normalización de Internet como vehículo de acceso a la información, el ocio y el entretenimiento audiovisual está reconfigurando las lógicas tradicionales de creación, producción y distribución de las empresas de comunicación, que han pasado de	2	Articulo	2018	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	atender a unos pocos mercados con millones de receptores a facilitar un consumo personalizado e interactivo a millones de mercados individuales.				
Saavedra,Grijalba & Pedrero (2018)	En un entorno de consumo digital que se caracteriza por la atemporalidad, la ubicuidad, la conectividad, la multimodalidad y la interactividad en la relación entre creadores y usuarios, se imponen hoy nuevas dinámicas en las ya no solo cobra relevancia el valor, originalidad o tratamiento del contenido, sino también su adaptabilidad a los nuevos dispositivos y soportes	6	Articulo	2018	
Saavedra,Grijalba & Pedrero (2018)	Por efecto de la convergencia digital, espectadores y oyentes se han convertido hoy en usuarios que participan de intensivos intercambios con medios clásicos y emergentes a través de dispositivos y canales cada vez más próximos a sus espacios e intereses. Este marco ha propiciado la resignificación de los medios, de sus mediaciones e incluso de sus mediadores, los especialistas que desarrollan las actividades de una industria en la que se han introducido nuevos procesos y rutinas cuya capacitación, a menudo ligada a desarrollos tecnológicos	11	Articulo	2018	
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	“El cambio tecnológico es ecológico, no aditivo. Un nuevo medio no añade algo, lo cambia todo.”	15	Articulo	2018	
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	cuando surge un nuevo medio de comunicación, se crean nuevos patrones de asociación y se articulan nuevas formas de conocimiento, paulatinamente, se presenta un cambio ecológico que transforma todos los elementos interdependientes de un sistema.	15	Articulo	2018	

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	Las tecnologías asociadas al desarrollo de internet han permitido nuevas formas de comunicación, de almacenamiento y administración de la información y de creación de nuevos servicios. Internet ha aportado a los medios convencionales predecesores tecnologías multimedia (texto, gráficos, imágenes y sonido), interactividad y un entorno de compatibilidad tecnológica de redes y plataformas electrónicas sin precedentes en la historia.	16	Artículo	2018	
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	Entender cómo la gente se apropia de la tecnología y cómo esta modifica la cultura de las sociedades representa uno de los principales temas de interés en la ecología de los medios.	17	Artículo	2018	
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	Los medios no evolucionan por selección natural, sino por una selección humana. El medio que mejor evoluciona es aquel que se ajusta más a las diversas necesidades del hombre.	17	Artículo	2018	
Cortés, Islas & Urrutia (2018)	Hay suficientes evidencias para pensar que las tecnologías digitales seguirán su ciclo de desarrollo, extenderán y amplificarán nuevas funciones y capacidades y, en un momento determinado, evolucionarán a formas más sofisticadas que definitivamente intervendrán en la reconfiguración del ser humano como especie.	19	Artículo	2018	
Barreto y Castillo (2020)	"El surgimiento de tecnologías innovadoras y su asimilación al esquema de transmisión y producción de información, tanto para los medios típicos como para los nuevos medios digitales, reclama que los comunicadores	47	Libro	2020	Venezuela

Fuente	Hallazgos 1ra Categoría	PP	Tipo de fuente	Año	País
	las manejen y dominen para así obtener el máximo provecho todas las opciones de que dispone para la producción de información".				

Elaboración propia

Anexo B: Matriz de análisis de la categoría 2: El rol del comunicador actual en la era digital*Tabla E Categoría 2: El rol del comunicador actual en la era digital*

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
Salaverría (2003)	La convergencia multimedia en los planos empresarial y tecnológico no podía dejar de producir cambios profundos en la labor de los periodistas. Los nuevos entornos profesionales han hecho que los periodistas, particularmente en los periódicos, vean cómo su trabajo se ha hecho más exigente: ahora es preciso trabajar más deprisa (para ofrecer avances informativos desde la edición en Internet), conocer nuevas técnicas de investigación para el uso de las fuentes digitales, y dominar los códigos tanto textuales como audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia. Para ser un periodista completo en las nuevas circunstancias no basta con tener buena pluma o con poseer una buena cultura visual. Ahora es preciso disponer en dosis suficientes de todas las cualidades que hemos reseñado para poder desempeñar con eficacia el trabajo de eso que se ha dado en llamar periodista multimedia. [...] esta figura del periodista multimedia admite al menos dos interpretaciones: el periodista multitarea y el periodista multiplataforma.	4	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
Salaverría (2003)	los periodistas multitarea, los profesionales, generalmente jóvenes, se ven obligados a asumir múltiples labores de redacción, fotografía, edición, etc., que antes eran realizadas por distintas personas. [...] los periodistas multiplataforma, se corresponden con un modelo también en alza, en el que periodistas de cierto prestigio elaboran y difunden sus informaciones a través de múltiples canales y, cada vez más, tienden a ajustar sus productos informativos a las características de cada medio.	5	Artículo
Salaverría (2003)	Internet ha supuesto un significativo avance en la integración de códigos comunicativos -o, si se prefiere, en la conformación de un nuevo lenguaje periodístico multimedia- pues a las potencialidades sensoriales que ofrecen los tres medios tradicionales ha sumado nuevas posibilidades, algunas de ellas todavía en fase experimental, como las referidas al tacto (servicios de transcripción automática al lenguaje Braille para ciegos, sistemas de realidad virtual 3D, etc.) y al olfato (dispositivos para la síntesis digital de aromas, etc.). La posibilidad de crear mensajes periodísticos multimedia que integren imagen, sonido, sensaciones táctiles y olfativas se presenta hoy día como simple ciencia ficción, pero los desarrollos tecnológicos permiten imaginar un futuro en el que la composición de ese tipo de mensajes será posible	5	Artículo
Salaverría (2003)	nuevas dinámicas de convergencia están haciendo que el trabajo del periodista sea cada vez más vertical o, lo que es lo mismo, que asuma mayor responsabilidad y protagonismo en el proceso de producción informativa. Y ya sea por el camino de la multitarea o de la multiplataforma, es evidente que en el terreno profesional encontramos una tercera dimensión de la convergencia multimedia.	5	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
Salaverría (2003)	¿Cuáles el perfil, por tanto, que debe cumplir un periodista para esos periodistas multimedia? Citaremos cuatro: 1. capacidad para el trabajo en equipo (el periodismo multimedia exige enormes dosis de comunicación interna), 2. familiaridad con las nuevas tecnologías, 3. agilidad para enfrentarse a la información de última hora (a menudo los periodistas 'del papel' carecen de los reflejos informativos que sí poseen por ejemplo los periodistas de radio o de agencia, y esos reflejos son vitales en la Red), y 4. notables destrezas comunicativas tanto textuales como audiovisuales.	8	Artículo
Bencomo (2004)	En lo que respecta a medios de comunicación social, éstas han posibilitado la existencia de periódicos digitales, de publicidad e intercambio de información vía Internet, así como la comunicación instantánea entre personas de diversos países con un costo económico mucho menor que el que implican los servicios telefónicos convencionales. Todo esto ha significado una importante evolución en la tarea periodística, que exige mayor cualificación profesional para el desempeño de la labor.	6	Artículo
Bencomo (2004)	"La persona clave será el profesional, pues estará equipado, por su educación y preparación, para proporcionar los tipos de especialización cuya demanda aumentará."	7	Artículo
Bencomo (2004)	"las nuevas TIC y los nuevos medios multimedia, aumentarán cada vez más la demanda de periodistas, editores y artistas. Pero paralelamente a esa tendencia podrían verse comprometidas la calidad de su trabajo y de sus condiciones laborales. [...] En el caso de los periodistas, estarán sometidos cada vez más a presiones para producir información actualizada en menor tiempo."	10	Artículo
Bencomo (2004)	"La introducción de nuevas herramientas tecnológicas, acompañado de la globalización de los medios, empujan hacia la inseguridad en	13	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	el empleo y el empeoramiento de las condiciones de trabajo de los periodistas”		
Bencomo (2004)	" Los periodistas online ganan menos que sus colegas de medios impresos y son vistos como de menor calidad, demandan por formación y capacitación en productos multimedia"	13	Artículo
Bencomo (2004)	“Se destaca la importancia decisiva de la formación y la readaptación profesional del comunicador social, para garantizar el crecimiento del sector y la capacidad de los trabajadores para responder a unas exigencias en proceso de cambio constante.”	13	Artículo
Islas (2004)	hoy debemos reconocer que el acceso a la información y la difusión de hechos noticiosos ya no representan indisputables privilegios de periodistas, profesionales de la información e inclusive patrimonio indisputable de medios de difusión masiva. La apertura informativa que desplaza consigo el desarrollo de Internet ha impuesto nuevas reglas en la competencia por la información. A través de los llamados weblogs, por ejemplo, cibernautas independientes han empezado a competir por la primicia de determinados hechos noticiosos, susceptibles de atraer la atención mundial.	8	Artículo
Islas (2004)	En la academia, es imperativo reconocer la necesidad de formar un nuevo tipo de profesionales de la información: los periodistas multimedia, quienes habrán de realizar sus labores informativas a través de las más avanzadas tecnologías de información y comunicaciones. A diferencia de quienes afirman que Internet terminará por extinguir al periodista profesional, es posible confiar en que el periodista multimedia se perfilará como el profesional de la información en las “Sociedades de la Información y el Conocimiento”	9	Artículo
Islas (2004)	la academia seguimos insistiendo en la necesidad de formar periodistas	10	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	fundamentalmente “analógicos”. Tal omisión además viene acompañada de una costosa factura en materia de oportunidades de desarrollo profesional, la cual desafortunadamente tendrán de pagar muchos de nuestros egresados.		
Islas (2004)	En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, el periodista será un periodista multimedia, capaz de realizar su trabajo en todos los medios y con todos los medios. Su sólida formación ética y profesional le permitirá distinguirse de las tareas informativas que asumirán entusiastas cibernautas, quienes con el paso de los años seguramente conformarán una extensa red de corresponsales autónomos que disputarán a periodistas profesionales el privilegio de referir hechos noticiosos de interés mundial.	11	Artículo
Villalobos y Montiel (2005)	De cara al siglo XXI, la profesión del comunicador social se ha convertido en una mezcla de muchas tintas: por un lado el periodismo impreso coexiste con el audiovisual y, por el otro, toma fuerza el medio digital que une la tradicional prensa, radio y televisión con un mundo donde los átomos y los dígitos permiten la interactividad, la inmediatez, la consulta a bases de datos, la compra desde el anuncio y otras muchas opciones que exigen del periodista unos cimientos formativos sólidos para cumplir con el nuevo rol.	4	Artículo
Villalobos y Montiel (2005)	En la actualidad, la conformación de desafíos y retos en la formación del comunicador social del siglo XXI se sustenta en la posibilidad de transferir conocimientos y experiencias, orientadas a fortalecer los saberes de los educandos en el área de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), pues allí está el nuevo campo de trabajo y el mayor reto que deberán emprender quienes hoy están formándose en las distintas escuelas de comunicación social.	5	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
Villalobos y Montiel (2005)	La sociedad del conocimiento exige que las universidades trabajen en tres terrenos fundamentales: a) el perfil del egresado, para que sepa vivir y actuar en un mundo cambiante; b) el estilo pedagógico en consonancia con ese perfil esperado; y, e) el nuevo modo de relacionarse con el mundo exterior, para que la misma universidad sea capaz de adaptarse a esos requerimientos dinámicos.	5	Artículo
Yanover (2007)	El papel del periodista jamás va a perderse a pesar de la explotación de las redes sociales, de la formación de las que se obtiene una infinidad de redactores no calificados que participan gentilmente y desesperados por gritar opiniones. El comunicador, de alma, forja herramientas que lo diferencian del resto de la sociedad, más allá de las materias delgada puerta que se pendientes que desvirtúan la formación profesional.	8	Artículo
Scolari (2008)	El desarrollo de las tecnologías digitales aumenta de manera significativa las competencias necesarias para tener acceso al mercado laboral.	5	Proyecto
Scolari (2008)	Las competencias identificadas fueron organizadas de la siguiente manera: Competencias vinculadas al conocimiento (saber). Competencias vinculadas a las habilidades (hacer). Por otro lado, durante la investigación surgieron una serie de competencias exigidas en los ámbitos profesionales que no están directamente vinculados a la introducción de tecnologías digitales en los procesos comunicacionales de producción. Se ha considerado oportuno mantener estas competencias, dado que contribuyen a enriquecer la formación de los futuros comunicadores. De esta manera, tendremos también: — Competencias digitales. — Competencias no digitales. Finalmente, las competencias pueden ser relativas a cualquier profesional de la comunicación —más allá del	11	Proyecto

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	medio o del espacio de inserción laboral—o específicas de un cierto tipo de ámbito profesional (radio, televisión, institucional, etc.). — Competencias generales. — Competencias específicas.		
Vega (2008)	Las habilidades que ocuparon el primer lugar, 'Actitudes e intangibles', tienen que ver con la formación básica y general del periodista: trabajo en equipo, habilidades de comunicación, de administración de contenido generado por el usuario y una buena disposición a aprender cosas nuevas, entre otras. Esta tesis da gran valor a la actitud hacia la capacitación constante en nuevas tecnologías y menos importancia al conocimiento de las mismas (porque se desactualizan). Concluye que lo que hace diferente al periodismo digital no son tanto los aspectos técnicos sino una forma diferente de pensamiento.	3	Artículo
Vega (2008)	En el país no existe un sitio web (ni un medio tradicional), que ofrezca información y acceso directo a recursos técnicos para hacer periodismo digital, que informe sobre los últimos avances de los cibermedios locales, nacionales o de otros países, que publique investigaciones sobre el tema, que ofrezca la opción de enlace a un gran volumen de sitios que tratan este tema en otras partes, que permita al usuario entrevistar en un chat a los personajes que están trabajando estos tópicos en cualquier parte del mundo y que debata sobre periodismo digital a través de foros colaborativos.	12	Artículo
Mellado (2009)	"quienes hoy estudian periodismo, necesitan tener la habilidad no sólo de difundir contenido, sino de combinar distintos medios, formatos y soportes para construir y gestionar mensajes de distinta procedencia y trascendencia, en una sociedad compleja y dinámica."	14	Artículo
Hung (2009)	Los periodistas/comunicadores tienen ante sí la labor de hacer frente a la ruptura en la forma	5	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	de entender Internet como un recurso solamente capacitado para la reproducción del modelo tradicional de construcción noticiosa, donde la información está en silos aislados. Se garantiza así el paso a una creciente descentralización de los contenidos, a través del marcado rasgo colaborativo que hoy comienzan a adquirir las comunicaciones, por medio de los recursos brindados por las Web 2.0, al compartirse y emplearse los bancos de datos de plataformas webs autogestionadas por sus mismos usuarios (youtube, google, flickr, ning, picasa, entre otras), para la profundización de las noticias elaboradas por los periodistas.		
Hung (2009)	Esta nueva generación de profesionales son capaces de trabajar con archivos de texto, imagen y sonido, dotados de la visión y la creatividad que este formato precisa; y sobre todo, sin la dependencia del espacio como condicionante para llevar a cabo su labor, ya que las nuevas aplicaciones que comienzan a permear la dinámica profesional de la comunicación (Firefox, Safari, Opera, Internet Explorer, Flock, entre otros), permitirán la conectividad en tiempo real para poder llevar a cabo las mismas funciones que cualquier aplicación de escritorio y guardar los trabajos realizados online en los servidores de la empresa, sin importar estar lejos de sus puestos de trabajo.	5	Artículo
Hung (2009)	El periodismo, al igual que otras profesiones relacionadas con las comunicaciones, está viviendo un momento complejo, no sólo externa sino internamente; ello trae consigo un horizonte de demarcación profesional ante la adquisición de rutinas, formas de relación y construcción noticiosa ajenas a los modelos tradicionales, las cuales deben ser conciliadas entre sí; claro está, sin que ello signifique el fin de éstos, ya que seguirán existiendo pese a los	11	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	avances de las TIC's y el aumento del escenario digital.		
Said (2009)	La ampliación de la capacidad de medición video tecnológica del sector audiovisual, debido al aumento de recursos implementados para el acceso a la información y el conocimiento, y el impacto en la adquisición de mayores espacios para los mensajes transmitidos desde lo telemático en unos individuos cada vez menos regidos por las pautas de acceso tradicionales.	179	Libro
Ortiz (2010)	el comunicador es la manera de delinear el proceso de flujo: estructurar datos con carga afectiva en un hecho o una historia, darle un formato; e-mail, artículo, tweet, publicidad, entre otros. Los datos deben ser acomodados y enviados a través de un vehículo, para finalmente encaminar ese vehículo en rieles con conexión directa al receptor.	8	Artículo
Ortiz (2010)	"El comunicador se debe preocupar de evaluar, testear y asegurarse de seleccionar ideas que trasmitan los valores indicados."	8	Artículo
Ortiz (2010)	"el comunicador debe tener claras ciertas características psicológicas de su público y los mecanismos de aprendizaje. De otra manera, un mensaje sin contexto pierde valor, es mal interpretado o sobredimensionado"	9	Artículo
Ortiz (2010)	"Un nuevo comunicador corporativo Además de contar con una base sólida de conocimiento de marketing y teoría de la comunicación, las escuelas de comunicación deben preocuparse por exponer a sus estudiantes situaciones reales del mercado."	23	Artículo
Ortiz (2010)	El nuevo comunicador corporativo o relacionador público, independiente de la función que cumpla dentro del área de comunicaciones (relaciones públicas, marketing, recursos humanos) debe preocuparse de conocer su corporación y su contexto en cuanto a cultura, metas e intereses de una de sus partes. Debe saber sobre los	23	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	tonos de comunicación a utilizar con cada público al igual que entender la historia de la organización y sus valores. Y finalmente la proposición de valor que tiene la organización para cada público.		
Jódar (2010)	Los medios y los profesionales deben procurar cubrir todas las necesidades, así como el abanico de posibles contenidos. Frente al nuevo perfil de usuario más activo, surge inevitablemente el de un nuevo profesional adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios.	7	Artículo
Jódar (2010)	una nueva visión del profesional de los nuevos medios y la aparición de una demanda de profesionales con este nuevo perfil. Ante un nuevo panorama de segmentación y especialización de contenidos, unido a la aparición de una figura más activa del usuario autosuficiente y participativo, los nuevos profesionales han de tener una mayor formación cultural y tecnológica además de ser más versátiles y polivalentes [...] Con las nuevas tecnologías, desde la pantalla del ordenador, se pueden redactar e integrar textos con imágenes y sonidos en piezas informativas que pueden ser transferidas inmediatamente a diversas plataformas de emisión. De este modo, se simplifica el proceso informativo a la par que un mismo trabajador asume competencias hasta ahora desempeñadas por varios profesionales.	9	Artículo
Pérez (2011)	Hemos construido grandes autopistas de la información, pero nos hemos olvidado de enseñar a conducir. Por eso, con mayor cantidad de datos y noticias hará falta más prudencia y selección. Se refuerza la necesidad de ordenar la información y no precipitarse, buscando evidencias sólidas y acudiendo a las mejores fuentes. Pese, la acumulación de información no nos hará más sabios. Los públicos necesitan el discernimiento necesario	2	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	para seleccionar el menú adecuado y dedicar el tiempo pertinente. Al mismo tiempo, la abundancia de información no es un problema, sino una bendición para públicos que tienen más contenidos disponibles (y con frecuencia gratis). De esta manera pueden expandir sus posibilidades de acceso a información, conocimiento e investigación.		
Salazar y Sepúlveda (2011)	Agrega que la hipertextualidad y la multimedialidad son las que marcan los nuevos productos digitales, lo cual hace que estos determinen otras maneras de circulación, ya no solo lineales, sino con múltiples entradas. Esta perspectiva plantea un desafío importante para los nuevos comunicadores sociales en las formas de narración. Las conexiones visuales, sonoras, gráficas, textuales, ya no corren separadas, sino que se complementan para ampliar el contenido en un solo lugar. Estas novedosas narrativas digitales que vienen transformadas del mundo individual, análogo, proponen otros aprendizajes y relaciones para entender sus dinámicas y desarrollar contenidos que cualifiquen los saberes de la ciudadanía.	8	Artículo
Salazar, Sepúlveda. (2011)	cada una de estas modalidades de la comunicación institucional estratégica depende de un eficiente soporte digital, porque los comunicadores estrictamente analógicos resultan poco competitivos para las organizaciones; es decir, quienes se desempeñan como responsables de cualquier unidad de comunicación institucional, además del 'hemisferio analógico' de la expresividad institucional, también deben dominar el 'hemisferio digital'	10	Artículo
Salazar, Sepúlveda. (2011)	El componente digital y las avanzadas tecnologías de la información y las comunicaciones se tomaron el universo comunicativo, a tal punto que muchos de los dispositivos electrónicos que hoy habitan el	10	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	ecosistema de la mediación se han convertido en extensiones del cuerpo para muchas acciones humanas. En ese escenario se mueven los comunicadores sociales de hoy, y seguramente los desarrollos tecnológicos complejizarán aún más la profesión.		
Salazar, Sepúlveda. (2011)	"la apertura informativa que se logró con el desarrollo de Internet generó unas condiciones más complejas en la competencia por la información."	11	Artículo
Yepes (2011)	el tradicional oficio de comunicador (periodista, informador audiovisual, publicista, etc.) Venga contemplando una serie de transformaciones y de nuevas configuraciones. A juicio de Bauman, son tres los ámbitos en los que se mecen tales transformaciones: las propias competencias del comunicador, los espacios organizacionales (empresas informativas) y los movimientos políticos, sociales, culturales, etc. Todos ellos están dando lugar a nuevos oficios conformes con los cambios tecnológicos, con la transformación y renovación de los géneros informativos, y con el lugar estratégico que la comunicación ocupa en los nuevos modelos de sociedad.	13	Artículo
Yepes (2011)	la formación del comunicador debe ser, a nuestro entender, un profesional, intelectual y estudioso capaz de ir más allá de la actualidad, del presente que pasa a velocidad vertiginosa; que la importancia de la noticia no dependa del tiempo que se concede a su transmisión. Por el contrario, debe dar sentido al contexto histórico y retrospectivo, y ser capaz de convertir la información de lo que pasa en información de lo que queda, e, incluso, de anticipar la repercusión futura de la noticia, con ayuda de la documentación. En suma, un nuevo profesional, como más arriba se ha esbozado, protagonista de su conversión desde comunicador intermediario como mero	14	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	transmisor de noticias, en comunicador mediador.		
Perez (2012)	<p>En estos tiempos se requiere de un profesional de la comunicación con algunas de estas competencias: - Competencias y habilidades en materia tecnológica (que van desde conocimientos básicos de programación Web, hasta habilidades en el uso de las plataformas ya existentes como los blogs, las redes sociales, entre otras. De igual forma debe conocer sobre arquitectura de la información, posicionamiento y estadísticas Web para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias). - Conocimientos generales de diseño gráfico para la web (en particular para dialogar con los profesionales de esta área, y lograr que lo visual responda realmente a las necesidades comunicacionales de las empresas e instituciones) - Habilidades para la elaboración/ creación/ gestión de contenidos para la Web. Este apartado va desde el conocimiento del lenguaje específico de la Web hasta las destrezas para aprovechar las posibilidades multimedia (combinar texto, audio, video) y multiplataforma (contenido para la Web, dispositivos móviles, etc.). - Habilidades como «gestor relacional» de personas y contenidos. Habilidades para generar y estrechar vínculos con el público meta. Esto encuentra en la actualidad su mejor expresión en ese rol que se ha popularizado en varias empresas e instituciones mediáticas: el Community Manager³ Es un perfil perfectamente legítimo del comunicador digital. - Capacidades creativas y de innovación para la resolución de problemas. - Flexibilidad para la asimilación de los cambios, a tono con la velocidad vertiginosa a la que evoluciona la tecnología y la sociedad en general. - Capacidad para el trabajo en equipo. Es un elemento clave en estos tiempos</p>	3	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	<p>teniendo en cuenta que para el logro de los objetivos comunicacionales que se proponga el comunicador digital en este ambiente debe auxiliarse y saber guiar a otros profesionales como diseñadores gráficos, desarrolladores Web, y otros profesionales desde miradas interdisciplinarias. Con anterioridad se refería que no basta con conocer la tecnología o tener habilidades para la presentación gráfica de los contenidos, si no se sabe comunicar el mensaje a nuestro público meta. A la misma vez, si no tenemos conocimientos generales sobre estas materias, es poco probable que podamos crear contenidos realmente efectivos para el entorno digital.</p>		
Barrios (2014)	<p>“el profesional de las comunicaciones debe demostrar que no es un intermediario entre la información y la empresa, sino un mediador entre los hechos y la sociedad a la que se debe en todo momento.”</p>	14	Artículo
Barrios (2014)	<p>El periodista de la era transmedia requiere saber que los medios son nuevos, que exigen nuevos lenguajes y esquemas, generan productos a los que el usuario se enfrenta con el tacto y con los cuales interactúa. El público de hoy está conformado por la generación @, jóvenes con nuevas coordenadas espacio-temporales que delimitan el espacio virtual.</p>	14	Artículo
Barrios (2014)	<p>la responsabilidad y revalidación de la esencia de la profesión de Comunicadores Sociales – Periodistas corresponde a la academia, cuyo quehacer debe estar orientado a que sean los medios los que modifiquen su accionar y validen el conocimiento adquirido por los profesionales que allí se desempeñan, dando así valor a la responsabilidad social del medio y del profesional mismo.</p>	15	Artículo
Barrios (2014)	<p>Una sociedad digitalizada y globalizada como la de hoy exige, tanto a la academia como a los profesionales, asumir un proceso de</p>	6	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	actualización y culturización constante a nivel tecnológico; un proceso que no solo implica el dominio de aparatos, sino aprender a enfrentar nuevas formas de pensar y actuar. El campo profesional requiere comunicadores capaces de innovar y crear nuevas propuestas, productos, narrativas y demás estrategias para llegar e impactar al público.		
Barrios (2014)	El entorno digital de hoy exige un profesional capacitado para crear y enfrentar nuevas estructuras, formatos y audiencias, en las que, a través de un entorno colaborativo, se reinventa, potencia y modifica el uso y consumo de los productos ya existentes.	11	Artículo
Barrios y Zambrano (2014)	Estos cambios están generando demanda de profesionales aptos para afrontar estos nuevos retos desde una perspectiva científica, social, humanística y tecnológica, de acuerdo con las exigencias de las audiencias, sus necesidades, la manera como la información se transfiere de un lugar a otro, y por medio de diversos canales multitarea y multiplataforma que se entremezclan para generar una industria de comunicación integral.	2	Artículo
Barrios y Zambrano (2014)	Los docentes afirman que la formación de comunicadores transmedia para el público de la generación digital se debe centrar en ser aptos para afrontar estos retos desde una perspectiva científica, social, humanística y tecnológica, de acuerdo con las exigencias de las empresas mediáticas, las audiencias, sus necesidades y la manera como la información se transfiere de un lugar a otro. Además, añaden que estos profesionales dominen por medio de diversos canales multitarea y multiplataforma diferentes lenguajes y narrativas y que sepan entremezclarlas para generar una industria de comunicación integral, es decir, que asuman la transformación del ecosistema comunicativo-periodístico y las seis dimensiones del	27	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	profesional de la comunicación que exige el mundo globalizado.		
Barrios y Zambrano (2014)	El perfil de la formación de comunicadores transmedia para el público de la generación digital está definido, el campo de acción está determinado, la generación digital está ávida de interacción con los comunicadores, los usuarios y los medios, el mundo está globalizado y la tecnología cada día trae nuevos dispositivos para cada uno; el entorno digital invita a la academia a abordar los nuevos actores de los cibermedios.	34	Artículo
Masip (2015)	En este turbulento contexto, los ciber medios han continuado experimentando con nuevas formas de narrar la actualidad: periodismo de datos, periodismo hi-tech, periodismo robot o irrupción de los laboratorios o labs (secciones de investigación e innovación) en las redacciones. Todas ellas comparten un denominador común: permiten explicar las noticias de manera más sencilla, atractiva y fácil de digerir.	7	Artículo
Sanchez y Campos y Berrocal (2015)	“funciones atribuidas al periodista subyace su cometido principal de servicio público que supone considerar el ejercicio periodístico en su más alto nivel derivado del derecho a la información que los ciudadanos delegan en los periodistas.”	4	Artículo
Sanchez y Campos y Berrocal (2015)	A las cualidades atribuidas al periodista tradicional hay que añadir las del periodista que trabaja con los medios digitales, el ciber periodista y periodista multimedia que, dados los cambios tecnológicos tan vertiginosos de los que depende, requiere potenciar dos cualidades especialmente, la versatilidad y la polivalencia. [...] El periodista multimedia debe contar con destrezas suficientes para trabajar en diferentes soportes (multimedia) manejando los lenguajes escrito y audiovisual (multilinguaje) en una realidad periodística que	6	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	ha dejado de ser lineal, tanto en la información que ofrece como en el lenguaje que utiliza.		
Sanchez y Campos y Berrocal (2015)	Pero en el nuevo contexto de sobreabundancia informativa y del nuevo papel de las audiencias, permanece abierto el debate en torno a las modificaciones o refuerzo de determinadas rutinas profesionales. El cambio tecnológico fomenta una amplia variedad de tareas que confluyen en la figura del 'periodista multifunción', también como consecuencia de la crisis económica que sufren los medios y la consiguiente reducción de personal. Una figura que tiene como parte positiva el hecho de que un periodista cuenta con nuevas herramientas gratuitas para crear piezas interactivas e incluso para informar en varios medios o soportes a la vez, aunque con el lado negativo de la pérdida de la especialización (Esteban, 2012: 18-19). Aunque las funciones básicas permanecen, existen variaciones en el sentido de que el periodista "ya no tiene la exclusividad de algunas de sus antiguas labores como era la elaboración de contenidos, su publicación en un medio y la selección de la agenda-setting" (Palomo, 2013: 114).	7	Artículo
Sanchez y Campos y Berrocal (2015)	El periodista realiza nuevas tareas, especialmente en el ámbito on line, que están muy relacionadas con el fomento de nuevas narrativas, la gestión de las redes sociales y las nuevas fuentes de información. Especialmente puede destacarse el refuerzo de tres facetas concretas como son la de filtro informativo; documentalista o "contencurator" [3]; e intérprete de la realidad ante la sobreabundancia informativa.	7	Artículo
Sanchez y Campos y Berrocal (2015)	"[...] a los periodistas se les piden nuevos servicios que pasan por manejar grandes cantidades de datos y fuentes, aumentar la difusión informativa en la web social e interactuar con el público."	8	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
García (2015)	En el ecosistema de la Sociedad Red, los periodistas profesionales comparten la esfera comunicativa con blogueros, redes sociales y creadores multimedia. Los usuarios distribuyen sus contenidos y mediante Facebook, blogs y otros canales, con resultados que en ocasiones superan a los medios tradicionales.	111	Libro
García (2015)	El conocimiento colectivo está transformando el tratamiento de los temas, desde la religión hasta la educación, pasando por la economía, la política, la publicidad e incluso el modo de trabajo científico. Es ahí donde el periodismo interpretativo encuentra su lugar, por su capacidad para responder a la sobreabundancia informativa, dando a conocer y, sobre todo, dando a entender. La profundidad, la contextualización y la documentación facilitan el análisis de los problemas.	112	Libro
García (2015)	El periodismo de datos es una disciplina de numerosos medios de comunicación han incorporado en los últimos años, mediante visualizaciones y tratamientos de datos que sirven para explicar noticias de modo claro y comprensible. Las noticias fluyen al mismo tiempo que suceden, a través de múltiples fuentes, testigos presenciales, redes sociales, documentos, bases de datos y blogs. La información se filtra a través de una vasta red de conexiones, se jerarquiza, se difunde, se comenta, y a menudo, se ignora. Por eso el periodismo de datos es tan importante, pues permite reunir, filtrar y visualizar lo que sucede sobre todo en asuntos complejos o con volumen enorme de información.	120	Libro
García (2015)	“En la Sociedad Red el receptor, además de audiencia, público y consumidor, ejercer simultáneamente de coproductor, distribuidor y consumidor.”	171	Libro
Intriago y Quevedo (2016)	Uno de los profesionales de la comunicación es el comunicador social (en algunos países el Periodista o Licenciado en Comunicación Social)	3	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	que se forma como poseedor de gran fluidez y propiedad para expresarse oralmente o por escrito, mediante lo gráfico y, muy especialmente, a través de los medios audiovisuales tales como: videos, documentales, comerciales, dramatizados y noticieros. Este profesional debe poseer capacidad de síntesis y análisis para describir la realidad presente y futura del hombre y la sociedad y ser abierto a los avances en el campo comunicacional.		
Salaverría (2016)	La información se ha convertido, en efecto, en el eje vertebrador de las principales actividades económicas, políticas, sociales y culturales. Esto ha hecho que todas las organizaciones, con independencia de su tamaño y actividad, necesiten cuidar de su comunicación pública. Nunca como ahora las organizaciones habían necesitado tanto de profesionales cualificados para tomar las riendas de su comunicación pública	4	Artículo
Salaverría (2016)	"la presencia cada vez más recurrente de comunicadores experimentados al frente de gabinetes de empresas e instituciones. Comunicar bien en la esfera pública ya no es una opción, es una prioridad."	4	Artículo
Salaverría (2016)	hay motivos para que todos los profesionales de la información y la comunicación confíen en su futuro. La sociedad digital que se está creando reclama personas cualificadas en la búsqueda, tratamiento y difusión de la información. [...] nadie puede pretender proyectar hacia el futuro las profesiones de la comunicación sin adaptarlas a las nuevas exigencias de su entorno. Perpetuar perfiles y rutinas del pasado es el camino más seguro hacia el fracaso. Quienes por el contrario se arriesguen a explorar nuevos territorios encontrarán, sin duda, terreno fértil donde expandir su profesión. El reto se presenta complicado, pero alentador.	4	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
Barrios (2016)	La creación y proliferación de plataformas y medios de comunicación en el entorno digital, permite que un enorme número de personas reciban el mismo mensaje, en cadena o en tiempos diferenciales, pero al mismo tiempo lo recontextualicen y propongan nuevas narrativas frente a los hechos. Es un espacio en el que tanto emisor como receptor tienen un papel protagónico, en el que suplen sus necesidades informativas y hacen propuestas comunicativas desde diversas ópticas, esquemas y plataformas haciendo uso de las herramientas e instrumentos que están disponibles en el entorno convencional y digital.	9	Artículo
Barrios (2016)	El modelo de periodismo transmedia evidencia momentos y componentes que tienen su propia complejidad desde la perspectiva que cada medio y plataforma tiene su propio lenguaje, códigos de comunicación, componentes técnicos que confluyen con un público determinado que entra a hacer parte del proceso narrativo superando las interferencias que puede significar los elementos distractores, las competencias tecnológicas de los actores y la situación física bajo la cual se realiza el proceso comunicativo. Un sistema relacional de factores que emergen bajo unas dimensiones políticas, económicas, sociales, éticas, estéticas, culturales e ideológicas.	10	Artículo
Barrios (2016)	Las redes sociales y el entorno digital permiten que los medios y sus periodistas estén más cercanos al receptor, puedan dar cuenta de lo que quieren y de lo que opinan, se convierten en una guía frente a un tema o acción determinada. Todo está dado en el panorama para generar una propuesta de calidad, la clave está en sorprender con contenidos y narrativas a través de diferentes plataformas, en las que el	11	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	comunicador se adapta a los nuevos modelos y esquemas con los cuales llegar a la gente.		
Barrios (2016)	Cada día surgen herramientas digitales que impactan el quehacer profesional y simplifican los procesos, pero alrededor de la tecnología siempre estará la parte humana, ese elemento que es vital en la propuesta que se lleva al usuario, y va de la mano con el proceso creativo que nutre ese contenido de los medios. No cabe duda que los formatos están cambiando para suplir esos espacios de soledad que acompañan al ser humano, esa necesidad de aceptación y de pertenecer a un grupo (red) determinado.	11	Artículo
Ortiz (2016)	La capacitación que debe proveer la academia, entiende los encuestados, incluye tanto el estudio de un periodismo comercial como alternativo. El periodismo alternativo muestra diferentes apegos a los valores fundamentales de la profesión. Si bien el periodismo comercial y cualquier periodismo debe anclarse en el apego a la verdad y a la ética, el alternativo adopta diferentes valoraciones sobre el balance, la justicia y lo que es noticioso	13	Artículo
Rivadeneira y Montoya (2017)	La inserción de la tecnológica influye en todas las áreas que ejerce el ser humano, y simboliza para el comunicador social una herramienta de manejo instantáneo en el envío de información, sin dejar de lado los medios tradicionales que utiliza para la información que de cierta forma es más detallada y completa.	3	Trabajo de investigación
Rivadeneira y Montoya (2017)	El campo profesional ha cambiado y se ha diversificado de manera más acelerada que los planes de estudio de las escuelas de comunicación, ya que se inicia un proceso de generación de prácticas profesionales emergentes del comunicólogo, que son las que deben impulsarse, como las con las referidas a la comunicación de las organizaciones, comunicación cultura, cultura y desarrollo; contextos de la comunicación educativa,	4	Trabajo de investigación

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	comunicación urbana, comunicación y difusión del conocimiento científico, comunicación legal.		
Rivadeneira y Montoya (2017)	a medida que la comunicación global se desarrolla, también se amplifican las ocupaciones en las cuales un profesional afín puede participar y formar parte, estas opciones como: relaciones públicas, comunicación organizacional, periodismo digital y servicios de comunicación en redes sociales (Community Manager). Forman parte de la actual demanda en el mercado laboral y forman parte de la oferta académica de las facultades de comunicación.	4	Trabajo de investigación
Rivadeneira y Montoya (2017)	“El comunicador debe estar cada vez más con las herramientas de campo a la mano, y utilizarlas del modo que esté en contacto directo con su público.”	25	Trabajo de investigación
Rivadeneira y Montoya (2017)	“El campo laboral del comunicador en un país en aras de desarrollo como Ecuador, no es tan amplio, a diferencia otros países las facilidades no son las mismas y quienes aspiran por entrar a un puesto no poseen la experiencia necesaria.”	26	Trabajo de investigación
Martín (2017)	Desde la comunicación para el cambio social se contempló la necesidad de un “nuevo comunicador para el siglo XXI” que se caracterizaría, entre otros aspectos, por mantener el equilibrio entre teoría y práctica, conocer las técnicas de comunicación, desarrollar un pensamiento estratégico de largo plazo, comprender a la tecnología como una herramienta más, asumir un rol de servicio como facilitador de procesos, más que un rol de creador.	7	Artículo
Deharbe, (2018)	‘falta de identidad del comunicador social’ y la consecuente dificultad para delimitar un ámbito de actuación profesional, tiene que ver con las características propias de la conformación del campo de la comunicación - heterogeneidad, pluralismo epistemológico,	10	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	<p>transdisciplinariedad -, así como también con la “juventud” de nuestra profesión. Esta ‘falta de identidad’ no encontraría solución en una reforma curricular cuyo producto sean perfiles profesionales que respondan a los cambiantes requerimientos del mercado de trabajo, y que podríamos identificar con el perfil del ‘comunicador productor’, caracterizado anteriormente por Teresa Quiroz. Más bien, el sentido de una formación universitaria estaría en el desafío de equilibrar los pesos entre una formación en investigación, crítica; y una formación ligada al desarrollo de las capacidades técnicas que hacen al oficio y al manejo de los lenguajes.</p>		
Deharbe, (2018)	<p>La alfabetización digital de los comunicadores sociales y la ‘actualización’ de la formación no pasaría, exclusivamente, por incorporar a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como herramientas motivadoras para mejorar la enseñanza, pues estaríamos reproduciendo una mirada instrumental y desdibujando su dimensión política-ideológica sin cuestionar la aparente ‘neutralidad’ de la técnica. La clave estaría en incorporarlas, por un lado, como objetos de investigación y reflexión académica enseñando sus particularidades lógicas y gramáticas problematizando las estructuras de sentido que subyacen a estos nuevos modos de aprendizaje y construcción de conocimiento para poder aprovecharlas en toda su potencialidad.</p>	10	Artículo
Saavedra y Grijalba y Pedrero (2018)	<p>las nuevas oportunidades profesionales parecen estar relacionadas con el cambio de hábitos en el acceso y el consumo de contenidos, lo que conduce a la revisión de unos modelos de negocio que deben basarse en tres principios básicos: la versatilidad, la innovación y la transversalidad. Por ello, y frente al dominio de las nuevas herramientas digitales, son cada vez más los expertos que</p>	13	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	demandan un trabajo práctico basado en los valores de la calidad, la creatividad, la veracidad y la independencia		
Saavedra y Grijalba y Pedrero (2018)	La transformación digital en la que se halla inmersa la industria audiovisual ha generado un nuevo escenario de exigencias y retos profesionales sobre los que se están redefiniendo las lógicas de creación y producción, los canales de distribución, los modelos de negocio y hasta la naturaleza de los receptores, cuya condición de espectadores y oyentes pasivos en el entorno analógico se ha convertido en la de usuarios que consumen de forma activa las propuestas de ocio y entretenimiento del ecosistema contemporáneo.	14	Artículo
Saavedra y Grijalba y Pedrero (2018)	Los nuevos perfiles profesionales conviven hoy con los roles tradicionales, si bien a estos últimos les está condicionando la normalización del ecosistema digital. Por el momento se percibe una cierta complementariedad entre creadores y narradores audiovisuales que ya trabajaban en medios analógicos con quienes proceden de ámbitos más técnicos (programadores o desarrolladores).	14	Artículo
Cortés y Islas y Urrutia (2018)	Hay suficientes evidencias para pensar que las tecnologías digitales seguirán su ciclo de desarrollo, extenderán y amplificarán nuevas funciones y capacidades y, en un momento determinado, evolucionarán a formas más sofisticadas que definitivamente intervendrán en la reconfiguración del ser humano como especie. Sin embargo, esta reconfiguración presenta un riesgo que está relacionado con la pérdida de algunas habilidades fundamentales.	21	Artículo
Ayala, García, Barrios (2018)	Los programas de Comunicación y Periodismo en Europa hacen énfasis en medios, emisión, recepción y mensaje; no priorizan asignaturas relacionadas con procesos de comunicación mediados por las TIC ni profundizan en convergencia de medios, aunque en los últimos	9	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	tres años incluyeron contenidos sobre uso de plataformas digitales y redes sociales. No se hallaron propuestas metodológicas innovadoras ni modelos teóricos aplicados a la comunicación digital ni a la convergencia medios.		
Ayala, García, Barrios (2018)	El nuevo periodista necesita de competencias específicas, generales, transversales, académicas y profesionales para afrontar la convergencia mediática, se concluye que, en este contexto, se requiere de profesionales que creen e innoven en investigación, interpretación, argumentación y metodologías sólidas que generen impacto. Además, que integren la multimedia en todas sus dimensiones: planificación, innovación y formación; y que apliquen su conocimiento en su quehacer profesional, lo sistematice, socialice y gestione. Esto conlleva a un dominio del contexto y de herramientas investigativas, con responsabilidad social, perseverancia y sentido de reto, con el fin que aporten a la solución de problemas sociales, empresariales, ambientales y tecnológicos.	12	Artículo
Blanco y Palomo (2019)	"Para los periodistas, la transición de la práctica profesional a las redes sociales tampoco se ha producido con la misma intensidad en las diferentes plataformas."	3	Artículo
Blanco y Palomo (2019)	"[...] la iniciativa audiovisual es un reto pendiente para la mayoría de los periodistas. "	8	Artículo
Díaz (2019)	Se trata ahora de una mercancía producida, modificada y difundida por múltiples actores. Entre estos actores no es el menor la audiencia activa. Tampoco hay que olvidar la función de las propias fuentes informativas, antes necesitadas de la intermediación que les facilitaban los medios de comunicación y que ahora proporcionan grandes plataformas como Google, Facebook y otras redes sociales	2	Artículo
Díaz (2019)	Diversos estudios coinciden en recomendar que la formación de los futuros ciber periodistas y	3	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	de los que ya están en el oficio, se oriente hacia estos tópicos. Por ejemplo, una investigación realizada por El Tiempo (Franco y Méndez, 2007) arrojó la siguiente información: el 26 por ciento de los entrevistados considera que la prioridad en las necesidades de capacitación es la creación de productos multimedia, el 22 por ciento señaló la urgencia de aprender cómo escribir para Internet, y el 11 por ciento resalta que antes que nada hay que tener formación para administrar comunidades on-line		
Díaz (2019)	Dentro del concepto de sociedad de la información, la preocupación del periodista va mucho más allá del número de conexiones en su entorno social. El trabajo del comunicador y el periodista en este sentido se relaciona con la educación motivacional dirigida a los usuarios, para que hagan uso activo de la ciberdemocracia, y construyan tejido social a través de procesos de participación y generación de información y opinión. Este rol del periodista es uno de los más recientes frentes de investigación y trabajo de la comunicación para el desarrollo. El reto profesional se inserta en su propia inclusión en procesos interdisciplinarios e interinstitucionales, orientados a disminuir la brecha digital, y el analfabetismo y la exclusión tecnológica.	7	Artículo
Díaz (2019)	“En los últimos años los medios han redescubierto el poder de formatos que parecían olvidados, como los boletines digitales o newsletters y los podcasts o grabaciones sonoras.”	9	Artículo
Barreto y Castillo (2020)	el espectro profesional de la comunicación ha dejado de ser como a finales del siglo pasado un conglomerado de licenciados en reinención y ligeramente adaptados a las nuevas tecnologías. Hoy en día la comunicación es campo de acción casi exclusivamente de los nuevos comunicadores digitales o en todo caso, también de aquellos	37	Tesis

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	que supieron interiorizar con profundidad los cambios surgidos con la Sociedad de la Información, siendo capaces de pensarse y desenvolverse diáfananamente en nuevos entornos.		
Barreto y Castillo (2020)	el periodismo de la era digital no sólo atañe al uso de nuevas tecnologías, sino que implica la adquisición de pericias prácticas sobre el ejercicio de la carrera en un innovador horizonte donde los tradicionales receptores pasivos ahora también juegan un papel activo como prosumidores, ante las nuevas y enormes perspectivas abiertas con la interacción.	39	Tesis
Barreto y Castillo (2020)	el nuevo comunicador de la era digital requiere de un profesional de la comunicación acorde a los nuevos tiempos, pero no sólo en lo técnico, sino también en la mentalidad, pues ese ajuste al nuevo paradigma interactivo no resulta sencillo del todo.	40	Tesis
Barreto y Castillo (2020)	El profesional en Comunicación social es formado, en rigor, para administrar el mensaje. En el entorno digital el mensaje pudiera equipararse al contenido, por lo que la función del Comunicador Digital se centra en la gestión del Contenido Digital, bien sea una noticia o un archivo multimedia, un banner publicitario o una campaña digital completa, incluyendo la utilización de criterios de usabilidad dentro del diseño de la plataforma que albergará esos contenidos.	42	Tesis
Puertas y Abendaño y Valdiviezo (2020)	Los entornos digitales plantean un desafío para los comunicadores, debido a la gran cantidad de información que se produce, es por esto que para sobre vivir en estos entornos los comunicadores deben: 1. Tener buen manejo de métricas, analíticas y estadísticas, ya que una meta que se puede medir se puede alcanzar. 2. Conocer cómo viralizar historias, ya que el contenido debe circular para aumentar su alcance de manera exponencial y llegar	62	Artículo

Fuente	Hallazgos 2ra Categoría	PP	Tipo de fuente
	a la mayor cantidad de individuos posible. 3. Construir la narrativa correcta para ser pertinentes y creíbles, con historias basadas en una estructura y una lógica de pensamiento que permita seguir una línea específica.		
Puertas y Abendaño y Valdiviezo (2020)	La principal tendencia en comunicación digital es el uso del big data, el cual resulta clave para el comunicador, quien gracias a los datos puede tomar mejores decisiones. El big data permite predecir, medir el comportamiento de las audiencias internas y así, afinar la estrategia de comunicación.	36	Artículo
Cáceres y Tusa y Tejedor (2020)	La competencia digital ha hecho del comunicador institucional un profesional interdisciplinario que innova continuamente en el aprendizaje de las TICs y está pendiente de las tendencias tecnológicas que le rodean. La relación que tiene la competencia digital con el perfil del comunicador institucional es trascendental, puesto que, si el comunicador no dispone de las competencias digitales básicas, no podrá desempeñar su cargo con éxito. [...] los comunicadores incorporen a su labor la innovación, la capacitación y la formación en el uso las nuevas tecnologías, para desempeñar su oficio de forma integral.	10	Artículo
Cáceres y Tusa y Tejedor (2020)	Dentro de las funciones que el comunicador institucional realiza en su entorno inmediato de trabajo se encuentra: manejo de comunicación interna, implementación de mensajería por medio de uso de plataformas digitales, renovación y diseño de marca institucional, organización de eventos, maestro de ceremonia, manejo de comunicación externa, diseño de imagen multiplataforma, edición de fotografía, video y audios, diagramación de revistas, manejo de cámaras fotográficas y de video, redacción para distintos medios, así como gestión y creación de contenido para páginas web y de redes sociales.	10	Artículo

Elaboración propia