

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación Social

Maestría en Comunicación, Culturas Digitales y visualización de Datos

La transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto entre 2020 y 2025

Línea de investigación: comunicación, periodismo y culturas digitales

Autor: Oscar Giovanni Moreno Hernández

Trabajo de investigación presentado para optar al título de

Magíster en Comunicación, Culturas Digitales y Visualización de Datos

Asesor: Juan Antonio Liévano Alzate

Pasto, Colombia

2026

PÁGINA DE APROBACIÓN

El trabajo de opción de grado titulado:

**LA TRANSICIÓN DEL PERIODISMO RADIAL HACIA FACEBOOK EN
PASTO ENTRE 2020 Y 2025**

presentado por:

OSCAR GIOVANNI MORENO HERNÁNDEZ

como requisito para optar al título de

**MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN, CULTURAS DIGITALES Y
VISUALIZACIÓN DE DATOS**

Fue evaluado y aprobado por el jurado designado por la Universidad Santo Tomás.

JURADO EVALUADOR

Jurado

Jurado

Director del trabajo de opción de grado

Fecha de aprobación: _____

Resumen

Esta investigación analiza la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto entre 2020 y 2025, para comprender las transformaciones en las prácticas periodísticas, producción informativa, interacción con las audiencias y uso de métricas en los procesos comunicativos digitales.

El estudio surge partiendo de los cambios presentados en las emisoras debido a la incorporación de plataformas digitales, que han modificado las formas de producir, distribuir y consumir la información. Se desarrolló desde un enfoque cualitativo mediante la aplicación de 36 entrevistas semiestructuradas a periodistas, docentes y estudiantes de comunicación, complementadas con un análisis de contenido y de métricas de 72 publicaciones de Facebook pertenecientes a tres medios de Pasto administrados por periodistas con trayectoria en radio. La información se organizó a través de un proceso de codificación temática basado en cuatro categorías de análisis e interpretada mediante la triangulación de actores y el análisis de tendencias.

Según estos resultados Facebook se ha consolidado como un espacio estratégico para la difusión de contenidos periodísticos, favoreciendo nuevas dinámicas de producción multiplataforma, una mayor interacción con las audiencias y el aprovechamiento de métricas para orientar las decisiones editoriales. Se identificó una transformación de las rutinas laborales de los periodistas, quienes por el auge tecnológico asumen múltiples funciones relacionadas con la producción audiovisual, la gestión de redes sociales y la interacción con las audiencias. La investigación concluye que dicha transición representa un proceso de adaptación que fortalece la producción, circulación e interacción de la información en el contexto regional.

Palabras clave: periodismo radial, Facebook, prácticas periodísticas, audiencias, comunicación digital.

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Tabla de contenido.....	4
Lista de tablas.....	8
Lista de figuras.....	9
1. Introducción	10
2. Planteamiento del problema	12
2.1 En el mundo.....	12
2.2 En Colombia.....	13
2.3 En Pasto	14
2.4 Pregunta de investigación	15
3. Objetivos	15
3.1 Objetivo general.....	15
3.2 Objetivos específicos	15
4. Justificación	16
5. Marco conceptual.....	18
6. Marco teórico	20
6.1. La evolución de los medios y la ecología de la comunicación	20
6.1.1 Del modelo unidireccional al bidireccional	21
6.2. La transición del periodismo radial hacia plataformas digitales	21
6.2.1 Cambios en las rutinas periodísticas.....	22
6.2.2 El caso de la radio regional	22
6.3. Hipermediaciones y convergencia mediática	22

6.3.1 La convergencia mediática.....	22
6.3.2 Hipertextualidad	23
6.4. Culturas digitales y nuevas audiencias	23
6.4.1 La cultura participativa	23
6.5. Facebook como plataforma del periodismo contemporáneo	23
6.5.1 El algoritmo y la visibilidad	24
6.6. Métricas digitales e interacción	24
6.6.1 Engagement o interacción	24
7. Marco referencial.....	25
8. Metodología	27
8.1 Diseño metodológico	27
8.2 Categorías de análisis	32
9. Presentación de resultados	34
9.1 Introducción y procesamiento de la información	34
9.2 Caracterización de participantes.....	38
9.2.1 Análisis de caracterización.....	40
9.2.2 Gráficas de caracterización.....	41
9.2.3 Interpretación de la caracterización	46
9.3 Redes sociales y presencia digital	47
9.3.1 Redes administradas o propias	49
9.3.2 Participación como colaboradores	50
9.3.3 Interpretación sobre plataformas y presencia digital	51
9.4 Desarrollo por categorías de análisis	53
9.4.1 Categoría 1. Prácticas periodísticas	53

9.4.1.1. Patrones identificados.....	54
9.4.1.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.	54
9.4.1.3. Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas.....	58
9.4.1.4. Interpretación de la gráfica.	60
9.4.1.5. Triangulación de actores.	61
9.4.1.6. Análisis general de la categoría 1.	63
9.4.2 Categoría 2. Producción informativa.....	64
9.4.2.1. Patrones identificados.....	65
9.4.2.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.	66
9.4.2.3. Tendencias identificadas en la producción informativa.....	71
9.4.2.4. Interpretación de la gráfica.	73
9.4.2.5. Triangulación de actores.	74
9.4.2.6. Análisis general de la categoría.	76
9.4.3 Categoría 3. Interacción con las audiencias	77
9.4.3.1. Patrones identificados.....	78
9.4.3.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.	78
9.4.3.3. Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias.	83
9.4.3.4. Interpretación de la gráfica.	86
9.4.3.5. Triangulación de actores.	87
9.4.3.6. Análisis general de la categoría.	89
9.4.4 Categoría 4. Uso y análisis de datos	90
9.4.4.1. Patrones identificados.....	91
9.4.4.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.	91
9.4.4.3. Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos.....	95

9.4.4.4. Interpretación de la gráfica.	97
9.4.4.5. Triangulación de actores.	98
9.4.4.6. Análisis general de la categoría.	100
9.5 Análisis de contenido de las publicaciones en Facebook.	102
9.5.1 Formatos predominantes de las publicaciones en Facebook	104
9.5.2 Temáticas predominantes de las publicaciones en Facebook	109
9.6 Análisis de métricas de las publicaciones en Facebook	112
9.6.1 Publicaciones con mayor interacción	113
9.6.2 Comportamiento de las métricas de interacción.....	114
9.7 Síntesis general de resultados	116
10. Discusión de resultados	119
11. Conclusiones	124
12. Recomendaciones	126
Referencias	128
Anexos	131

Lista de tablas

Tabla	Página
Tabla 1 Estrategia de categorización temática.....	30
Tabla 2 Estrategia de análisis y visualización de datos digitales.....	31
Tabla 3 Matriz de categorías de análisis	33
Tabla 4 Tabla de frecuencias	39
Tabla 5 Redes sociales utilizadas por los participantes	47
Tabla 6 Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas	58
Tabla 7 Triangulación de actores sobre prácticas periodísticas	62
Tabla 8 Tendencias identificadas en la producción informativa.....	71
Tabla 9. Triangulación de actores sobre producción informativa.....	75
Tabla 10 Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias	83
Tabla 11 Triangulación de actores sobre interacción con las audiencias	88
Tabla 12 Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos	96
Tabla 13 Triangulación de actores sobre uso y análisis de datos.....	100
Tabla 14 Caracterización de las publicaciones analizadas.....	102
Tabla 15 Publicaciones analizadas en los casos de estudio	104
Tabla 16 Distribución de las publicaciones según el formato empleado	107
Tabla 17 Distribución de las publicaciones según la temática predominante.....	110
Tabla 18 Publicaciones con mayor interacción en Facebook (2020-2025)	113
Tabla 19 Comportamiento de las métricas en las publicaciones analizadas.....	115

Lista de figuras

Figura	Página
Figura 1 Edad de los participantes (años).....	41
Figura 2 Distribución de participantes según género.....	43
Figura 3 Distribución de participantes según actor	44
Figura 4 Distribución de participantes según experiencia	45
Figura 5 Plataformas digitales utilizadas por los participantes.....	49
Figura 6 Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas.....	60
Figura 7 Tendencias identificadas en la producción informativa	73
Figura 8 Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias.....	86
Figura 9 Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos.....	97
Figura 10 Formato utilizado en las publicaciones.	108
Figura 11 Temáticas predominantes de las publicaciones en Facebook	111

1. Introducción

Durante los más recientes años la comunicación ha atravesado cambios importantes como consecuencia de la incorporación de las tecnologías digitales y del crecimiento de las redes sociales como espacios de información e interacción.

Dichos cambios también han transformado el ejercicio del periodismo radial, que ha encontrado en plataformas como Facebook una oportunidad para ampliar el alcance de sus contenidos, fortalecer el contacto con las audiencias y adaptar sus dinámicas de trabajo a nuevas formas de producción y circulación de la información.

En Pasto, las emisoras de radio se han instalado de manera progresiva en Facebook como parte de sus estrategias comunicativas.

Las noticias normalmente difundidas a través de la radio, actualmente se complementan con publicaciones, fotografías, videos y otros recursos digitales que permiten una comunicación más inmediata con los usuarios.

Esta situación motivó a comprender cómo se ha desarrollado este proceso de transición y cuáles han sido sus efectos sobre las prácticas periodísticas, la producción informativa, la relación con las audiencias y el uso de los datos que surgen desde las plataformas digitales.

Para alcanzar una visión amplia del fenómeno y comprenderlo desde diferentes perspectivas, se trabajó desde un enfoque cualitativo mediante la realización de entrevistas semiestructuradas a periodistas, docentes y estudiantes de comunicación, reforzadas con el análisis de contenido y de métricas de publicaciones realizadas en Facebook por medios locales.

Los resultados obtenidos reflejan que Facebook se ha posicionado como un escenario donde el periodismo local tiene nuevas formas de producir, distribuir y compartir información.

Igualmente revelan transformaciones en las rutinas de trabajo de los periodistas, la incorporación de competencias digitales, el fortalecimiento de la interacción con las audiencias y el uso de métricas que permiten comprender el comportamiento de los contenidos publicados.

Así mismo, la investigación permitió identificar desafíos relacionados con las condiciones laborales, la actualización permanente de conocimientos y la adaptación a un entorno comunicativo que evoluciona constantemente.

De esta manera este estudio aporta una mirada sobre las transformaciones que vive el periodismo radial en Pasto, al mostrar cómo los medios locales incorporan las plataformas digitales a sus procesos informativos sin perder la conexión de la radio como medio ligado a la comunidad.

Los resultados son un aporte para la comprensión del periodismo regional en escenarios multimediáticos y ofrecen elementos útiles para periodistas, docentes, estudiantes e investigadores interesados en las dinámicas actuales de la comunicación digital.

Este documento está organizado en diez capítulos, inicialmente, se presenta el planteamiento del problema, la justificación, los objetivos y el marco teórico que sustentan la investigación.

Seguidamente se desarrolla el diseño metodológico, los resultados obtenidos a partir de las entrevistas, el análisis de contenido y el análisis de métricas.

Para el cierre, se presentan la discusión de los hallazgos, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos que respaldan el desarrollo del estudio.

2. Planteamiento del problema

2.1 En el mundo

La radio, desde su aparición en las primeras décadas del siglo XX, se consolidó como uno de los medios más influyentes en la conformación de la opinión pública, su inmediatez, alcance y accesibilidad la posicionaron como un canal central para la información cotidiana y la construcción de identidad cultural.

En sus inicios, operó bajo un modelo clásico de comunicación masiva de carácter unidireccional, en el que las emisoras emitían contenidos y las audiencias asumían como receptoras.

Este esquema corresponde al modelo propuesto por Lasswell (1948), quien definió la comunicación como un proceso lineal estructurado en la pregunta: ¿quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto?

Durante décadas, este modelo configuró una relación vertical entre emisores y audiencias, con limitadas posibilidades de interacción, restringidas a mecanismos como cartas, visitas ocasionales a cabinas o llamadas telefónicas, generalmente costosas y poco accesibles.

No obstante, con la expansión de internet y el surgimiento de plataformas digitales, este modelo comenzó a transformarse, y es ahí donde autores como Scolari (2008) plantean que los medios han ingresado en ecologías digitales caracterizadas por la convergencia de lenguajes, la hibridación de formatos y la participación activa de las audiencias.

En este nuevo entorno, la radio deja de ser únicamente un dispositivo técnico de transmisión sonora y se convierte en un espacio mediático complejo que integra texto, audio, video y datos de interacción en tiempo real.

En consecuencia, las transmisiones en las prácticas periodísticas tradicionales coexisten hoy con dinámicas digitales que integran texto, video e imagen a través de Facebook, interacción mediante comentarios y circulación de contenidos en múltiples formatos.

Esta transformación global redefine los modos de producción y distribución de la información, introduce nuevas exigencias profesionales y reconfigura el rol del periodista en un entorno marcado por la interactividad y la convergencia mediática.

2.2 En Colombia

La radio colombiana ha desempeñado un papel fundamental en la vida política, cultural y social del país desde mediados del siglo XX; a través de emisoras regionales y nacionales, se consolidó un tejido comunicativo que permitió informar a amplios sectores de la población, incluso en territorios donde la prensa escrita o la televisión no llegaban.

En este contexto, el ejercicio periodístico radial se caracterizó por rutinas definidas, como la reportería en campo, el trabajo en cabina, los horarios estructurados y el uso predominante de fuentes institucionales, junto con una interacción moderada con la audiencia, mediada principalmente por llamadas telefónicas o mensajes que ingresaban con posterioridad.

Con todo eso, este modelo ha cambiado con mayor auge desde el año 2020 donde muchos periodistas han incorporado transmisiones digitales a través de plataformas como Facebook, donde difunden información e interactúan de manera directa y constante con las audiencias.

Paralelamente, el cierre o la reconfiguración de emisoras tradicionales ha impulsado a diversos periodistas a migrar hacia espacios digitales propios, que funcionan como medios alternativos de carácter independiente, como el caso de la fusión de Caracol Radio y W Radio en 2026, dejando una sola emisora, insertando procesos de concentración mediática orientados a optimizar recursos, reorganizar contenidos y fortalecer su posicionamiento en un entorno competitivo y digital.

De manera similar, el caso de RCN Radio con el cese de su cadena básica en agosto de 2025, tras más de siete décadas de funcionamiento, refleja las transformaciones estructurales del sector.

Este hecho responde a una reestructuración que trajo consigo la desaparición de una marca histórica del dial y la redistribución de contenidos en otras señales, como La FM; la creación de nuevas propuestas musicales y la sustitución de formatos tradicionales.

Otro caso similar es el de la cadena radial La Cariñosa, reemplazada por “alerta” más enfocada en noticias locales y actualidad, orientada a dinámicas de consumo multiplataforma, constatando un cambio en las lógicas de producción y circulación de contenidos, cada vez más alineadas con las demandas del entorno digital.

En conjunto, estas transformaciones han generado tanto oportunidades como tensiones en el ejercicio periodístico, si bien amplían los canales de difusión y participación, también plantean desafíos éticos, laborales y profesionales.

En este sentido, Kovach y Rosenstiel (2001) advierten que, pese a los cambios tecnológicos, los principios fundamentales del periodismo como la verificación, la independencia y la responsabilidad deben mantenerse, especialmente en contextos digitales donde la inmediatez puede comprometer la rigurosidad informativa.

2.3 En Pasto

En la capital del departamento de Nariño, la radio ha tenido históricamente un lugar importante en la vida social y cultural, de acuerdo con el investigador nariñense Rosero (1996), las emisoras locales han sido espacios clave para la construcción de identidad y memoria colectiva en la región.

Durante décadas, muchas de estas emisoras, varias vinculadas a cadenas nacionales, mantuvieron un modelo de trabajo estable, con periodistas reconocidos, programas de larga trayectoria y audiencias que incorporaban la radio como parte de su vida cotidiana.

Sin embargo, entre 2020 y 2025 este panorama comenzó a cambiar, mientras algunas emisoras continúan operando bajo esquemas tradicionales, otras han cerrado o se han reorganizado, llevando a varios periodistas a trasladar su trabajo hacia plataformas digitales, especialmente en Facebook, donde la práctica periodística permite desarrollar nuevas formas de informar e interactuar con el público.

En este contexto, el ejercicio periodístico que dependía exclusivamente de una cabina o de equipos técnicos, ya se puede realizarse desde un celular, con conexión a internet y una audiencia que participa de manera activa e instantánea.

Este escenario ha transformado la práctica del periodismo radial local, por un lado, se mantienen elementos propios del modelo tradicional, como el uso de la voz y la narración informativa; por otro, surge la interacción constante con la audiencia, la visibilidad pública y la influencia de reacciones en tiempo real, generando nuevas formas de trabajo y paralelamente nuevos retos para los periodistas, al tratar de adaptarse a un entorno más inmediato y exigente.

A pesar de que estos cambios son reales, no existe un estudio que permita comprender con profundidad qué está ocurriendo en la ciudad de Pasto, en particular; hace falta analizar cómo han cambiado las rutinas de trabajo, de qué manera la interacción con el público influye en las decisiones informativas y qué papel tienen los datos que ofrecen las plataformas digitales en el ejercicio periodístico.

Ante este panorama, la presente investigación se centra en analizar la transición del periodismo radial en Pasto durante el periodo 2020–2025, tomando como referencia la transición hacia Facebook, así como los procesos de cierre, transformación o permanencia de emisoras tradicionales, y las nuevas formas de producción informativa desarrolladas por periodistas que continúan su labor en entornos digitales.

2.4 Pregunta de investigación

¿De qué manera la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales como Facebook ha transformado las rutinas de producción, la interacción con las audiencias y el uso de métricas digitales en Pasto entre 2020 y 2025?

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales como Facebook en la ciudad de Pasto durante el periodo 2020–2025, a partir de las transformaciones en las prácticas periodísticas, las dinámicas de interacción con las audiencias y el uso de datos digitales.

3.2 Objetivos específicos

1. Caracterizar la transición del periodismo radial en la ciudad de Pasto hacia Facebook durante el periodo 2020–2025.
2. Analizar las transformaciones en las prácticas periodísticas, rutinas de trabajo y roles profesionales de los periodistas radiales en entornos digitales.
3. Examinar las dinámicas de interacción entre periodistas y audiencias en plataformas digitales, a partir del análisis de contenidos y participación del público.

4. Justificación

Esta investigación es relevante porque permite la publicación de noticias, distribución algorítmica, interacción con audiencias y medición mediante métricas, además permite comprender cómo ha cambiado la práctica del periodismo radial en la ciudad de Pasto durante el periodo 2020–2025, etapa en la que las emisoras locales han enfrentado un proceso de transición hacia plataformas digitales, especialmente a Facebook.

Lo anterior ha implicado una transformación en las formas de producción, circulación y consumo de información, formulando interrogantes sobre la reconfiguración del ejercicio periodístico en contextos locales.

La radio en Nariño ha sido históricamente un medio tradicional que actualmente atraviesa un cambio estructural, tecnológico y cultural, como lo señala el investigador nariñense, Rosero (1996) sobre la Historia de la radio en Nariño.

En este contexto, la presente investigación se propone analizar cómo se desarrolla la transición del periodismo radial hacia Facebook en la ciudad de Pasto y su incidencia en el ámbito regional durante el periodo 2020–2025.

Para este fin, se plantea un estudio de caso cualitativo basado en entrevistas a periodistas, docentes y estudiantes de comunicación social, con trayectoria y experiencia en radio, análisis de contenido y observación de prácticas digitales.

Este enfoque permite interpretar las implicaciones profesionales, culturales y comunicativas de este proceso, aportando al conocimiento del periodismo en escenarios regionales sobre los que no se ha investigado.

Durante décadas, la radio operó bajo un modelo tradicional caracterizado por emisiones desde cabinas físicas, producciones rutinarias y una relación unidireccional con la audiencia, donde la interacción se limitaba a llamadas telefónicas, lo que implicaba restricciones técnicas y una participación condicionada.

Sin embargo, este modelo comenzó a reconfigurarse con la llegada de plataformas digitales, donde los periodistas incorporan publicaciones que combinan imagen, texto y video, comentarios en tiempo real, y reacciones, lo que transforma el soporte tecnológico redefiniendo la relación entre periodistas y audiencias.

Situación que ha desplazado el control exclusivo del mensaje y ha dado lugar a dinámicas más participativas que inciden directamente en las prácticas periodísticas.

Este giro, de un modelo unidireccional a uno participativo, es conceptualizado por Scolari (2008) como un proceso de “hipermediaciones”, en el que convergen múltiples lenguajes, tecnologías y actores en red, donde las emisoras dejan de operar solas y se integran en dinámicas interactivas que transforman la producción, circulación y consumo de contenidos.

Desde este punto de vista, la transición del periodismo radial hacia Facebook, puede entenderse como una reconfiguración del ecosistema mediático, en la que se redefinen los roles del periodista, las audiencias y los propios medios de comunicación.

El periodo 2020–2025 se justifica como objeto de estudio porque coincide con el auge de la conectividad móvil, la consolidación de las redes sociales como espacios informativos y la expansión de formatos híbridos que integran audio, video e imagen, generando transformaciones en las prácticas periodísticas, la producción y circulación de contenidos, las formas de interacción con las audiencias y el uso de métricas para orientar las estrategias comunicativas.

A esto se suma el cierre o reconfiguración de emisoras locales, como La Voz del Galeras de Todelar, W Radio en Pasto y RCN Radio Las Lajas en Ipiales, así como procesos de reorganización empresarial en el sector radial.

Estos antecedentes representan cambios estructurales en la industria y visualizan una transformación del campo laboral y profesional del periodismo radial, en el que los comunicadores optan por migrar hacia entornos digitales como estrategia de continuidad y adaptación.

A nivel académico, este proyecto contribuye al campo de la comunicación y las culturas digitales al articular un análisis situado, local y contemporáneo con la evolución de la práctica periodística, los medios y las mediaciones tecnológicas; asimismo, se inscribe en la tradición de estudios históricos de los medios, como los planteados por Briggs y Burke (2002), que analizan las transformaciones sociales y culturales asociadas a los cambios en los sistemas de comunicación.

En este sentido, la investigación permite comprender cómo estos procesos globales se manifiestan en contextos locales, aportando evidencia empírica sobre la adaptación de la radio en escenarios regionales.

Es así como esta investigación aporta realidades sobre cómo el periodismo radial en Pasto atraviesa procesos de transición hacia lo digital, con sus posibilidades, tensiones y contradicciones, aporte relevante en la medida en que permite problematizar la idea de una transición homogénea.

Finalmente, este estudio tiene un valor social y profesional, ya que al documentar las transformaciones del periodismo radial local ofrece insumos para periodistas, docentes, estudiantes, gestores culturales y comunidades, contribuyendo al fortalecimiento de un periodismo regional que se adapta a los entornos digitales sin perder su identidad.

Este cambio ha contribuido al desarrollo de competencias para el ejercicio profesional en plataformas digitales y a la comprensión de las nuevas dinámicas comunicativas en la ciudad de Pasto.

En este sentido, la investigación describe un cambio que aporta elementos para interpretar y afrontar los desafíos actuales del periodismo en contextos locales.

5. Marco conceptual

El periodismo radial es una práctica comunicativa que históricamente ha utilizado la voz, el sonido y el habla como principales recursos para informar, interpretar y narrar la realidad.

Durante décadas, esta forma de periodismo se desarrolló en un entorno técnico y cultural basado en la transmisión unidireccional, donde la emisora producía contenidos y la audiencia los recibía.

Para autores como Rosero (1996), la radio en contextos regionales como es el caso de Nariño cumplió una función informativa, convirtiéndose en un espacio de encuentro social, construcción de identidad y memoria colectiva.

La transición del periodismo radial alude al proceso progresivo mediante el cual esta práctica comunicativa se ha desplazado desde el uso exclusivo de frecuencias tradicionales de radio hacia plataformas digitales, específicamente a Facebook.

Sin embargo, por esta situación la radio no ha desaparecido, su transición y adaptación a nuevos escenarios mediáticos ha implicado que el sonido vaya de la mano con la imagen, el texto y la interacción permanente.

Briggs y Burke (2002), al analizar los cambios en la historia de la comunicación, plantea que los medios viven y permanecen, transformándose e incorporando nuevas formas de producción y circulación de los mensajes, lo que permite comprender la radio digital como una extensión del medio, sin implicar una ruptura total con la radio como tal.

Las plataformas digitales, en este estudio, se entienden como espacios virtuales que permiten la publicación, circulación y consumo de contenidos, así como la interacción entre productores y audiencias.

Facebook se ha convertido en escenario central para el ejercicio del periodismo radial contemporáneo, al posibilitar publicación de contenidos grabados o escritos e interacción inmediata mediante comentarios, reacciones y mensajes.

En tal sentido Scolari (2008) señala que estas plataformas forman parte de una ecología mediática caracterizada por la convergencia de lenguajes y por la participación activa de los usuarios, quienes aparte de consumir información, también la comentan, la cuestionan y la comparten.

Las prácticas periodísticas versan sobre el conjunto de rutinas, decisiones y acciones que realizan los periodistas en el ejercicio cotidiano de su labor informativa, en este contexto de la transición digital, estas prácticas se ven atravesadas por nuevas dinámicas, como la multitarea, la gestión de audiencias, la lectura constante de la retroalimentación y el uso de métricas digitales.

Por esta razón, Kovach y Rosenstiel (2001/2014) destacan que, aunque los formatos y plataformas cambien, el periodismo sigue siendo un servicio público basado en la verificación, la responsabilidad y el compromiso con la verdad, principios que adquieren nuevos desafíos en los entornos digitales.

La interacción con las audiencias, se relaciona con la comunicación en doble vía, entre periodistas y público, misma que en la radio tradicional se daba de forma limitada, principalmente a través de llamadas telefónicas o mensajes diferidos; en contraste, las

plataformas digitales permiten una comunicación bidireccional e incluso multidireccional, donde las audiencias participan en tiempo real mediante texto, voz o imagen.

Esta interacción transforma la relación entre periodista y público, generando un diálogo más cercano, pero también mayores presiones y responsabilidades en la gestión de la información.

Finalmente, los datos de audiencia son la información que ofrecen las plataformas digitales sobre el alcance, las visualizaciones, las reacciones y los comentarios de los contenidos publicados, insumos que influyen en las decisiones periodísticas, al orientar temas, horarios y formatos.

En el marco de las culturas digitales, estos datos miden el consumo, pero, sobre todo, reflejan formas de participación y apropiación de los contenidos por parte de las audiencias, configurando nuevas maneras de entender el impacto del periodismo radial en el entorno digital.

6. Marco teórico

Esta investigación aborda la transición del periodismo radial hacia Facebook, con el fin de comprender los cambios históricos, culturales y profesionales que atraviesa la radio en contextos regionales por su cercanía con la audiencia y su accesibilidad, configurándose como una práctica social vinculada a la cultura, la memoria y la vida colectiva, tal como lo plantea Rosero (1996) en su estudio.

6.1. La evolución de los medios y la ecología de la comunicación

A lo largo de su historia, los medios de comunicación han atravesado diversas transformaciones tecnológicas y culturales que modifican la manera en que las sociedades producen, distribuyen y consumen información.

Con la incorporación de las nuevas tecnologías, los medios, lejos de desaparecer tienden a coexistir y adaptarse dentro de un mismo ecosistema comunicativo, donde cada uno redefine sus funciones y relaciones con los demás.

Esta perspectiva es desarrollada por la ecología de los medios, que estudia los medios como ambientes y como especies que evolucionan conjuntamente, en este sentido Marshall McLuhan (1964) plantea que el medio es el mensaje, donde las tecnologías de comunicación transmiten contenidos, al igual que transforman la percepción, la organización social y la cultura.

Posteriormente, Scolari (2008) refuerza este concepto para explicar que Internet no reemplaza a la radio, la televisión o la prensa; antes bien, genera un nuevo ecosistema donde todos los medios se reconfiguran mediante procesos de digitalización e interactividad.

Por esta razón, la transición de la radio hacia Facebook es una adaptación ecológica, que acoge la radio, sonora y periodísticamente, ampliando su presencia mediante formatos audiovisuales, publicaciones escritas y conversaciones permanentes con sus audiencias.

6.1.1 Del modelo unidireccional al bidireccional

La comunicación radial, en varios años del siglo XX, funcionó bajo un modelo unidireccional donde el periodista producía información y la audiencia la escuchaba con escasas posibilidades de respuesta inmediata, pues su participación se limitaba a llamadas telefónicas, cartas o mensajes llevados posteriormente al aire.

Con la presencia de plataformas digitales, este modelo evolucionó hacia una comunicación bidireccional e interactiva, donde el receptor pasa a ser parte activa porque también produce contenidos, comenta, comparte y modifica la circulación de la información, constituyendo uno de los fundamentos de las culturas digitales contemporáneas.

6.2. La transición del periodismo radial hacia plataformas digitales

La transición es un proceso gradual de adaptación y continuidad que no compromete la desaparición del periodismo radial, por el contrario, lleva varias de sus prácticas hacia entornos digitales, como Facebook.

Según Castells (2009), existimos en una sociedad red, que se caracteriza por estructuras de comunicación descentralizadas donde la información circula mediante conexiones digitales y ya no desde medios tradicionales, razón por la cual el periodista pasa a interactuar con múltiples actores conectados, dejando de ser el único emisor.

Para Orihuela (2015) el periodismo digital entendido como la práctica de publicar noticias en Internet; actualmente, se reconfigura en una nueva lógica de producción basada en la conversación, la inmediatez, la hipertextualidad y la movilidad, donde el periodista trabaja simultáneamente para distintos formatos y plataformas, adaptando el lenguaje según las características del medio.

6.2.1 Cambios en las rutinas periodísticas

Dentro del proceso de transición se encuentran modificaciones en las rutinas profesionales, anteriormente se hacía producción para emisión radial en horarios definidos, con retroalimentación casi inexistente por las condiciones de comunicación, donde la audiencia únicamente escuche.

Sin embargo, hoy en día se pasa a la producción multimedia, con cobertura en tiempo real, en muchos casos, presencia de comentarios inmediatos, audiencia conectada y participativa y el uso permanente de métricas digitales.

6.2.2 El caso de la radio regional

Dentro del proceso de migración digital, para el caso de la ciudad de Pasto, algunas emisoras locales cerraron sus operaciones o salieron del aire, mientras periodistas y sus equipos humanos trasladaron su trabajo hacia plataformas digitales como Facebook donde continúan realizando labores informativas, desde diferentes formatos.

6.3. Hipermediaciones y convergencia mediática

Scolari (2008), se refiere a la hipermediación, desde donde propone entender los medios como una red de interfaces, lenguajes y usuarios que interactúan continuamente, superando la visión clásica de canales independientes.

Este autor, conceptualiza las hipermediaciones como los procesos de intercambio simbólico que ocurren en entornos digitales caracterizados por: hipertextualidad, multimedia, interactividad y conectividad en red.

En otras palabras, una noticia de texto publicada en Facebook se fortalece con video, fotografía, enlaces, reacciones, comentarios y compartidos por parte de los usuarios, convirtiéndose en una experiencia comunicativa mucho más multimedial que la emisión radial tradicional.

6.3.1 La convergencia mediática

Para Jenkins (2008) la convergencia ocurre entre tecnologías, industrias, audiencias y prácticas culturales, ya que hay participación activa en la circulación del contenido y contribuyen a expandir su alcance.

Dicha convergencia, aplicada a esta investigación, se observa cuando un periodista radial transmite un hecho, publica un video en Facebook, escribe un texto informativo, responde comentarios, entre otros, de tal manera que se pasa de una única narrativa a múltiples formas de contar el mismo acontecimiento.

6.3.2 Hipertextualidad

Este concepto permite al usuario decidir qué recorrer, qué ampliar y qué compartir, convirtiéndose en un lector activo dentro del proceso comunicativo.

6.4. Culturas digitales y nuevas audiencias

Se refiere a las prácticas sociales, comunicativas y culturales que emergen del uso cotidiano de tecnologías conectadas; para Barbero (2003), el análisis de los medios debe desplazarse de los aparatos tecnológicos hacia las mediaciones culturales, es decir, las formas en que las personas producen significado desde sus contextos sociales.

Las culturas digitales anteriormente desde la Comunicación tradicional operaban con una audiencia receptora, Consumo lineal y Difusión limitada pasando en la actualidad en las culturas digitales con audiencias participantes, consumo personalizado y circulación de información en red.

6.4.1 La cultura participativa

Jenkins (2006) se refiere a este tema para explicar cómo los usuarios dejan de ser espectadores pasivos y colaboran en la producción, circulación y reinterpretación de los contenidos, en Facebook esta participación se manifiesta mediante: comentarios, reacciones, compartidos.

6.5. Facebook como plataforma del periodismo contemporáneo

Facebook pasó de ser únicamente una red social a una infraestructura de circulación informativa, fenómeno que Van Dijck (2016) reconoce como sociedad de plataformas, donde empresas tecnológicas organizan la visibilidad del contenido mediante algoritmos y datos.

Por su parte, Srnicek (2018) refuerza esta idea al asegurar que las plataformas funcionan como modelos económicos basados en la captura y explotación de datos, convirtiendo la interacción de los usuarios en un recurso estratégico.

Facebook es relevante para esta investigación porque reúne simultáneamente cuatro funciones: Publicación de noticias, distribución algorítmica, interacción con audiencias, medición mediante métricas.

Por consiguiente, el periodista sobre la calidad informativa de una noticia, evalúa también indicadores como alcance, comentarios y compartidos, elementos que influyen en las decisiones editoriales.

6.5.1 El algoritmo y la visibilidad

En plataformas sociales, la visibilidad de una noticia depende en gran parte del comportamiento de los usuarios, entre más interacciones recibe una publicación, mayores posibilidades tiene de circular dentro de la plataforma, lo que modifica la lógica tradicional de jerarquización informativa y propone nuevos desafíos éticos para el periodismo.

6.6. Métricas digitales e interacción

Las métricas digitales se entienden como indicadores cuantificables que permiten analizar el comportamiento de las audiencias frente a un contenido publicado en plataformas digitales, en Facebook, las principales son reacciones que reflejan la respuesta emocional del usuario; Comentarios, que surgen a manera de conversación e interacción; Compartidos, que se dan para generar una redistribución del contenido, y visualizaciones que se traduce en el consumo del contenido audiovisual.

Estas variables dentro de la calidad periodística, permiten comprender los niveles de circulación e involucramiento de las audiencias.

6.6.1 Engagement o interacción

Hace referencia al grado de compromiso que una audiencia desarrolla con un contenido, los comentarios y compartidos representan formas de interacción más profundas que una simple reacción, pues implican participación activa y difusión social, según varios estudios de comunicación digital.

Para esta investigación, las métricas son una herramienta complementaria al análisis de contenido, permitiendo identificar cuáles características narrativas generan mayores niveles de interacción dentro del periodismo radial digital de Pasto.

7. Marco referencial

La presente investigación se realizó en el contexto del periodismo radial de la ciudad de Pasto, un territorio donde la radio ha ocupado históricamente un lugar central en la vida social, cultural y política, por sus características geográficas y socioculturales.

La radio se ha consolidado como una herramienta cercana y accesible para informarse y construir vínculos comunitarios; en tal sentido, el investigador Rosero (1996) destaca que las emisoras locales han sido fundamentales en la construcción de identidad y memoria colectiva en la región.

Durante décadas, el periodismo radial en Pasto se desarrolló a través de emisoras que operaban en frecuencias AM y FM, muchas de ellas vinculadas a cadenas nacionales como RCN Radio, Caracol Radio y Todelar, mismas que contaban con estructuras organizadas, rutinas estables y periodistas con trayectoria, permitiendo construir relaciones de confianza con las audiencias, caracterizadas por la cercanía de la voz y formas limitadas de participación.

Sin embargo, entre 2020 y 2025 por el cierre, fusión y reorganización de emisoras tradicionales, este panorama comenzó a transformarse, modificando la oferta radial local y afectando directamente las condiciones laborales de los periodistas; en muchos casos, estos cambios implicaron la pérdida de espacios de trabajo y la necesidad de replantear el ejercicio profesional en un contexto marcado por la incertidumbre.

Ante esta situación, Facebook se consolidó como alternativa y oportunidad para que los periodistas radiales que antes trabajaban en emisoras tradicionales migren hacia estos espacios digitales, donde publican contenidos informativos y generan nuevas formas de interacción con sus audiencias.

Este cambio, implica transformaciones en las rutinas de producción, en la presentación de la información y en la relación con el público, que ahora participa activamente a través de comentarios, reacciones y mensajes en tiempo real.

Ante un contexto donde las culturas digitales, el uso de redes sociales, la disponibilidad de dispositivos móviles y el acceso creciente a internet han modificado los hábitos de consumo informativo en la ciudad, la radio pasa de escucharse a leerse desde el texto y la imagen, se

comparte y se comenta, dando lugar a nuevas dinámicas de interacción entre periodistas y audiencias.

En Colombia, diversos estudios académicos han analizado estas transformaciones desde distintas perspectivas, por ejemplo, una investigación del autor Barrios (2019), analiza la bifurcación del modelo de negocio radiofónico colombiano en la convergencia antena–ecosistema digital donde se describe cómo las emisoras han incorporado herramientas digitales como web-radio, aplicaciones y redes sociales para adaptarse a nuevas formas de consumo.

De manera complementaria, el estudio titulado “El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana”, desarrollado por Barrios Rubio et al. (2019), también publicado en la revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, examina cómo estas transformaciones impactan directamente en las competencias y prácticas del periodista, resaltando la necesidad de adaptación a entornos digitales marcados por la interactividad y el consumo multiplataforma.

Ambos estudios referidos a la transición de la radio presentan enfoques distintos, mientras Barrios (2019) se centra en los cambios en el modelo de negocio y la estructura de los medios, Zambrano (2019) y sus coautores analizan principalmente los retos profesionales del periodista.

A nivel metodológico, estos trabajos se desarrollan desde enfoques cualitativos, lo que permite comprender el fenómeno en profundidad, aunque deja en segundo plano el análisis sistemático de las dinámicas de interacción en plataformas digitales.

En el ámbito internacional, estudios como Ardan Radio Convergence as an Adaptation of Private Radio in the Digital Era, de Muhammad Fikri Gissani y colaboradores, publicado en la revista académica Jurnal Komunikatio (Vol. 10, Núm. 2, 2024), muestran que la convergencia mediática es una tendencia global, estos trabajos evidencian cómo las emisoras integran redes sociales, plataformas digitales y estrategias multiplataforma para adaptarse a los cambios en el consumo informativo.

De manera similar, investigaciones desarrolladas en México y Ecuador, publicadas en la Revista Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, analizan cómo las radios públicas, universitarias y online han incorporado herramientas digitales como el streaming, los contenidos

bajo demanda y la interacción en redes sociales para ampliar sus audiencias y fortalecer sus propuestas comunicativas.

A pesar de estos aportes, se identifican dos limitaciones principales, por un lado, la mayoría de estos estudios se centran en contextos nacionales o institucionales amplios, sin profundizar en realidades locales específicas, por otro, priorizan el análisis de modelos de negocio, tecnologías o formatos, dejando en segundo plano las experiencias cotidianas de los periodistas y las dinámicas concretas de producción en territorios particulares.

Desde esta perspectiva, hay una ausencia de investigaciones que analicen cómo estos procesos se desarrollan en contextos locales como la ciudad de Pasto, en particular, existe un vacío en la comprensión de cómo estas transformaciones afectan las prácticas cotidianas de los periodistas, sus decisiones informativas, el uso de datos de interacción y sus condiciones laborales en escenarios concretos.

De esta manera, la presente investigación busca aportar a este vacío al centrarse en un contexto local y en las experiencias de los periodistas que han transitado desde la radio tradicional hacia plataformas digitales.

Este enfoque permite ofrecer una comprensión situada del fenómeno, reconociendo las particularidades del territorio y las dinámicas propias del periodismo radial en la ciudad.

8. Metodología

Para comprender cómo se desarrolla la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto, fue necesario definir un proceso metodológico que permitiera recoger, organizar e interpretar la información de manera coherente con los objetivos de la investigación.

La metodología orientó cada una de las etapas del estudio, desde la selección de los participantes y las técnicas de recolección de información hasta el análisis de las entrevistas, las publicaciones de Facebook y las métricas digitales, con el propósito de obtener una comprensión amplia del fenómeno estudiado.

8.1 Diseño metodológico

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo, orientado a comprender la transición del periodismo radial hacia Facebook, en la ciudad de Pasto entre 2020 y 2025, mismo que permitió analizar las experiencias, percepciones y significados que los periodistas atribuyen

a los cambios en sus prácticas profesionales, así como las dinámicas de interacción con las audiencias en entornos digitales.

El diseño de la investigación es de carácter descriptivo–interpretativo; por una parte, dirigido a describir las transformaciones en las rutinas periodísticas, las formas de producción informativa y la relación con las audiencias; por otro, a interpretar estos cambios a la luz de los contextos sociales, tecnológicos y laborales en los que se producen.

Se adoptó el método de estudio de caso, centrado en la ciudad de Pasto, lo que permitió analizar en profundidad un contexto local específico como la capital del departamento de Nariño y comprender cómo la digitalización de los medios, se manifiestan en escenarios regionales concretos.

En cuanto a la selección de participantes, la investigación incorporó una estrategia de triangulación de actores, con el fin de obtener una comprensión más amplia y enriquecida del fenómeno estudiado, con la participación de tres grupos clave:

1. Periodistas radiales, en ejercicio o en proceso de transición hacia plataformas digitales.
2. Docentes del programa de Comunicación Social – Periodismo, de la Universidad Mariana de Pasto, único pregrado de esta área en la región.
3. Estudiantes de último semestre del mismo programa.

La inclusión de estos actores responde a la necesidad de analizar el fenómeno desde distintas perspectivas tales como la práctica profesional, la reflexión académica y la formación en proceso, permitiendo contrastar experiencias, discursos y percepciones en torno a la transición del periodismo radial a entornos digitales.

A la muestra cualitativa la conforman 36 participantes, distribuidos entre los tres grupos, teniendo en cuenta su trayectoria, vinculación con el campo periodístico y presencia en Facebook.

Esta estrategia metodológica fortalece la validez del estudio al permitir la triangulación de información, entendida como la articulación de múltiples fuentes para comprender de manera integral las dinámicas de transición del periodismo radial en la ciudad de Pasto durante el periodo 2020–2025.

La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional o por criterios, dado que la investigación trata de comprender un fenómeno específico.

Por lo anterior, los participantes se seleccionaron según su relación con el objeto de estudio; es decir, con la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales en la ciudad de Pasto, teniendo en cuenta los siguientes criterios de selección:

- Periodistas: experiencia en radio y/o participación en procesos de transición hacia Facebook.
- Docentes: vinculación académica al campo de la comunicación social - periodismo, con conocimiento sobre medios, transformación digital o formación de periodistas.
- Estudiantes: de último semestre del programa de Comunicación Social – Periodismo, con formación en producción de contenidos o entornos digitales.

Se seleccionaron considerando su disponibilidad, su pertinencia frente al fenómeno estudiado y su capacidad para aportar información relevante y significativa para el análisis.

Este tipo de muestreo es pertinente porque permite acceder a actores clave con experiencia, conocimientos y perspectivas relacionadas con el objeto de investigación, favoreciendo así la comprensión y contextualización del fenómeno.

Se emplearon dos técnicas de recolección de información; por una parte, se aplicó entrevistas semiestructuradas a los participantes de los tres grupos, logrando explorar sus experiencias, percepciones y prácticas en relación con la transición del periodismo radial hacia Facebook en la ciudad de Pasto.

De otro lado, se llevó a cabo un análisis cualitativo de contenidos publicados en Facebook, que incluyen (texto, texto e imagen y texto y video); constituidas por:

- Publicaciones informativas en Facebook
- Interacciones generadas (comentarios, reacciones, compartidos)

Para el análisis de la información, se empleó una estrategia de categorización temática, organizada a partir de los objetivos de la investigación, donde se tuvo las principales categorías de análisis (Véase la Tabla 1):

Tabla 1*Estrategia de categorización temática*

Categoría	Indicador	Fuente
Prácticas periodísticas	Cambios en dinámicas de trabajo, roles, rutinas y tensiones éticas (presión por audiencia, verificación)	Entrevistas
Producción informativa	Tipos de formatos (videos, publicaciones), temáticas y formas de presentación	Facebook
Interacción con audiencias	Nivel y tipo de participación (comentarios, reacciones, compartidos)	Facebook
Uso y análisis de datos	Uso de métricas en decisiones, niveles de interacción, relación contenido–participación	Entrevistas y plataformas

Nota: elaboración propia.

Adicionalmente, la investigación incorporó un componente de análisis de datos digitales de tres casos de estudio, tomando las cuatro publicaciones con mayor interacción en cada caso por año, para un total de doce publicaciones anuales por caso y 72 en el periodo 2020 a 2025, de los tres medios, a partir de métricas disponibles en Facebook, tales como alcance, visualizaciones, reacciones, comentarios y número de compartidos, analizados mediante:

- Comparación entre tipos de contenido
- Identificación de patrones de interacción
- Relación entre formato y nivel de participación

Asimismo, como se ve en la Tabla 2, se elaboró visualizaciones de datos como:

- Gráficos de interacción (ver Anexo F)
- Tablas comparativas
- Representaciones de niveles de participación

Tabla 2*Estrategia de análisis y visualización de datos digitales*

Tipo de dato	Métrica	Tipo de análisis
Alcance	Número de personas alcanzadas	Comparación entre contenidos
Visualizaciones	Número de reproducciones	Series simples / comparación
Interacciones	Reacciones, comentarios, compartidos	Nivel de participación
Tipo de contenido	Video, publicación	Relación Contenido-interacción
Participación	Cantidad y tipo de comentarios	Análisis de patrones

Nota: elaboración propia.

Esto permitió complementar el análisis cualitativo con una lectura estructurada de las dinámicas digitales, en coherencia con los procesos de dataficación y plataformización, propios de los entornos digitales.

Finalmente, se tuvo en cuenta principios éticos fundamentales, garantizando la participación voluntaria de los entrevistados, la confidencialidad de la información y el uso responsable de los datos recolectados.

Como complemento al enfoque cualitativo, la investigación incorporó un componente de análisis y visualización de datos digitales, orientado a comprender las dinámicas de interacción en Facebook.

En este sentido, se recogen datos relacionados con el rendimiento de los contenidos publicados por los periodistas (radiales) en estas plataformas, tales como: alcance (número de personas que visualizan el contenido), nivel de engagement (reacciones y compartidos).

El análisis de estos datos se realizó mediante una lectura comparativa de setenta y dos publicaciones seleccionadas, con el fin de identificar tendencias en la producción informativa y en la interacción de las audiencias de Facebook durante el periodo de estudio, desarrollando estas estrategias de análisis:

- Análisis del formato de las publicaciones (texto, texto e imagen y texto y video).
- Análisis de las temáticas predominantes (salud, política, judicial, movilidad, orden público, deportes, educación, cultura y empleo).
- Comparación de las métricas de interacción (reacciones, comentarios y compartidos) registradas por cada publicación.
- Relación entre las temáticas de las publicaciones y el nivel de interacción alcanzado por las audiencias.
- Identificación de las publicaciones con mayor interacción, con el fin de reconocer los contenidos que generaron mayor participación de los usuarios y establecer tendencias en el comportamiento de las audiencias.

A partir de este análisis, se desarrolló una propuesta de visualización de datos que facilitó la interpretación de los resultados que incluirá el diseño de recursos gráficos como: gráficos de participación (barras o líneas) en Excel. Además, la información recopilada mediante las entrevistas y el análisis de publicaciones fue organizada y procesada mediante Microsoft Power BI. A partir de estas bases de datos se construyeron dashboards interactivos (Véase Anexo F) que permitieron visualizar y analizar variables como perfil, género, edad, experiencia profesional, año, temática, formato e interacción de las publicaciones; véase el dashboard en línea:

Estas visualizaciones permitieron organizar la información recolectada y exponer de manera clara las transformaciones en las prácticas del periodismo radial hacia entornos digitales, articulando el análisis cualitativo con el comportamiento observable de las audiencias en las plataformas.

La información correspondiente a las publicaciones seleccionadas fue sistematizada mediante una matriz de análisis de contenido y métricas de interacción; debido a su extensión, el instrumento completo se entrega como archivo complementario en formato Excel dentro de la carpeta de anexos.

8.2 Categorías de análisis

Como se aprecia en la Tabla 3, con el fin de orientar el proceso de análisis de la información, se establecieron las siguientes categorías, que articulan los objetivos de la investigación con las técnicas de recolección de datos:

Tabla 3*Matriz de categorías de análisis*

Categoría	Subcategoría	Indicador	Fuente de información	Técnica
Prácticas periodísticas	Rutinas de trabajo	Cambios en producción, emisión e interacción	Entrevistas	Entrevistas semiestructuradas
	Roles del periodista	Productor, presentador, gestor de audiencia	Entrevistas	Entrevistas semiestructuradas
	Tensiones éticas	Presión por audiencia, verificación, inmediatez	Entrevistas	Entrevistas semiestructuradas
Producción informativa	Tipo de contenido	Informativo	Facebook	Análisis de contenido
	Formato	Video, audio, texto.	Plataformas digitales	Análisis de contenido
Interacción con audiencias	Nivel de participación	Reacciones, comentarios, compartidos	Métricas de plataformas	Análisis de datos
	Tipo de participación	Comentarios.	Facebook	Análisis de contenido
	Alcance	Número de visualizaciones	Métricas de plataformas	Análisis de datos
Uso y análisis de datos	Uso de métricas	Decisiones basadas en interacción	Entrevistas + métricas	Triangulación
	Relación contenido–interacción	Correspondencia entre formato y participación	Plataformas digitales	Análisis de datos

Nota: elaboración propia.

Esta matriz permite organizar el análisis de manera sistemática, articulando la información obtenida a través de entrevistas, observación de contenidos y métricas digitales, con el fin de comprender de manera integral las transformaciones del periodismo radial hacia Facebook.

9. Presentación de resultados

9.1 Introducción y procesamiento de la información

La presente investigación analiza la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto durante el período comprendido entre 2020 y 2025.

Se seleccionó este periodo de seis años porque corresponde a una etapa en la que los medios de comunicación consolidaron su presencia en plataformas digitales, coincide con el auge de la conectividad móvil, la consolidación de las redes sociales como espacios informativos y la expansión de formatos híbridos que integran audio, video e imagen, generando transformaciones en las prácticas periodísticas, la producción y circulación de contenidos, las formas de interacción con las audiencias y el uso de métricas para orientar las estrategias comunicativas.

Durante este lapso también se puede observar la evolución de dichos procesos en un contexto de apropiación de las redes sociales, cada vez más creciente, como espacios para la producción, circulación y consumo de información.

A partir del problema de investigación, los objetivos específicos y la revisión de los referentes teóricos, se definieron cuatro categorías de análisis: prácticas periodísticas, producción informativa, interacción con las audiencias y uso y análisis de datos (véase Tabla 3).

Estas categorías fueron construidas a partir de los principales conceptos desarrollados por autores como Jenkins (2008), Scolari (2008), Castells (2009) y Van Dijck (2016), relacionados con la convergencia mediática, las transformaciones del periodismo, la participación de las audiencias y el papel de los datos en los entornos digitales.

Dichas categorías orientaron tanto el diseño del instrumento de investigación como el posterior proceso de codificación y análisis de la información.

Con base en estas categorías se diseñó una guía de entrevista semiestructurada, conformada por diez preguntas, la cual fue aplicada, mediante un formulario de Google, a 36 participantes distribuidos en tres grupos: periodistas, docentes y estudiantes.

La guía de entrevista y las transcripciones completas de las entrevistas realizadas a periodistas, docentes y estudiantes se entregan como archivos complementarios en la carpeta de anexos (véase Anexos A y C).

Los periodistas fueron seleccionados por su participación directa en los procesos de producción y adaptación del periodismo radial hacia Facebook; los docentes, por su experiencia académica e investigativa en comunicación y periodismo, lo que permitió obtener una perspectiva analítica sobre las transformaciones del ejercicio profesional; y los estudiantes de comunicación, por representar las nuevas generaciones de profesionales y consumidores de información digital, aportando una visión sobre las dinámicas contemporáneas de producción, consumo e interacción con los contenidos.

Cabe reiterar que la inclusión de estos tres actores además responde a la necesidad de analizar el fenómeno desde distintas perspectivas, tales como la práctica profesional, la reflexión académica y la formación en proceso, lo que permite contrastar experiencias, discursos y percepciones en torno a la transición del periodismo radial a entornos digitales.

La información obtenida fue sometida a un proceso de codificación manual de carácter descriptivo mediante matrices de análisis, en las que las respuestas fueron sintetizadas en códigos que representaban las ideas centrales expresadas por los participantes.

Posteriormente, estos códigos fueron organizados de acuerdo con las categorías de análisis previamente definidas, permitiendo identificar recurrencias, tendencias y hallazgos que orientaron la interpretación de los resultados.

Cada respuesta fue revisada de manera individual para identificar su idea principal, la cual se sintetizó mediante una palabra o una expresión breve que representara su contenido, por ejemplo: interacción con las audiencias, producción audiovisual, uso de métricas o producción multimedia, palabras que constituyeron los códigos descriptivos utilizados durante el análisis.

Posteriormente, los códigos con significados similares fueron agrupados dentro de las cuatro categorías de análisis previamente definidas: prácticas periodísticas, producción

informativa, interacción con las audiencias y uso y análisis de datos, logrando reconocer recurrencias, establecer relaciones entre las respuestas e identificar los principales hallazgos y tendencias de la investigación.

La información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas y el análisis de datos se organizó y se procesó manualmente en matrices elaboradas en Microsoft Excel, lo que facilitó clasificar, comparar e interpretar las respuestas de periodistas, docentes y estudiantes (Véase Anexo E); estos resultados además fueron complementados mediante dashboards interactivos elaborados en Microsoft Power BI, permitiendo una exploración dinámica de la información analizada (véanse Anexo F).

Las respuestas se organizaron por pregunta y analizadas de manera conjunta, permitiendo identificar patrones comunes, diferencias y aspectos relevantes relacionados con la transición del periodismo radial hacia Facebook.

El análisis se desarrolló desde un enfoque cualitativo, mediante el análisis de contenido y la interpretación temática, buscando comprender las respuestas individuales de los participantes y las relaciones existentes entre sus experiencias, prácticas y percepciones frente a las transformaciones del ecosistema comunicativo digital.

Para fortalecer la interpretación de los resultados se realizó un proceso de triangulación entre los tres grupos de participantes, comparando las respuestas de periodistas, docentes y estudiantes con el fin de identificar coincidencias, diferencias y puntos de convergencia frente a cada categoría de análisis.

Asimismo, las frecuencias obtenidas durante la codificación fueron representadas mediante tablas y gráficas, permitiendo visualizar las tendencias predominantes y complementar el análisis cualitativo.

En este estudio, la frecuencia corresponde al número de veces que una misma idea apareció en las respuestas de los participantes, lo que permitió identificar los temas con mayor recurrencia dentro de cada categoría de análisis.

Como resultado de este proceso fue posible comprender cómo la transición del periodismo radial hacia Facebook ha transformado las prácticas periodísticas, las dinámicas de

producción y circulación de contenidos, las relaciones con las audiencias y el uso de métricas para orientar las estrategias comunicativas.

De igual manera, se identificaron tensiones asociadas con la inmediatez de la información, la precarización laboral, la competencia por la visibilidad, la credibilidad informativa y los cambios culturales derivados de los entornos digitales.

Con el propósito de complementar los resultados obtenidos mediante las entrevistas, se realizó un análisis de contenido y de métricas sobre 72 publicaciones de Facebook correspondientes a tres medios de comunicación seleccionados como casos de estudio, los cuales también participaron en las entrevistas.

Las publicaciones fueron recopiladas entre los años 2020 y 2025, considerando las cuatro publicaciones con mayor nivel de interacción de cada medio por año.

La selección de estos tres medios respondió a su relevancia dentro del objeto de estudio, ya que representan espacios informativos con una presencia consolidada en Facebook y evidencian distintas formas de adaptación del periodismo radial al entorno digital.

Su análisis permitió ampliar la comprensión de las dinámicas de producción, circulación e interacción que caracterizan el ecosistema comunicativo contemporáneo.

Para complementar el análisis de resultados, se optó por un dashboard interactivo que permite visualizar de manera integrada la información obtenida durante el proceso de investigación. A través de esta herramienta se reúne y organiza los datos correspondientes a las 72 publicaciones analizadas en Facebook durante el periodo 2020 y 2025, facilitando la exploración de diferentes variables relacionadas con los medios objeto de estudio, los formatos de publicación, las temáticas abordadas y las dinámicas de interacción generadas en la plataforma.

Esta visualización permite complementar el análisis presentado en este capítulo mediante la identificación de tendencias, patrones y relaciones entre las diferentes variables estudiadas; en consecuencia, el dashboard es un recurso de apoyo para la comprensión y exploración de los resultados, al presentar la información de forma gráfica, organizada e interactiva, acorde con los principios de visualización de datos como herramienta para la generación y comunicación de conocimiento.

El dashboard interactivo diseñado como producto complementario de la presente investigación puede consultarse en línea a través del siguiente enlace:

<https://app.powerbi.com/reportEmbed?reportId=6f662c2c-11ed-489d-be00-bc26bd0a05d7&autoAuth=true&ctid=99c674ca-c0c7-490a-ae8f-16172636f31b>

El dashboard contiene dos secciones principales que permiten explorar de manera interactiva la información obtenida durante el proceso de investigación, la primera página corresponde a la caracterización de la muestra, en la cual se presenta información sobre los 36 participantes del estudio. A través de gráficos y filtros interactivos se visualizan variables como la edad, el género, el perfil de los participantes: estudiantes, periodistas y profesores, y la experiencia en radio, lo que permite conocer las características de los participantes de la investigación.

En la segunda página, denominada Interacción y métricas, se encuentra la información obtenida a partir del análisis de las 72 publicaciones seleccionadas de los medios objeto de estudio en Facebook durante el periodo comprendido entre 2020 y 2025, esta visualización reúne indicadores relacionados con las reacciones, los comentarios y los contenidos compartidos, así como gráficos que ayudan a identificar la distribución de las publicaciones según el año, las temáticas abordadas, los formatos utilizados y los casos de estudio analizados.

A través de esta pieza interactiva se logra identificar las publicaciones que registraron mayores niveles de reacción y comparar el comportamiento de las métricas de interacción según los diferentes formatos de contenido. Por medio de filtros interactivos, el usuario puede examinar los datos de acuerdo con el periodo de análisis y los medios seleccionados, facilitando la identificación de tendencias y patrones en la información recopilada.

En este sentido, el dashboard constituye un recurso complementario al análisis presentado en este capítulo, ya que permite organizar, relacionar y explorar visualmente los datos obtenidos durante la investigación. Su presencia busca facilitar la comprensión de resultados mediante una visualización interactiva, relacionados con el componente de comunicación y visualización de datos que se aborda en esta investigación.

9.2 Caracterización de participantes

A partir de las entrevistas realizadas a 36 participantes (véase la Tabla 4), también se analizó las características generales que hicieron parte de la investigación, con el fin de contextualizar la población analizada, reconociendo aspectos como edad, género, actor y años de experiencia, elementos que contribuyen a comprender desde qué trayectorias, prácticas y contextos se construyen las opiniones y hallazgos desarrollados en el estudio.

Tabla 4

Tabla de frecuencias

Participante	Edad (años)	Género	Actor	Años de experiencia
1	80	Masculino	Periodista	50
2	68	Masculino	Periodista	48
3	44	Femenino	Periodista	26
4	28	Masculino	Estudiante	2
5	50	Masculino	Docente	34
6	41	Masculino	Docente	2
7	41	Femenino	Docente	1
8	22	Masculino	Estudiante	Ninguno
9	28	Masculino	Estudiante	8
10	24	Masculino	Estudiante	3
11	42	Masculino	Periodista	15
12	31	Masculino	Periodista	2
13	49	Masculino	Periodista	20
14	68	Masculino	Periodista	48
15	44	Masculino	Periodista	30
16	75	Masculino	Periodista	60
17	53	Masculino	Periodista	40

18	70	Masculino	Periodista	55
19	37	Femenino	Periodista	20
20	50	Masculino	Docente	15
21	44	Femenino	Docente	Ninguno
22	43	Masculino	Docente	8
23	22	Femenino	Estudiante	Ninguno
24	19	Femenino	Estudiante	Ninguno
25	58	Femenino	Periodista	35
26	21	Femenino	Estudiante	Ninguno
27	23	Femenino	Estudiante	Ninguno
28	50	Masculino	Docente	30
29	22	Femenino	Estudiante	Ninguno
30	24	Femenino	Estudiante	5
31	20	Masculino	Estudiante	Nada
32	45	Femenino	Docente	20
33	37	Femenino	Periodista	19
34	45	Femenino	Periodista	18
35	23	Masculino	Estudiante	Ninguno
36	49	Masculino	Docente	9

Nota: elaboración propia.

9.2.1 Análisis de caracterización

A través de la tabla de frecuencias se identificó las características generales de los participantes de la investigación, encontrando diversidad de edades, académica y profesional entre entrevistados.

Se trata entonces de una variedad de perfiles que facilitó la construcción de un análisis amplio sobre las prácticas periodísticas, las transformaciones en la producción informativa, las dinámicas comunicativas, la relación con las audiencias y el uso y análisis de datos dentro del ecosistema digital contemporáneo.

9.2.2 Gráficas de caracterización

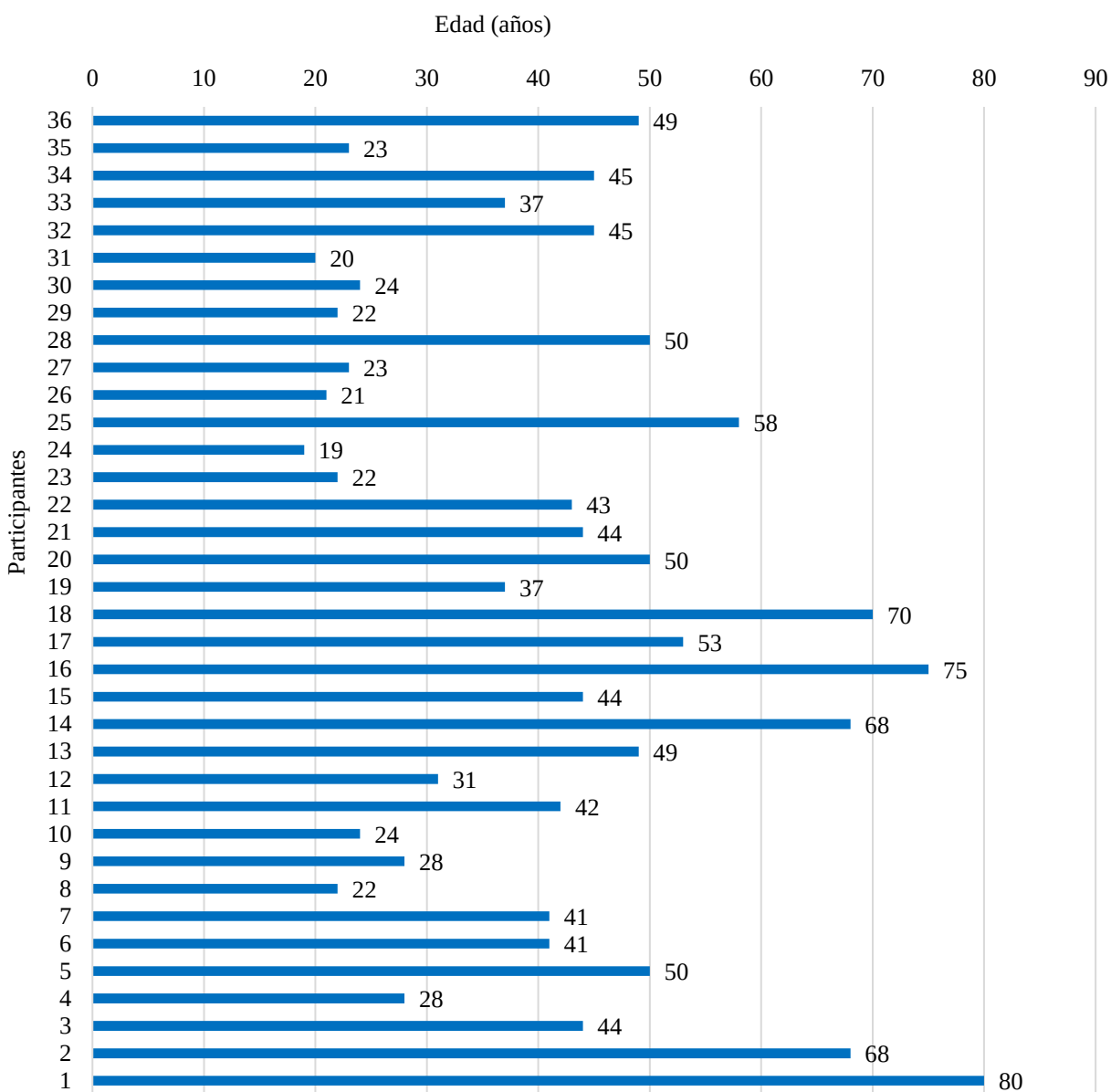
En relación con la edad (Véase la figura 1), se encuentra una participación amplia de hombres y mujeres, con rangos que van desde los 19 hasta los 80 años, demostrando la inclusión de distintas generaciones que han vivido la radio desde contextos, prácticas y momentos históricos diferentes.

La presencia de participantes jóvenes permite comprender las dinámicas actuales de consumo digital y adaptación tecnológica, mientras que los participantes de mayor edad aportan perspectivas relacionadas con las transformaciones históricas de la radio y los cambios en las prácticas periodísticas tradicionales.

Se encuentra además una mayor concentración de participantes en edades entre los 22 y 50 años, lo que refleja una población activa dentro de escenarios académicos, periodísticos y comunicativos vinculados tanto a medios tradicionales como a plataformas digitales.

Figura 1

Edad de los participantes (años)

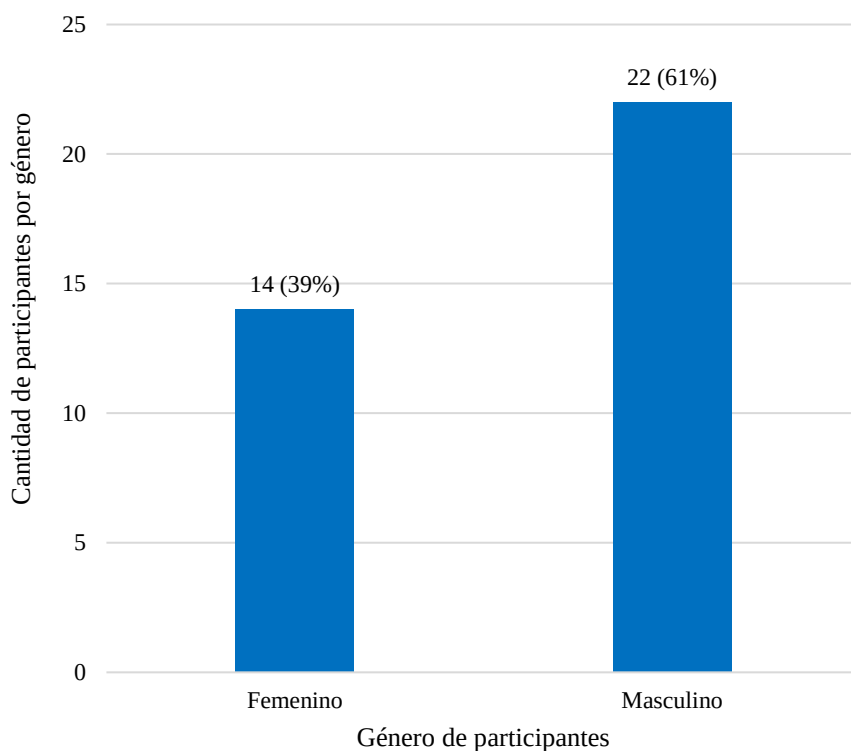


Nota: elaboración propia.

En cuanto al género, como se refleja en la Figura 2, la investigación contó con mayor participación masculina, con 22 participantes frente a 14 mujeres; esta presencia femenina dentro de los distintos actores analizados, permite recoger experiencias diversas frente a la transición digital del periodismo radial y las dinámicas actuales de producción e interacción comunicativa.

Figura 2

Distribución de participantes según género

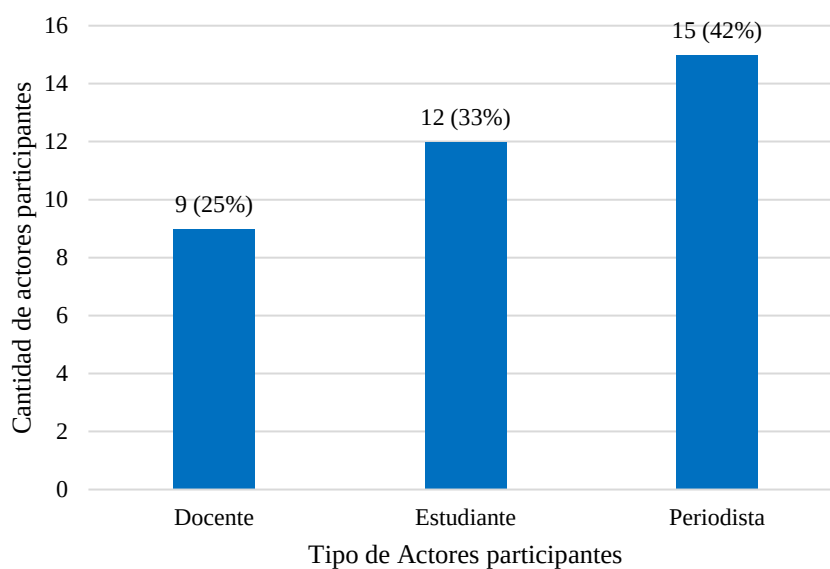


Nota: elaboración propia.

En la Figura 3, se muestra el tipo de actor participante en la investigación: periodistas, docentes y estudiantes; los periodistas, con 15 participantes, representan el grupo con mayor participación, seguido por 12 estudiantes y 9 docentes, logrando triangular experiencias desde diferentes niveles del campo comunicativo como el ejercicio profesional, la formación académica y la inclusión de nuevas generaciones vinculadas a lo digital.

Figura 3

Distribución de participantes según actor

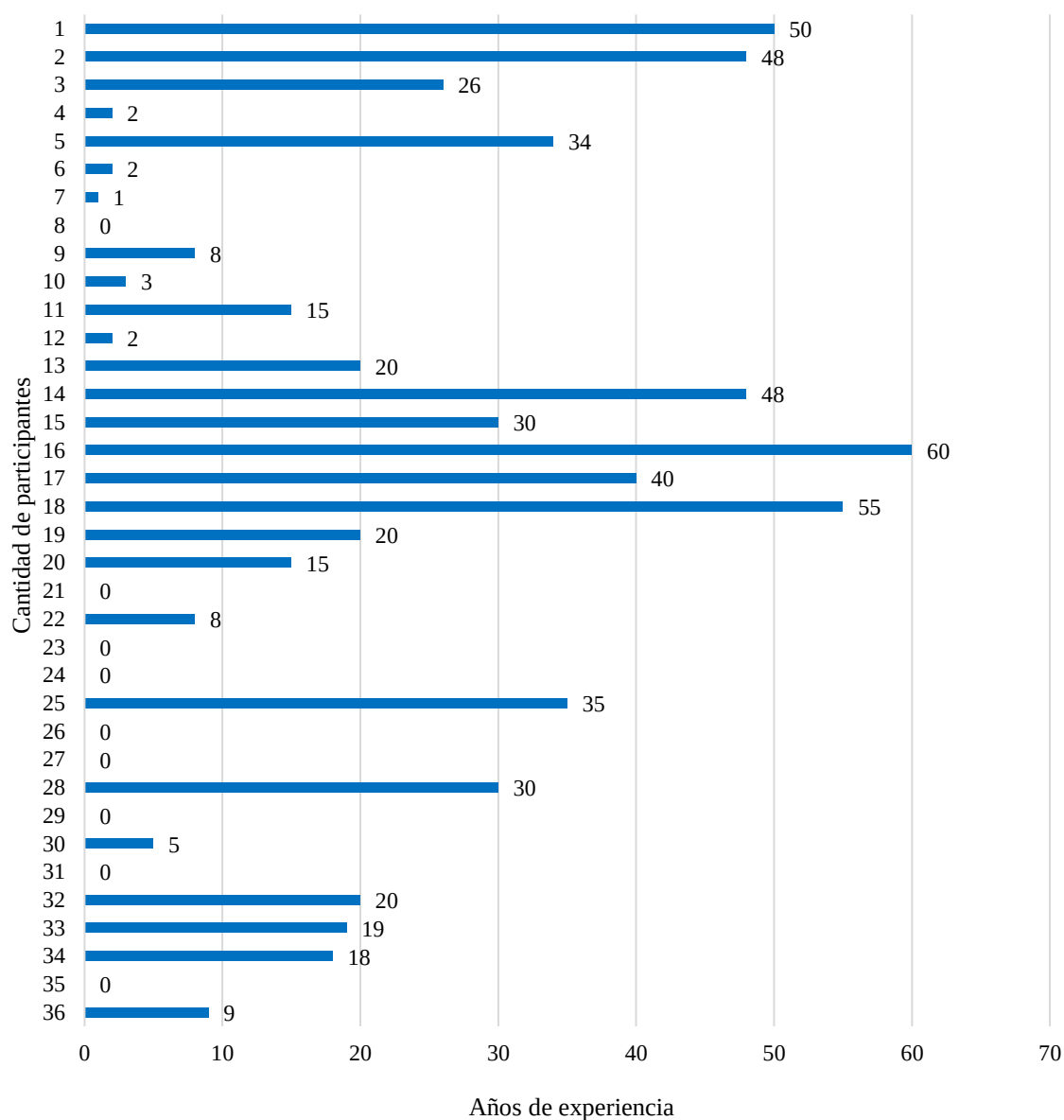


Nota: elaboración propia.

La mayoría de participantes está en el rango de 0 a 10 años de experiencia laboral, según se puede observar en la Figura 4, con 17 participantes, una presencia significativa de participantes jóvenes o recientemente vinculados al ejercicio periodístico y comunicativo digital; sin embargo, también hay presencia de personas con 40 y 50 o más años de experiencia, aportando una mirada histórica sobre la evolución de la radio y la transformación digital.

Figura 4

Distribución de participantes según experiencia



Nota: elaboración propia.

9.2.3 Interpretación de la caracterización

En cuanto a edades, la presencia de participantes jóvenes, especialmente estudiantes y algunos periodistas en etapas iniciales de formación profesional, refleja una relación más cercana con plataformas digitales, redes sociales y formatos audiovisuales.

Este grupo reconoce dinámicas digitales asociadas con inmediatez, interacción constante y consumo multiplataforma como elementos cotidianos dentro de sus prácticas comunicativas.

En contraste, los participantes con mayor experiencia denotan una mirada más crítica frente a las transformaciones digitales, especialmente en aspectos relacionados con verificación informativa, pérdida de profundidad en los contenidos y cambios en las rutinas tradicionales del periodismo radial.

La investigación contó con mayor participación masculina frente a la femenina, evidenciando procesos crecientes de vinculación femenina en escenarios digitales, académicos y comunicativos.

Respecto a los participantes o entrevistados, la investigación integró periodistas, docentes y estudiantes, permitiendo construir una mirada amplia sobre la transición desde distintos niveles de experiencia y aproximación al fenómeno estudiado.

De tal manera que los periodistas aportaron principalmente experiencias relacionadas con transformación de rutinas laborales, adaptación tecnológica y sostenimiento económico de los medios.

Los docentes enfatizaron aspectos éticos, formativos y críticos frente al impacto de las plataformas digitales; mientras que los estudiantes revelaron formas más cotidianas de consumo, interacción y producción de contenidos digitales.

Los años de experiencia permiten identificar igualmente una coexistencia entre actores con trayectorias extensas en radio tradicional y participantes que apenas comienzan procesos dentro de la comunicación digital.

La mayoría de entrevistados tienen entre 0 y 10 años de experiencia, reflejando una presencia importante de generaciones vinculadas directamente con entornos digitales contemporáneos; al mismo tiempo, la inclusión de participantes con más de 30, 40 e incluso 50

años de experiencia fortalece el análisis comparativo entre prácticas radiales tradicionales y dinámicas digitales actuales.

Otro aspecto relevante es que según la edad y la experiencia cambia la forma de ver y usar la tecnología, mientras algunos participantes perciben las plataformas digitales como oportunidades de expansión, visibilidad y democratización de contenidos, otros expresan preocupaciones relacionadas con precarización laboral, pérdida de estabilidad económica, presión algorítmica, superficialidad informativa y debilitamiento de prácticas periodísticas tradicionales.

9.3 Redes sociales y presencia digital

En esta parte se busca comprender a los periodistas, docentes y estudiantes en entornos digitales, analizando qué redes sociales utilizan con mayor frecuencia y de qué manera se vinculan a procesos de administración, producción o colaboración de contenidos en plataformas digitales (ver tabla 2).

Igualmente, el análisis permite reconocer el nivel de apropiación tecnológica de los participantes y las formas en que las plataformas digitales se han integrado a las prácticas comunicativas contemporáneas, especialmente dentro del contexto de transición del periodismo radial hacia Facebook.

Como se presenta en la Tabla 5, los resultados obtenidos permiten identificar que Facebook es la principal red social utilizada por los participantes o entrevistados dentro de sus dinámicas de producción, circulación e interacción informativa, constituyéndose como espacios fundamentales en el proceso de transición del periodismo radial hacia Facebook, permitiendo ampliar el alcance de los contenidos, fortalecer la interacción con las audiencias y desarrollar formatos audiovisuales complementarios a la radio tradicional.

Tabla 5

Redes sociales utilizadas por los participantes

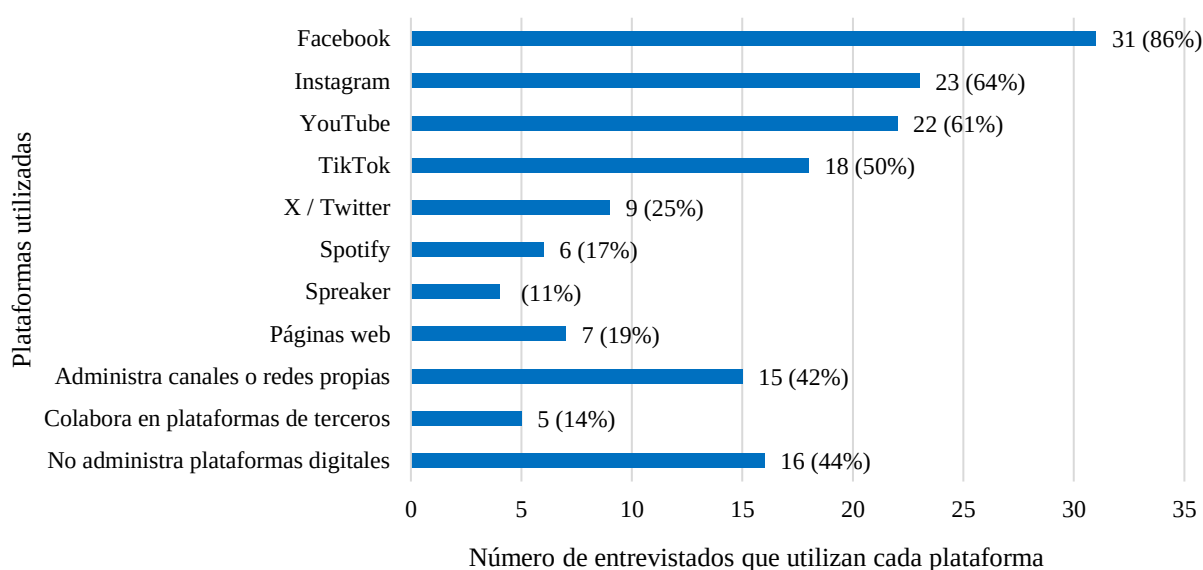
Variable	Categoría	Frecuencia
Redes sociales utilizadas	Facebook	31
	Instagram	23

	YouTube	22
	TikTok	18
	X / Twitter	9
	Spotify	6
	Spreaker	4
	Páginas web	7
Participación en plataformas digitales	Administra canales o redes propias	15
	Colabora en plataformas de terceros	5
	No administra plataformas digitales	16

Nota: elaboración propia.

La Figura 5 permite encontrar que Facebook es la plataforma más utilizada por los entrevistados, con un 86%, seguida de Instagram (64%) y YouTube (61%), lo que evidencia una mayor preferencia por estas redes para la difusión y el consumo de contenido.

En contraste, plataformas como Spotify (17%), Spreaker (11%) y las páginas web (19%) presentan un menor nivel de uso.

Figura 5*Plataformas digitales utilizadas por los participantes*

Nota: elaboración propia.

Nota. Los porcentajes fueron calculados sobre el total de participantes ($n = 36$). Debido a que éstos podían seleccionar o mencionar más de una plataforma, la suma de los porcentajes supera el 100 %.

Facebook es utilizada para publicación de noticias, interacción inmediata con audiencias y circulación constante de contenidos informativos, facilitando procesos de cercanía, participación y difusión comunitaria, especialmente dentro de contextos locales y regionales.

Algunos participantes usan otras plataformas digitales como Instagram o TikTok; sin embargo, Facebook continúa ocupando el lugar central dentro de las dinámicas analizadas en la investigación, debido a su relación directa con los procesos actuales de convergencia entre radio, producción audiovisual e interacción digital.

9.3.1 Redes administradas o propias

La investigación permitió identificar que el 42 % de los 36 participantes administran redes sociales propias (Véase la Figura 5), páginas informativas, perfiles institucionales o espacios digitales relacionados con medios de comunicación, proyectos académicos, emisoras o emprendimientos comunicativos independientes.

En el caso de periodistas y algunos docentes, la administración de redes sociales se relaciona principalmente con medios radiales, páginas informativas, programas periodísticos o procesos institucionales de comunicación.

Por su parte, entre los estudiantes se encuentra que desarrollan proyectos personales, páginas digitales o perfiles orientados a la creación de contenido audiovisual y la producción informativa en plataformas sociales.

Estos resultados dan cuenta de cómo las plataformas digitales han ampliado las posibilidades de producción autónoma y descentralizada de contenidos, permitiendo que distintos actores gestionen espacios propios de comunicación sin depender exclusivamente de los medios tradicionales.

Esta situación es respaldada por Jenkins (2008) al señalar que la convergencia digital favorece una mayor participación de los usuarios en los procesos de creación y circulación de contenidos.

Del mismo modo, Castells (2009) manifiesta que las redes digitales modifican las formas de comunicación al facilitar la producción y difusión de información desde múltiples actores conectados, mientras que Van Dijck (2016) afirma que las plataformas se consolidan como infraestructuras centrales para la interacción social y la distribución de contenidos en el entorno digital.

En este orden de ideas, la administración de redes sociales implica nuevas responsabilidades relacionadas con la actualización permanente de contenidos, el monitoreo de la interacción, la respuesta a las audiencias y el sostenimiento de una presencia digital constante, evidenciando transformaciones importantes en las dinámicas laborales y comunicativas contemporáneas.

Por su parte, Scolari (2008), plantea que la convergencia digital exige a los comunicadores desarrollar competencias para producir, adaptar y gestionar contenidos en múltiples plataformas y lenguajes mediáticos.

9.3.2 Participación como colaboradores

Además de administrar espacios propios, el 14 % de los 36 entrevistados señalaron colaborar en páginas, medios de comunicación, emisoras, proyectos institucionales o plataformas

administradas por terceros (ver figura 5), mediante la producción de contenidos, el manejo de redes sociales, el diseño audiovisual, la redacción periodística y la participación en procesos comunicativos digitales.

Esta situación permite apreciar que el trabajo comunicativo actual se desarrolla cada vez más mediante dinámicas colectivas, flexibles y multiplataforma, donde distintos actores intervienen simultáneamente en los procesos de producción, circulación e interacción de contenidos, tal como lo sostiene Jenkins (2008) sobre la convergencia mediática y la construcción colaborativa de contenidos en los entornos digitales.

En varios casos, las colaboraciones funcionan mediante apoyos temporales, trabajo independiente o participación en proyectos específicos, situación que refleja transformaciones en las formas de organización del trabajo comunicativo.

En este sentido, Srnicek (2018) sostiene que las plataformas digitales promueven modelos laborales basados en la flexibilidad y la colaboración por demanda, mientras que Bauman (2007) advierte que estas dinámicas generan relaciones laborales cada vez más inestables y transitorias.

De manera complementaria, Han (2022) señala que el entorno digital favorece formas de autoexigencia y productividad permanente, en las que los propios trabajadores asumen múltiples funciones para mantenerse activos dentro del ecosistema comunicativo contemporáneo.

9.3.3 Interpretación sobre plataformas y presencia digital

Con relación a las plataformas utilizadas (Véase la Figura 5), Facebook se posiciona como la red social de mayor uso entre los entrevistados, al alcanzar el 86 %, es decir, 31 de los 36 participantes; le siguen Instagram con el 64 %, correspondiente a 23 menciones, YouTube con el 61 % y TikTok con el 50 %; en menor medida aparecen plataformas como X (Twitter), Spotify, Spreaker y páginas web.

De esta manera, Facebook continúa siendo el principal espacio de circulación informativa y conexión con las audiencias en el contexto local, mientras que Instagram, YouTube y TikTok reflejan el crecimiento de formatos visuales, audiovisuales y de consumo inmediato dentro de las dinámicas periodísticas digitales.

Estos resultados se respaldan con Van Dijck (2016), quien señala que las plataformas digitales se han convertido en los principales escenarios donde convergen la producción, distribución e interacción de los contenidos, transformando la manera en que los usuarios acceden y participan en los procesos comunicativos.

Asimismo, se evidencia que el 42 % administra canales propios, Fan Pages o espacios digitales relacionados con producción periodística, institucional o de entretenimiento, como canales de YouTube, páginas de Facebook, medios digitales y espacios comunicativos independientes.

Por otra parte, el 14 % de los entrevistados señalaron que colaboran en proyectos digitales, medios o plataformas administradas por terceros, especialmente en procesos de producción, apoyo técnico, creación de contenidos o interacción con las audiencias, aspecto que refleja formas de trabajo colaborativo propias de los procesos de convergencia mediática abordados por Jenkins (2008), donde diferentes actores participan de manera conjunta en la producción y circulación de contenidos.

A su vez, el 44 % de los participantes indicaron no administrar canales o plataformas propias, situación asociada principalmente a perfiles estudiantiles, funciones administrativas o niveles iniciales de experiencia en producción digital.

Estos resultados denotan que la transición del periodismo radial hacia lo digital implica una reconfiguración de las formas de producción, circulación y apropiación de la información, en este sentido, Scolari (2008) sostiene que las hipermediaciones transforman los procesos comunicativos al integrar múltiples lenguajes, plataformas y formas de interacción, mientras que Castells (2009) menciona que la comunicación en red permite que diversos actores produzcan y difundan información de manera descentralizada.

Este proceso también responde a una transformación histórica de los medios, en la que, como afirman Burke y Briggs (2002), cada nuevo entorno tecnológico no reemplaza completamente a los anteriores, los reorganiza y los adapta a nuevas formas de producción, circulación y consumo de la información.

9.4 Desarrollo por categorías de análisis

El proceso de análisis se desarrolló a partir de cuatro categorías previamente definidas en la metodología de la investigación: Prácticas periodísticas, Producción informativa, Interacción con las audiencias y Uso y análisis de datos.

Estas categorías fueron construidas con base en el problema de investigación, los objetivos específicos y la revisión del marco teórico, constituyéndose en los ejes que orientaron tanto el diseño de la entrevista como la organización e interpretación de la información obtenida.

A continuación, las respuestas de los participantes fueron revisadas mediante un proceso de codificación temática manual, en el cual cada intervención fue sintetizada en códigos descriptivos, de una o dos palabras, como se ve en el Anexo E, que representan la idea principal de las respuestas, los cuales se agruparon según su afinidad conceptual, facilitando la identificación de hallazgos, tendencias y coincidencias entre los distintos actores participantes.

Para facilitar la interpretación de los resultados, cada categoría presenta los hallazgos identificados, las tendencias predominantes, la interpretación de las frecuencias obtenidas, la triangulación entre actores y un análisis integrador sustentado en los referentes teóricos del estudio.

9.4.1 Categoría 1. *Prácticas periodísticas*

A través de esta categoría se analizaron las transformaciones del ejercicio periodístico en el contexto de la transición del periodismo radial hacia Facebook.

Este proceso ha implicado cambios en las formas de producción, circulación y gestión de la información, así como en las competencias requeridas para el desarrollo de la labor periodística dentro de entornos caracterizados por la convergencia de medios y la integración de múltiples formatos comunicativos, tal como lo plantean Jenkins (2008) y Scolari (2008) al mencionar la convergencia mediática y las nuevas dinámicas de producción de contenidos en los ecosistemas digitales.

A partir de las entrevistas realizadas se identificaron modificaciones en las rutinas de trabajo, el uso de herramientas digitales, la relación con las audiencias y las condiciones laborales asociadas al ejercicio profesional.

El análisis permitió reconocer patrones, tendencias y recurrencias presentes en los discursos de los participantes, los cuales fueron organizados en hallazgos que reflejan la reconfiguración de las prácticas periodísticas ante las exigencias de los entornos digitales contemporáneos.

La triangulación de las percepciones de los actores facilitó la identificación de coincidencias y diferencias en torno a los cambios que actualmente atraviesa el periodismo radial en la ciudad de Pasto.

9.4.1.1. Patrones identificados.

- Adaptación al entorno digital
- Transformación de rutinas periodísticas
- Integración de herramientas digitales
- Producción multiplataforma
- Inmediatez y verificación
- Nuevas habilidades comunicativas
- Permanencia de principios éticos
- Integración entre radio y digital
- Autogestión y multitarea
- Transformación del rol periodístico

9.4.1.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.

Hallazgo 1. Transformación digital de la radio

Los periodistas, entrevistados para esta investigación, y vinculados a la radio reconocen la transición digital como un proceso necesario para responder a las nuevas formas de consumo de información, concibiendo la adaptación como una estrategia de permanencia y ampliación de audiencias, “si la radio no está en redes sociales prácticamente desaparece para las nuevas generaciones” (periodista 5).

El entorno digital permite una mayor visibilidad de los contenidos, así como nuevas posibilidades de interacción con públicos diversos, especialmente jóvenes, lo que ha impulsado procesos de migración hacia plataformas digitales.

Esta teoría es denominada convergencia mediática, por Jenkins (2008), un proceso en el que los contenidos circulan a través de múltiples plataformas y los medios tradicionales se articulan con nuevas formas de producción y consumo comunicativo.

Hallazgo 2. Cambios en las prácticas de producción

Los participantes describen rutinas de trabajo más dinámicas, móviles y flexibles, donde una misma persona asume simultáneamente funciones relacionadas con la búsqueda de información, la producción de contenidos, la grabación, la edición, la publicación y la interacción con las audiencias.

Al respecto, Scolari (2008) sostiene que la convergencia mediática transforma los contenidos, las plataformas y los perfiles profesionales, al exigir nuevas competencias y capacidades de adaptación frente a entornos comunicativos cada vez más complejos.

"las rutinas cambiaron bastante. En radio uno tenía funciones claras, ahora hacemos de todo: grabar, editar, publicar, salir a la calle a hacer reportería. Ha sido un proceso de adaptación, pero también de aprendizaje constante..." (periodista 8).

Los resultados permiten ver una transición desde esquemas tradicionales de trabajo hacia formas de producción más autogestionadas e integradas, mediadas por herramientas digitales y procesos permanentes de actualización tecnológica.

Las rutinas dejan de concentrarse exclusivamente en la cabina o en la emisión radial para desarrollarse en múltiples escenarios físicos y digitales, donde la producción informativa se articula con redes sociales y formatos audiovisuales.

Este proceso concuerda con lo planteado por Jenkins (2008), quien explica que la convergencia favorece la integración de funciones y lenguajes dentro de un mismo proceso comunicativo, y con Castells (2009), para quien la comunicación en red reorganiza las formas de producir, distribuir y gestionar la información mediante estructuras más flexibles e interconectadas.

Hallazgo 3. Tensiones éticas y desafíos de la inmediatez digital

Uno de los aspectos que genera mayor tensión entre los entrevistados es la rapidez con la que circula la información en los entornos digitales, donde la necesidad de publicar de manera

inmediata exige procesos permanentes de verificación, contraste de fuentes y control de la desinformación.

“El reto más grande es manejar la inmediatez sin equivocarse. También está la presión de publicar rápido y los comentarios negativos. Tratamos de mantener el respeto y cuidar la credibilidad” (Periodista 12).

Se identifica preocupaciones relacionadas con la presión por publicar antes que otros medios, la gestión constante de comentarios, la reproducción no autorizada de contenidos y las posibles afectaciones a la credibilidad periodística.

En esta parte, Han (2022), advierte que la aceleración de los flujos de información y la exigencia permanente de actualización reducen los espacios destinados a la reflexión, el análisis y la construcción pausada del conocimiento.

Siendo así, los hallazgos evidencian que la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales transforma los formatos y canales de difusión y plantea nuevos desafíos éticos para los periodistas, quienes deben equilibrar las exigencias de rapidez propias del ecosistema digital con la necesidad de mantener criterios de verificación, responsabilidad profesional y credibilidad ante las audiencias.

Hallazgo 4. Vigencia y transformación del periodismo radial en el ecosistema digital

Los resultados evidencian que la radio continúa percibiéndose como un medio vigente, aunque su permanencia depende cada vez más de su capacidad para integrarse a las plataformas digitales y adaptarse a las nuevas formas de producción, distribución y consumo de la información.

"la radio no ha desaparecido; sigue siendo importante para informar y acompañar a las comunidades, pero ahora necesita apoyarse en redes sociales para llegar a nuevas audiencias" (Periodista 15).

Este hallazgo coincide con lo planteado por Scolari (2008), quien sostiene que la aparición de nuevas tecnologías no implica la desaparición de los medios tradicionales, sino la redefinición de sus funciones dentro de ecosistemas mediáticos convergentes.

Desde esta perspectiva, la radio conserva atributos como la inmediatez, la cercanía y la narrativa sonora, al tiempo que incorpora recursos audiovisuales, estrategias multiplataforma y mecanismos de interacción digital que amplían su alcance.

Hallazgo 5. Nuevas competencias y adaptación profesional del periodista radial

De acuerdo con Orihuela (2015) plantea que la comunicación digital exige profesionales capaces de adaptarse a escenarios de cambio permanente, donde las tecnologías, los formatos y las formas de interacción evolucionan de manera acelerada.

En concordancia, las respuestas obtenidas reflejan que el ejercicio periodístico actual demanda competencias que trascienden las habilidades tradicionalmente asociadas a la radio, al requerir conocimientos en producción audiovisual, gestión de redes sociales, edición de contenidos, interacción con las audiencias y uso estratégico de herramientas digitales para la circulación de la información.

Esta transformación es descrita por uno de los estudiantes entrevistados al señalar que: "hoy el periodista, aparte de informar, también debe saber crear contenido para diferentes plataformas y adaptarse constantemente a las nuevas herramientas digitales" (Estudiante 5).

Por tal razón, los resultados permiten comprender que la actualización tecnológica ha dejado de ser un valor agregado para convertirse en una condición necesaria para el ejercicio y la permanencia del periodista dentro de los entornos comunicativos contemporáneos.

Hallazgo 6. Precarización laboral y flexibilización en el periodismo radial digital

Las respuestas obtenidas evidencian que la transición digital ha transformado las condiciones laborales del ejercicio periodístico, al incrementar las funciones que debe asumir un mismo profesional.

Los participantes señalan que, además de informar, ahora deben producir contenidos audiovisuales, administrar redes sociales, monitorear métricas e interactuar permanentemente con las audiencias, situación que incrementa la carga de trabajo y las exigencias del ejercicio profesional.

“...además de informar, también debemos grabar, editar, publicar y responder a la audiencia en diferentes plataformas” (Periodista 10).

Asimismo, durante las entrevistas se encuentran preocupaciones relacionadas con la disminución de los ingresos provenientes de los medios tradicionales, la necesidad de desarrollar proyectos independientes y la concentración de múltiples funciones en un menor número de trabajadores.

Estos hallazgos se relacionan con lo planteado por Han (2014), al sostener que la sociedad contemporánea impone crecientes exigencias de rendimiento y productividad, trasladando a los individuos la responsabilidad de responder permanentemente a nuevas demandas laborales.

9.4.1.3. Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas.

La Tabla 6 contiene las principales tendencias identificadas en la categoría prácticas periodísticas, construidas a partir del proceso de codificación y análisis de las entrevistas realizadas a periodistas, docentes y estudiantes.

Las tendencias fueron establecidas mediante la agrupación de unidades de sentido, ideas recurrentes y elementos temáticos comunes presentes en las respuestas de los participantes, permitiendo identificar los aspectos con mayor presencia dentro de las respuestas analizadas.

Las frecuencias presentadas en las tablas corresponden al número de recurrencias de cada código identificado durante el proceso de codificación de las entrevistas; es decir, la frecuencia representa la cantidad de veces que una misma unidad de significado apareció en las respuestas de los participantes, independientemente del número de entrevistados que la mencionaron.

Este procedimiento permitió reconocer los temas con mayor recurrencia dentro de la categoría, facilitando posteriormente su representación gráfica e interpretación analítica en relación con las transformaciones de las prácticas periodísticas en el contexto de transición del periodismo radial hacia plataformas digitales como Facebook.

Tabla 6

Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas

Tendencia identificada	Frecuencia
Adaptación y migración al entorno digital	24
Transformación de rutinas periodísticas	18

Uso de herramientas y habilidades digitales	17
Verificación, ética y rigor informativo	29
Integración de radio y plataformas digitales	16
Producción multiplataforma y digital	14
Interacción y participación con audiencias	11
Producción visual y audiovisual	12
Trabajo autónomo, multitarea y autogestión	10
Necesidad de mantenerse vigente	9
Gestión de desinformación y comentarios	9
Aprendizaje continuo y adaptación profesional	11
Reconocimiento de transformación del periodismo	15
Adaptación a audiencias y consumos digitales	8
Defensa de principios del periodismo radial	7
Uso estratégico de plataformas digitales	10

Nota: elaboración propia.

En la Figura 6 se observa que la tendencia con mayor frecuencia corresponde a la verificación, la ética y el rigor informativo, aspecto que refleja la permanencia de principios fundamentales del periodismo dentro de los entornos digitales.

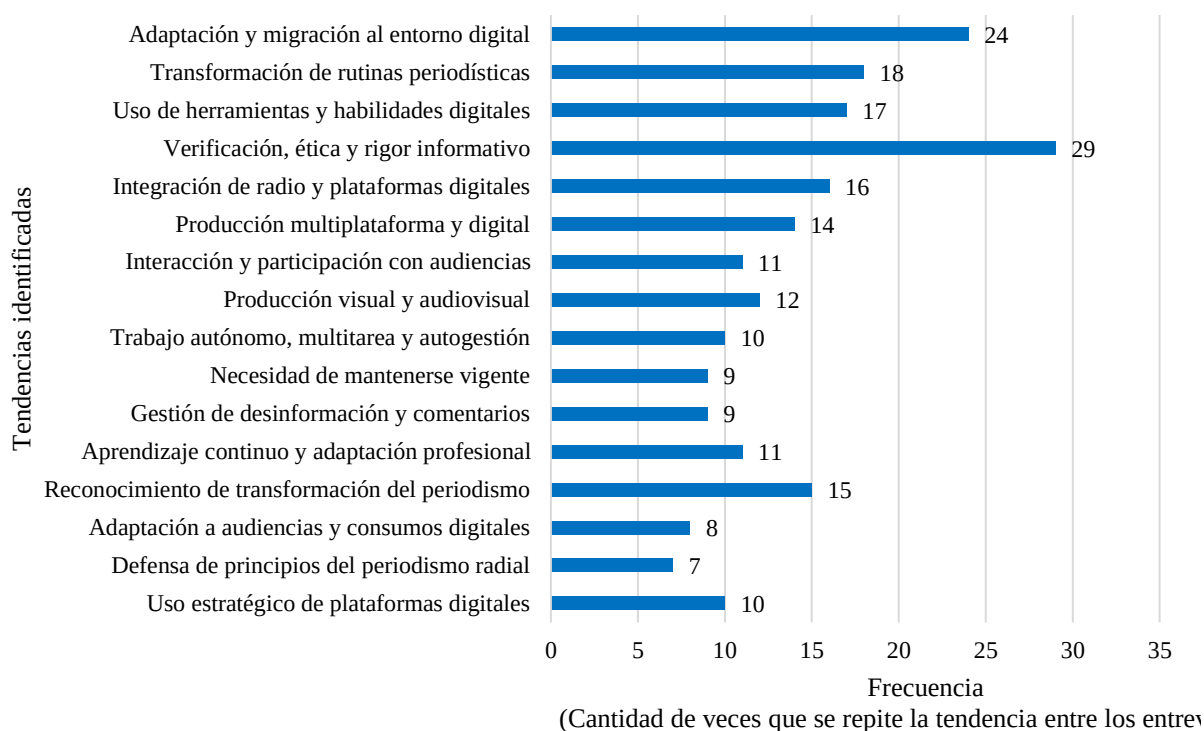
Aunque las dinámicas de producción contemporáneas se encuentran marcadas por la velocidad de circulación de los contenidos y la competencia por la atención de las audiencias, los participantes otorgan un valor central a la credibilidad, la responsabilidad profesional y la verificación de la información.

Esto permite interpretar que la transformación tecnológica ha reforzado la importancia de los fundamentos éticos del ejercicio periodístico frente a los desafíos propios de la comunicación digital, aspecto que coincide con los planteamientos de Orihuela (2015) sobre la necesidad de

adaptar las prácticas periodísticas a los nuevos entornos sin renunciar a los principios que sustentan la calidad informativa.

Figura 6

Tendencias identificadas en las prácticas periodísticas



Nota: elaboración propia.

Nota. La frecuencia presentada en la figura corresponde al número de veces que los entrevistados mencionaron cada una de las tendencias identificadas durante el proceso de codificación.

9.4.1.4. Interpretación de la gráfica.

Las tendencias representadas (ver figura 6) permiten interpretar que la transición del periodismo radial hacia Facebook ha generado una reconfiguración de las prácticas periodísticas, caracterizada por la incorporación de nuevas herramientas, formatos y dinámicas de producción asociadas al entorno digital.

La mayor presencia de aspectos relacionados con la adaptación al entorno digital, la producción multiplataforma y la transformación de las rutinas periodísticas evidencia que el

ejercicio profesional se desarrolla actualmente en escenarios comunicativos más complejos, donde confluyen múltiples canales de producción, difusión e interacción.

En concordancia con estos resultados, Jenkins (2008), explica que la convergencia implica un flujo permanente de contenidos entre diferentes plataformas, y Scolari (2008), afirma que las hipermediaciones transforman simultáneamente los lenguajes, las tecnologías y los perfiles profesionales del comunicador.

Asimismo, las tendencias reflejan que la radio no ha perdido vigencia, solamente ha redefinido sus formas de producción y circulación al integrarse a los entornos digitales, aspecto que Castells (2009) relaciona con la consolidación de la sociedad red, donde la información circula mediante estructuras comunicativas más abiertas e interconectadas.

De igual manera, la necesidad de aprendizaje continuo y adaptación tecnológica identificada por los participantes coincide con lo planteado por Orihuela (2015), quien sostiene que el periodista digital debe actualizar permanentemente sus competencias para responder a la rápida evolución de las tecnologías y de los procesos comunicativos.

Finalmente, la importancia otorgada a la verificación, la ética y el rigor informativo refleja que, pese a la inmediatez y a la participación que caracterizan las plataformas digitales, los participantes continúan reconociendo estos principios como pilares fundamentales del ejercicio periodístico.

De acuerdo con este hallazgo la transformación tecnológica exige fortalecer fundamentos del periodismo, frente a los desafíos derivados de la circulación acelerada de información y de la desinformación en los entornos digitales.

9.4.1.5. Triangulación de actores.

Con el propósito de fortalecer la interpretación de los resultados, se realizó un proceso de triangulación de actores, como expone la Tabla 7, mediante la comparación de las respuestas de periodistas, docentes y estudiantes entrevistados frente a las transformaciones de las prácticas periodísticas y a cada una de las categorías de análisis, en el contexto de transición del periodismo radial hacia Facebook.

Este procedimiento se fundamenta en la versión de Denzin (1978), al señalar que la triangulación permite contrastar diferentes perspectivas sobre un mismo fenómeno para fortalecer la credibilidad y la consistencia de los resultados obtenidos.

Este procedimiento permitió identificar coincidencias, diferencias y puntos de convergencia entre los distintos grupos participantes, facilitando una comprensión más amplia del fenómeno estudiado.

La triangulación se desarrolló a partir del contraste de los hallazgos obtenidos en las entrevistas y de las tendencias identificadas durante el proceso de codificación, permitiendo reconocer cómo cada actor interpreta aspectos relacionados con la adaptación digital, las rutinas de producción, el uso de herramientas tecnológicas, las competencias profesionales y los desafíos éticos del ejercicio periodístico contemporáneo.

De esta manera, la comparación de perspectivas ayuda a fortalecer la validez interpretativa de los resultados al integrar diferentes visiones sobre un mismo proceso de transformación.

Tabla 7

Triangulación de actores sobre prácticas periodísticas

Actor	Aspectos identificados
Periodistas	Enfatizan en adaptación digital, multitarea, inmediatez, presión por alcance, transformación de rutinas laborales y dificultades relacionadas con sostenibilidad económica y exigencias de producción constante.
Docentes	Resaltan la importancia de la ética, la formación crítica, la responsabilidad informativa y las tensiones laborales derivadas de las dinámicas digitales y la flexibilización del trabajo periodístico.
Estudiantes	Perciben mayor cercanía con plataformas digitales, consumo rápido de contenidos audiovisuales, flexibilidad tecnológica y transformación de las formas de interacción y producción informativa.

Nota: elaboración propia.

9.4.1.6. Análisis general de la categoría 1.

Según el análisis de resultados la transición del periodismo radial hacia Facebook constituye un proceso de transformación que supera la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas, ya que implica cambios en las prácticas profesionales, las dinámicas de producción informativa y las relaciones establecidas entre medios, periodistas y audiencias.

Aunque los entrevistados recalcan la necesidad de adaptarse a los entornos digitales, cada actor interpreta este fenómeno desde experiencias y preocupaciones particulares asociadas a su rol dentro del ecosistema comunicativo.

Los estudiantes manifiestan una mayor familiaridad con formatos audiovisuales, dinámicas participativas y plataformas digitales; los docentes enfatizan aspectos relacionados con la ética, la formación crítica y la responsabilidad social del periodismo; mientras que los periodistas centran su atención en los desafíos operativos y laborales derivados de la convergencia digital.

Estas diferencias permiten comprender que la transformación digital percibida como un cambio tecnológico, es un proceso que impacta simultáneamente dimensiones profesionales, educativas, económicas y culturales.

Desde una perspectiva teórica, estos resultados se relacionan con los planteamientos de Henry Jenkins, quien sostiene que la convergencia representa un flujo de contenidos a través de múltiples plataformas y una transformación de las formas de producción y consumo mediático.

Cuando este autor afirma que la convergencia ocurre en la interacción entre tecnologías, industrias y audiencias, permite comprender cómo la radio se integra actualmente a escenarios comunicativos donde la información circula de manera simultánea entre diferentes formatos y espacios digitales.

De manera adicional, las transformaciones identificadas pueden interpretarse desde la perspectiva de Scolari (2008), quien señala que los medios no desaparecen cuando surge una nueva tecnología, se adaptan y reconfiguran dentro de un ecosistema mediático más amplio.

De esta manera, la radio mantiene vigencia dentro de los procesos comunicativos contemporáneos, aunque sus formas de producción, distribución y consumo se encuentran cada vez más articuladas con plataformas digitales y narrativas audiovisuales.

Por otra parte, las exigencias relacionadas con la producción multiplataforma, la disponibilidad permanente y la realización simultánea de diversas tareas permiten identificar procesos de flexibilización laboral asociados a la digitalización del trabajo periodístico.

Esta situación se asocia con los planteamientos de Han (2010), quien afirma que la sociedad contemporánea se encuentra marcada por crecientes exigencias de productividad y autoexplotación.

Bajo esta lógica, la convergencia digital amplía las posibilidades de producción y difusión informativa, pero también incrementa las responsabilidades y presiones que recaen sobre los profesionales de la comunicación.

Asimismo, la interacción constante entre periodistas y audiencias refleja características propias de la sociedad red descrita por Castells (2009), donde la comunicación se desarrolla mediante estructuras interconectadas que favorecen la circulación inmediata de información y la participación activa de los usuarios.

Las audiencias pasan de ser receptoras a intervenir mediante comentarios, reacciones, compartidos y producción de contenidos, modificando las dinámicas tradicionales de construcción informativa.

La triangulación realizada permite interpretar que la transición del periodismo radial hacia Facebook representa una transformación tecnológica, profesional y cultural que redefine las formas de informar, participar y construir relaciones comunicativas.

Se trata entonces de una reconfiguración del ecosistema periodístico, donde convergen nuevas tecnologías, modelos de producción, formas de interacción y desafíos asociados a la credibilidad, la sostenibilidad laboral y la participación ciudadana en los entornos digitales contemporáneos.

9.4.2 Categoría 2. Producción informativa

La producción informativa constituye uno de los principales escenarios de transformación derivados de la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales como Facebook, en este sentido, Jenkins (2008) plantea que la convergencia mediática modifica las formas de producir y distribuir los contenidos al favorecer su circulación a través de múltiples plataformas,

mientras que Scolari (2008) sostiene que las hipermediaciones transforman los lenguajes, los formatos y las narrativas utilizadas por los medios de comunicación.

En relación con estos planteamientos, las respuestas de los entrevistados ponen de manifiesto cambios en las formas de crear, adaptar y difundir la información, reflejados en la incorporación de recursos visuales, audiovisuales e interactivos, así como en la necesidad de adecuar los contenidos a las características de cada plataforma y a los hábitos de consumo de las audiencias contemporáneas.

Estas transformaciones trascienden el uso de herramientas tecnológicas y alcanzan las formas de construir los relatos periodísticos, seleccionar los formatos y establecer procesos de interacción con los usuarios.

Desde esta perspectiva, la producción informativa se configura como un espacio de convergencia entre las prácticas tradicionales del periodismo radial y las dinámicas comunicativas propias del ecosistema digital.

Bajo estas extensiones, Castells (2009) explica que la comunicación en red favorece nuevas formas de producción, circulación y consumo de la información, mientras que Orihuela (2015) señala que los periodistas deben adaptar permanentemente sus contenidos y estrategias a los cambios tecnológicos y a las nuevas formas de interacción digital.

En consecuencia, el análisis permitió identificar tendencias relacionadas con la producción multiplataforma, la incorporación de narrativas audiovisuales, la adaptación de contenidos para entornos digitales y la transformación de las formas de consumo informativo.

9.4.2.1. Patrones identificados.

- Predominio de lo visual y audiovisual
- Adaptación de contenidos a plataformas digitales
- Producción breve, dinámica y multiplataforma
- Integración entre imagen, video y voz
- Transformación de narrativas periodísticas
- Producción orientada a circulación digital
- Permanencia de la narrativa sonora
- Producción según audiencias y plataformas

- Uso de la imagen para generar cercanía y credibilidad
- Diversificación de formatos comunicativos

9.4.2.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.

Hallazgo 1. Transformación de la producción informativa hacia formatos digitales

De acuerdo con las respuestas la producción informativa se encuentra cada vez más orientada hacia formatos adaptados a las características de las plataformas digitales, donde los contenidos requieren recursos visuales y estrategias que faciliten la atención y participación de las audiencias dentro de entornos marcados por la circulación acelerada de información.

Los participantes señalan que Facebook han impulsado la creación de productos comunicativos diseñados específicamente para el consumo digital, donde aspectos como la brevedad, el dinamismo narrativo, la incorporación de elementos audiovisuales y la facilidad de circulación adquieren una relevancia significativa.

Una apreciación representativa de esta tendencia puede identificarse en expresiones como: “ahora los contenidos deben ser más concretos, visuales y pensados para las dinámicas propias de las redes sociales” (Docente 9).

Desde una perspectiva teórica, estos resultados se asemejan con los planteamientos de Scolari (2008), quien sostiene que las transformaciones digitales modifican los lenguajes, formatos y formas de circulación de los contenidos dentro de ecosistemas comunicativos cada vez más interconectados.

En palabras del autor, las hipermediaciones representan "procesos de intercambio, producción y consumo simbólico desarrollados en entornos digitales", planteamiento que permite comprender cómo la producción informativa actual se articula con múltiples plataformas, formatos y dinámicas de interacción.

De manera adicional, los hallazgos se entrelazan con la propuesta de Jenkins (2008), quien afirma que la convergencia mediática implica el flujo de contenidos a través de diferentes plataformas y la adaptación de los mensajes a nuevas formas de consumo.

En este contexto, la transformación de la producción informativa refleja una reorganización de las estrategias narrativas empleadas por periodistas y medios para mantener visibilidad y conexión con las audiencias dentro del entorno digital contemporáneo.

Hallazgo 2. Centralidad del video y la imagen en la producción informativa digital

Periodistas, docentes y estudiantes coinciden en que el video, la imagen y otros elementos visuales facilitan la comprensión de los contenidos, generan cercanía con las audiencias y favorecen mayores niveles de atención e interacción en plataformas digitales.

Los participantes relacionan el uso de recursos visuales con aspectos como la credibilidad, el posicionamiento de marca, la identidad institucional y la permanencia de los contenidos dentro de los entornos digitales.

Una apreciación representativa de esta tendencia puede identificarse en expresiones como: “la gente hoy se siente más atraída por contenidos que puede ver, compartir e interactuar visualmente” (Estudiante 7).

Desde la perspectiva de Scolari (2008), las transformaciones digitales favorecen la articulación de múltiples lenguajes comunicativos dentro de un mismo entorno mediático, donde texto, imagen, audio y video interactúan de manera complementaria.

El autor sostiene que las hipermediaciones modifican las formas de producción y consumo de los mensajes, situación que permite comprender el creciente protagonismo de los formatos audiovisuales en los procesos informativos contemporáneos.

Por su parte, Jenkins (2008) plantea que la convergencia implica la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas y la adaptación de los mensajes a diferentes experiencias de consumo.

En este contexto, la relevancia del video y la imagen responde a la necesidad de construir contenidos capaces de circular eficazmente dentro de ecosistemas digitales caracterizados por la participación activa de las audiencias.

Asimismo, los resultados resaltan que la voz conserva un papel importante, especialmente en productos vinculados a la tradición radial; sin embargo, la producción informativa actual incorpora cada vez más elementos visuales como parte de estrategias orientadas a fortalecer la visibilidad, la interacción y el alcance de los contenidos.

Hallazgo 3. Permanencia de narrativa radial en entornos audiovisuales y multiplataforma

La radio mantiene vigencia dentro de los procesos contemporáneos de producción informativa, aunque su presencia ya no se limita a la transmisión sonora tradicional, misma que continúa siendo un recurso fundamental para informar, narrar y generar cercanía con las audiencias, especialmente en contextos comunitarios, institucionales y locales.

De ahí que “la esencia de la radio sigue siendo la voz y la capacidad de acompañar a la audiencia, aunque ahora se complementa con otros formatos” (Docente 3).

Según los participantes las dinámicas actuales favorecen la integración de elementos sonoros, visuales y audiovisuales dentro de un mismo producto comunicativo, permitiendo que los contenidos circulen simultáneamente en Facebook, YouTube y otros espacios digitales.

Esta situación refleja procesos de adaptación que amplían las posibilidades de difusión sin abandonar completamente las características narrativas propias de la radio.

Las evidencias obtenidas se confirman con los planteamientos de Jenkins (2008), quien afirma que la convergencia mediática no implica la desaparición de los medios tradicionales, pero si su reconfiguración dentro de nuevos entornos tecnológicos.

El autor sostiene que “los viejos medios no están siendo reemplazados, sus funciones y estatus están cambiando”, planteamiento que permite comprender la permanencia de la radio dentro del ecosistema digital contemporáneo.

Sumado a ello, Scolari (2008) explica que los procesos de comunicación digital favorecen la coexistencia e integración de múltiples lenguajes y plataformas, bajo esta afirmación, la producción informativa incorpora recursos visuales y audiovisuales sin renunciar a las capacidades narrativas asociadas históricamente al medio radiofónico.

Estos planteamientos tienen respaldo en los planteamientos de Martín-Barbero (2003), quien propone comprender la comunicación más allá de los medios tecnológicos, centrándose en las mediaciones culturales que dan sentido a las prácticas comunicativas.

Desde esta perspectiva, la permanencia de la radio depende de su capacidad para mantener vínculos culturales, sociales y simbólicos con las audiencias.

Hallazgo 4. Circulación multiplataforma y permanencia del contenido digital

La producción informativa contemporánea se desarrolla bajo dinámicas de circulación permanente, donde los contenidos trascienden el momento de su publicación inicial y continúan disponibles para consulta, interacción y redistribución a través de diferentes plataformas digitales.

Los contenidos deben adaptarse a las características particulares de espacios como Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Spotify o WhatsApp, situación que implica ajustar formatos, lenguajes, duraciones y recursos narrativos según las prácticas de consumo de cada audiencia.

Una apreciación representativa de esta tendencia puede identificarse en expresiones como la expresada por el periodista 11 cuando sostiene que: “Las rutinas han cambiado bastante. Antes todo era en cabina, con tiempos definidos. Ahora uno tiene que pensar en salir, grabar con el celular, enviar material. Ha sido un proceso de adaptación, no tan fácil, pero necesario”

Las respuestas manifiestan que la información adquiere una capacidad de circulación más amplia y prolongada, permitiendo que una misma pieza comunicativa sea reutilizada, transformada o redistribuida en diferentes formatos.

Esto favorece la construcción de estrategias multiplataforma orientadas a mantener visibilidad, ampliar el alcance de los contenidos y fortalecer la presencia digital de periodistas y medios de comunicación.

Desde el punto de vista de Jenkins (2008), estos procesos reflejan dinámicas propias de la convergencia mediática, entendida como el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas.

Señala el autor que “la convergencia representa un cambio cultural”, planteamiento que permite comprender cómo la producción informativa actual se organiza alrededor de estrategias de circulación que integran diversos medios, formatos y audiencias.

Asimismo, Scolari (2008) explica que los entornos digitales favorecen redes de comunicación caracterizadas por la interconexión de plataformas, lenguajes y usuarios, de tal forma que los contenidos dejan de depender de una única vía de difusión y pasan a formar parte de circuitos de circulación más amplios, donde la interacción y la redistribución se convierten en componentes fundamentales de la comunicación digital.

Hallazgo 5. Influencia de las audiencias digitales en la producción informativa

Los actores reconocen que las decisiones relacionadas con la producción informativa se encuentran cada vez más influenciadas por las formas de consumo desarrolladas por las audiencias en entornos digitales.

Según esto, los usuarios privilegian contenidos de fácil acceso, narrativas dinámicas y formatos capaces de transmitir información de manera rápida dentro de plataformas caracterizadas por una alta circulación de estímulos comunicativos.

Los participantes destacan la necesidad de diseñar contenidos que logren captar interés desde los primeros segundos de visualización, incorporando estrategias narrativas orientadas a fortalecer la conexión con los usuarios y favorecer la permanencia de la información dentro de los flujos de consumo digital.

Al respecto, el estudiante 3 manifiesta que: “... si el contenido no logra llamar la atención rápidamente, la audiencia continúa desplazándose hacia otra publicación”

Esta situación puede analizarse a partir de los planteamientos de Henry Jenkins (2008), quien explica que las audiencias contemporáneas participan activamente en la circulación, interpretación y difusión de contenidos.

Desde esta concepción, la producción informativa deja de estar determinada exclusivamente por los criterios de los medios y comienza a configurarse en diálogo permanente con las prácticas, intereses y formas de participación de los usuarios.

A su vez, Martín-Barbero (2003) plantea que los procesos comunicativos deben comprenderse a partir de las mediaciones culturales que intervienen en la relación entre los medios y las audiencias.

Siendo así, las transformaciones identificadas responden a cambios tecnológicos, a modificaciones en los hábitos de consumo, las expectativas informativas y las formas de apropiación de los contenidos por parte de los públicos.

Por consiguiente, la producción informativa contemporánea se desarrolla en un entorno donde la atención se convierte en un recurso altamente disputado, situación que impulsa a periodistas y medios a adaptar constantemente sus estrategias narrativas.

9.4.2.3. Tendencias identificadas en la producción informativa.

La tabla 8 fue elaborada a partir del proceso de codificación y análisis de las entrevistas correspondientes a la categoría Producción informativa, agrupando las recurrencias temáticas identificadas en los discursos de periodistas, docentes y estudiantes.

Las tendencias presentadas surgen de la clasificación de unidades de sentido relacionadas con las transformaciones en los formatos, narrativas, recursos comunicativos y estrategias de circulación de contenidos en entornos digitales.

Las frecuencias presentadas representan la cantidad de recurrencias temáticas identificadas durante el proceso de codificación e interpretación de las entrevistas.

Este procedimiento permitió reconocer qué ideas, percepciones y experiencias fueron mencionadas con mayor regularidad por los participantes, facilitando la identificación de tendencias relacionadas con las transformaciones de la producción informativa en el contexto digital.

Tabla 8

Tendencias identificadas en la producción informativa

Tendencia identificada	Frecuencia
Predominio de contenidos visuales y audiovisuales	31
Uso del video como recurso central	24
Adaptación de contenidos a plataformas digitales	22
Producción breve, dinámica y directa	20
Integración entre imagen y voz	19
Producción multiplataforma	17
Uso de la imagen para generar credibilidad y cercanía	15
Transformación de narrativas periodísticas	14
Producción orientada al consumo en redes sociales	16

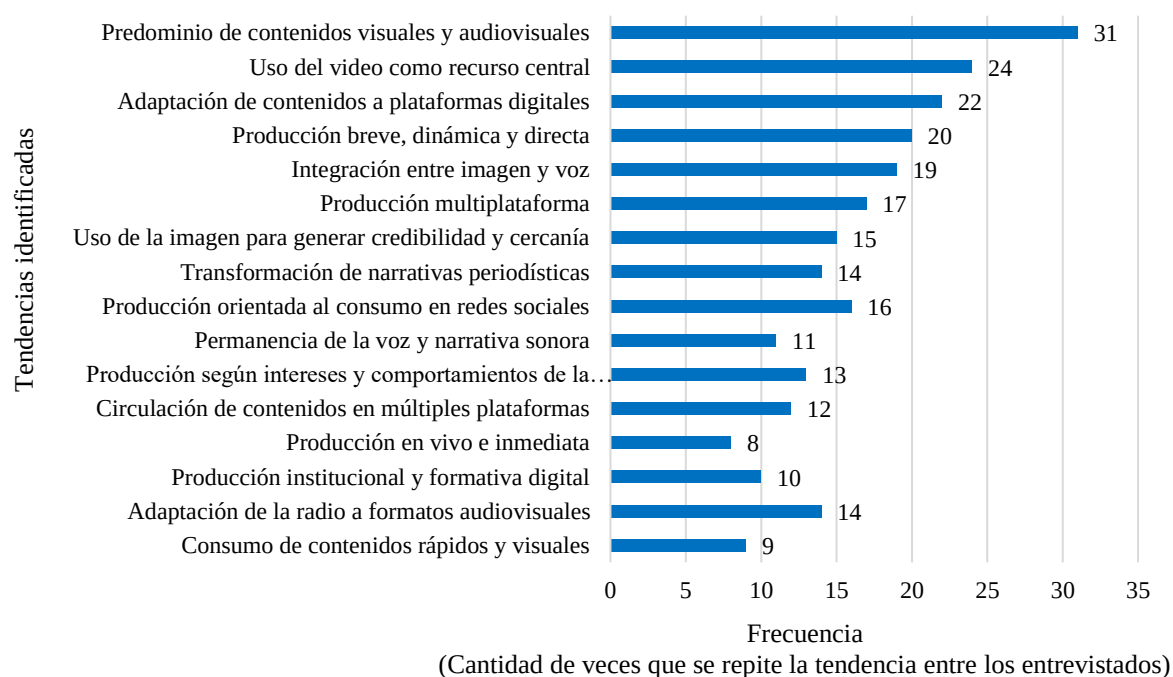
Permanencia de la voz y narrativa sonora	11
Producción según intereses y comportamientos de la audiencia	13
Circulación de contenidos en múltiples plataformas	12
Producción en vivo e inmediata	8
Producción institucional y formativa digital	10
Adaptación de la radio a formatos audiovisuales	14
Consumo de contenidos rápidos y visuales	9

Nota: elaboración propia.

Como se observa en la Figura 7, la mayor concentración de frecuencias se registra en la tendencia relacionada con el predominio de contenidos visuales y audiovisuales.

Este resultado permite interpretar que la producción informativa actual se encuentra cada vez más orientada hacia formatos que integran imagen, video y recursos multimedia, en respuesta a las dinámicas de consumo presentes en los entornos digitales.

La alta recurrencia de esta tendencia evidencia una transformación en las lógicas de producción periodística, donde los elementos visuales adquieren un papel central en la construcción, circulación y posicionamiento de los contenidos informativos.

Figura 7*Tendencias identificadas en la producción informativa*

Nota: elaboración propia.

9.4.2.4. Interpretación de la gráfica.

Las tendencias identificadas permiten reconocer una transformación significativa en las formas de producir y presentar contenidos informativos dentro de los entornos digitales.

El uso de recursos audiovisuales indica que el video y la imagen ocupan un lugar central en las estrategias comunicativas desarrolladas por periodistas y medios, respondiendo a dinámicas de consumo caracterizadas por la alta circulación de contenidos y la competencia por la atención de las audiencias.

Desde los planteamientos de Scolari (2008), este fenómeno puede comprenderse como parte de los procesos de hipermediación que articulan múltiples lenguajes, plataformas y formas de interacción dentro de un mismo ecosistema comunicativo.

En este aspecto, la producción informativa incorpora recursos visuales, sonoros y audiovisuales que amplían las posibilidades narrativas y favorecen nuevas formas de circulación de la información.

La recurrencia de tendencias relacionadas con la adaptación de contenidos a plataformas digitales permite observar que la producción informativa actual se encuentra estrechamente vinculada a las características de cada entorno de difusión.

En esta parte tienen cabida los postulados de Jenkins (2008), quien sostiene que los contenidos circulan a través de múltiples plataformas y requieren procesos constantes de adecuación narrativa para responder a las prácticas de consumo de las audiencias contemporáneas.

De igual forma, los resultados revelan que la narrativa sonora conserva relevancia dentro de los procesos informativos, aunque ahora se integra con elementos visuales y audiovisuales que enriquecen la experiencia comunicativa.

Esta articulación entre voz, imagen y video refleja procesos de convergencia que lejos de sustituir las características tradicionales de la radio, las reconfiguran dentro de nuevas dinámicas de producción y distribución de contenidos.

9.4.2.5. Triangulación de actores.

Con el propósito de ampliar la interpretación de los resultados y contrastar diferentes perspectivas sobre el fenómeno estudiado, se realizó un proceso de triangulación entre periodistas, docentes y estudiantes como lo refleja la Tabla 9.

De acuerdo con Denzin (1978), la triangulación de fuentes constituye una estrategia metodológica que permite confrontar distintos puntos de vista sobre un mismo fenómeno, favoreciendo una comprensión más amplia y fortaleciendo la credibilidad de los hallazgos.

En este sentido, se identificaron coincidencias, diferencias y puntos de convergencia en torno a las transformaciones que experimenta la producción informativa en los entornos digitales.

La comparación de las percepciones de los distintos actores permitió comprender de manera más integral los cambios asociados a la creación, adaptación y circulación de contenidos en plataformas digitales, así como las nuevas narrativas audiovisuales y las dinámicas de consumo que inciden en los procesos comunicativos contemporáneos.

Asimismo, en concordancia con lo planteado por Patton (1999), la triangulación de diversas fuentes contribuyó a fortalecer la interpretación de los resultados al contrastar

experiencias profesionales, perspectivas académicas y visiones formativas sobre la transición del periodismo radial hacia escenarios digitales como Facebook.

Tabla 9.

Triangulación de actores sobre producción informativa

Actor	Aspectos identificados
Periodistas	Adaptan contenidos a formatos visuales, breves y multiplataforma; integran video, imagen y narrativa sonora en la producción digital.
Docentes	Reconocen la transformación de las narrativas periodísticas e incorporan recursos audiovisuales y digitales en procesos formativos.
Estudiantes	Prefieren contenidos rápidos, visuales y dinámicos; identifican mayor conexión con formatos audiovisuales y plataformas digitales.

Nota: elaboración propia.

El ejercicio de triangulación entre entrevistados permite reconocer distintas aproximaciones frente a las transformaciones que experimenta la producción informativa en los entornos digitales.

Mientras los periodistas enfatizan la necesidad de adaptar contenidos a formatos audiovisuales y estrategias de circulación multiplataforma, los docentes centran su atención en los cambios que estas dinámicas generan sobre las narrativas periodísticas y los procesos de formación profesional, por su parte, los estudiantes manifiestan una mayor afinidad con contenidos caracterizados por la inmediatez, el componente visual y el consumo móvil.

En términos de Jenkins (2008), los contenidos dejan de estar vinculados a un único medio para circular entre múltiples plataformas, lenguajes y espacios de interacción.

Asimismo, los resultados permiten interpretar que la transición del periodismo radial hacia escenarios digitales implica una reconfiguración de las prácticas comunicativas, donde convergen elementos sonoros, visuales y participativos que transforman la relación tradicional entre productores y audiencias.

9.4.2.6. Análisis general de la categoría.

El análisis desarrollado permite identificar que la transición del periodismo radial hacia Facebook ha generado transformaciones significativas en los procesos de producción informativa, modificando tanto los formatos como las estrategias de circulación de los contenidos.

En este escenario, el video, la imagen y los recursos multimedia adquieren un papel relevante dentro de las dinámicas comunicativas contemporáneas, respondiendo a las lógicas de consumo predominantes en los entornos digitales.

Desde la perspectiva de los participantes, la producción informativa actual exige adaptar los contenidos a escenarios caracterizados por la conectividad permanente, la interacción inmediata y la circulación continua de información.

Estas condiciones han impulsado el desarrollo de narrativas más sintéticas, visuales y flexibles, diseñadas para captar la atención de las audiencias dentro de ecosistemas comunicativos altamente competitivos.

Estos resultados se respaldan con los planteamientos de Scolari (2008), quien sostiene que los procesos comunicativos digitales se caracterizan por la convergencia de múltiples lenguajes, plataformas y formas de interacción que transforman las prácticas tradicionales de producción mediática.

Por otra parte, las entrevistas reflejan cambios en los hábitos de consumo informativo, particularmente entre las generaciones más jóvenes, cuyas prácticas se encuentran cada vez más vinculadas a contenidos audiovisuales, dispositivos móviles y plataformas de actualización constante.

Esta situación puede interpretarse desde los aportes de Martín-Barbero (2003), quien plantea que las transformaciones comunicativas dependen de los medios y de las mediaciones culturales que configuran nuevas formas de apropiación, circulación y uso de la información por parte de las audiencias.

De igual forma, varios participantes expresan preocupaciones relacionadas con la rapidez que caracteriza a los entornos digitales.

La necesidad de generar visibilidad, mantener presencia constante y captar la atención de los usuarios puede favorecer procesos de simplificación informativa, reducción de contextos y consumo fragmentado de contenidos.

Estas apreciaciones dialogan con las reflexiones de Han (2014), quien advierte que la aceleración de los flujos comunicativos transforma las dinámicas de atención y favorece formas de consumo cada vez más inmediatas y efímeras.

No obstante, según estos hallazgos la narrativa sonora mantiene vigencia dentro de diversos escenarios informativos, comunitarios e institucionales.

Más que un proceso de sustitución tecnológica, los resultados sugieren una articulación entre lenguajes sonoros, visuales y audiovisuales que permite a la radio adaptarse a nuevas formas de circulación digital.

Esta interpretación concuerda con la perspectiva de Jenkins (2008), para quien la convergencia implica la coexistencia e integración de diferentes medios, plataformas y prácticas comunicativas dentro de un mismo ecosistema.

9.4.3 Categoría 3. Interacción con las audiencias

La presente categoría permitió identificar transformaciones significativas en las formas de relación entre periodistas, medios y públicos dentro del contexto de transición del periodismo radial hacia plataformas digitales como Facebook.

A partir del análisis de las entrevistas realizadas a los colaboradores, fue posible reconocer cambios asociados a la participación de las audiencias, los procesos de retroalimentación, la construcción de comunidades digitales y las nuevas dinámicas de circulación e intercambio de información en entornos conectados.

Los resultados dan cuenta de que las plataformas digitales han modificado las relaciones tradicionales entre emisores y receptores, favoreciendo escenarios caracterizados por una mayor capacidad de respuesta, interacción y visibilidad de las audiencias.

En esta dinámica, los usuarios consumen, comentan, comparten, reaccionan y participan activamente en los procesos de producción y circulación de información.

Desde una mirada de los autores, estos hallazgos pueden interpretarse con Martín-Barbero (2003), quien propone comprender la comunicación más allá de los medios y centrar la atención en las mediaciones culturales que intervienen en la relación entre los mensajes y las audiencias.

De igual forma, Jenkins (2008) señala que las tecnologías digitales favorecen el desarrollo de una cultura participativa, en la que los usuarios asumen un papel cada vez más activo dentro de los procesos comunicativos.

Bajo esta perspectiva, la interacción deja de entenderse únicamente como una respuesta de las audiencias frente a los contenidos y pasa a constituirse en un componente central de las dinámicas comunicativas contemporáneas, donde la participación, la conversación digital y la circulación colaborativa de información adquieren una relevancia creciente dentro del ecosistema mediático actual.

9.4.3.1. Patrones identificados.

- Interacción constante con las audiencias
- Participación activa del público
- Retroalimentación (comentarios) como herramienta de ajuste
- Cercanía e inmediatez comunicativa
- Audiencias activas y críticas
- Influencia de la audiencia en los contenidos
- Relación horizontal entre medios y público
- Interacción mediante redes sociales
- Construcción de comunidad digital
- Mayor responsabilidad comunicativa

9.4.3.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.

Hallazgo 1. Transformación de la relación periodista-audiencia.

Una vez analizadas las entrevistas se tiene que la transición del periodismo radial hacia plataformas digitales ha modificado significativamente las formas de relación entre periodistas y audiencias.

Las plataformas digitales favorecen procesos de comunicación más directos, inmediatos y participativos, donde los usuarios pueden reaccionar, comentar, compartir contenidos y establecer intercambios constantes con periodistas y medios de comunicación.

A diferencia de las dinámicas tradicionales de comunicación, caracterizadas por una participación más limitada de las audiencias, los entornos digitales posibilitan espacios de interacción permanente que fortalecen la cercanía entre productores y consumidores de información.

En estas circunstancias, la audiencia adquiere un papel más activo dentro de los procesos comunicativos, interviniendo en la circulación, discusión e incluso resignificación de los contenidos difundidos en plataformas digitales.

Esta transformación puede observarse en expresiones como las entregadas por el estudiante 12 quien manifiesta que: “ahora la gente escucha la información, la comenta, pregunta, comparte y participa de manera inmediata en las publicaciones”

Bajo una perspectiva conceptual, Martín-Barbero (2003), propone comprender la comunicación a partir de las mediaciones culturales que intervienen en la apropiación y circulación de los mensajes.

Desde esta mirada, las audiencias dejan de ocupar una posición exclusivamente receptora para convertirse en actores que participan activamente en la construcción de significados dentro de los procesos comunicativos.

A su vez, Jenkins (2008) sostiene que la cultura participativa permite a los usuarios involucrarse cada vez más en la creación, circulación y discusión de contenidos, “ ” (Periodista 9), planteamiento que ayuda a interpretar cómo las audiencias digitales intervienen de forma activa en las dinámicas informativas contemporáneas.

Hallazgo 2. Participación activa de las audiencias

El proceso de entrevistas permite identificar que las audiencias adquieren una participación cada vez más relevante dentro de los procesos de producción y circulación de contenidos informativos en plataformas digitales.

Los participantes señalan que comentarios, reacciones, mensajes y sugerencias constituyen insumos que permiten reconocer intereses, evaluar la recepción de los contenidos y orientar futuras decisiones editoriales.

En este orden de ideas, la retroalimentación se incorpora como un componente permanente de las dinámicas comunicativas digitales, favoreciendo procesos de ajuste en temas, formatos y estrategias de publicación.

Para varios entrevistados, la respuesta de las audiencias proporciona información valiosa sobre las necesidades informativas de los usuarios y contribuye a fortalecer la cercanía entre periodistas y comunidades digitales.

Una apreciación representativa de esta tendencia se identifica en expresiones como la del docente 7 cuando afirma que: “muchas veces los comentarios permiten conocer qué temas interesan más a la gente y ayudan a orientar futuros contenidos”

Según el autor Jenkins (2008), quien sostiene que las audiencias contemporáneas participan activamente en los procesos de circulación y construcción de contenidos dentro de la cultura participativa, “los consumidores son invitados a participar activamente en la creación y circulación de nuevos contenidos” (Docente 5), situación que permite comprender el papel cada vez más influyente de los usuarios dentro de los entornos digitales.

Castells (2009) plantea que las redes digitales amplían las posibilidades de interacción y producción comunicativa de los ciudadanos, favoreciendo escenarios donde la comunicación se desarrolla mediante flujos permanentes de intercambio y retroalimentación.

Por consiguiente, las audiencias dejan de ser únicamente destinatarias de los mensajes para convertirse en actores con capacidad de influir en la visibilidad, circulación y alcance de la información.

Hallazgo 3. Redes sociales como espacio de interacción

Las redes sociales se han consolidado como los principales escenarios de interacción entre periodistas y audiencias dentro del ecosistema digital contemporáneo.

Los participantes reconocen que Facebook facilita intercambios permanentes mediante comentarios, mensajes directos, reacciones y contenidos compartidos, favoreciendo procesos de comunicación más cercanos y continuos.

De esta manera, la presencia digital adquiere una importancia estratégica para periodistas y medios de comunicación, ya que las plataformas permiten mantener contacto cotidiano con las audiencias y ampliar la circulación de los contenidos más allá de los espacios tradicionales de difusión.

“Las redes permiten que la comunicación sea más directa porque las personas pueden opinar, preguntar o responder de manera inmediata” (Estudiante 9).

En este orden de ideas, Castells (2009), sostiene que las redes digitales configuran nuevas formas de comunicación basadas en la interconexión permanente de individuos y comunidades.

Afirma que “las redes constituyen la nueva morfología social de nuestras sociedades”, planteamiento que permite comprender por qué las plataformas digitales se convierten en espacios centrales para la interacción, la circulación de información y la construcción de vínculos comunicativos.

Martín-Barbero (2003), por su parte, plantea que los procesos comunicativos deben comprenderse a partir de las mediaciones culturales que articulan las relaciones entre medios y audiencias.

Desde esta perspectiva, las redes sociales funcionan como herramientas tecnológicas y espacios donde se construyen prácticas de participación, apropiación y producción de sentido, ampliando las posibilidades de interacción y participación dentro de los procesos comunicativos actuales.

Hallazgo 4. Nuevas exigencias de la cercanía digital

Los participantes señalan que la comunicación constante a través de plataformas digitales exige responder comentarios, atender inquietudes, gestionar críticas y mantener una presencia activa frente a comunidades que demandan información de manera continua.

Este escenario implica mayores niveles de exposición pública para periodistas y productores de contenido, quienes deben enfrentar opiniones diversas, cuestionamientos inmediatos y procesos permanentes de validación por parte de las audiencias.

En palabras del docente 7, “la cercanía con el público genera más posibilidades de interacción, pero también exige una mayor responsabilidad frente a lo que se publica y comunica”

Estos resultados se asemejan con Han (2014), quien advierte que las dinámicas contemporáneas de conectividad permanente generan nuevas formas de exigencia y autoexplotación asociadas a la necesidad constante de rendimiento y disponibilidad.

Lo cual permite comprender cómo la interacción continua con las audiencias amplía las responsabilidades profesionales más allá de los momentos tradicionales de producción y difusión informativa.

Complementariamente, Castells (2009) sostiene que la comunicación digital fortalece la capacidad de los ciudadanos para participar activamente en los procesos comunicativos; no obstante, esta mayor capacidad de intervención también incrementa la presión sobre quienes producen información, especialmente en contextos donde la credibilidad y la confianza se construyen de manera permanente mediante la interacción pública.

Particularmente en escenarios comunitarios e institucionales, los participantes destacan que la cercanía digital requiere procesos constantes de acompañamiento, respuesta y construcción de confianza con las audiencias.

Hallazgo 5. Construcción de comunidades colaborativas

Las plataformas digitales favorecen la consolidación de comunidades comunicativas construidas a partir de relaciones de cercanía, confianza y participación permanente entre periodistas, medios y audiencias, ya que la interacción constante fortalece los vínculos entre los diferentes actores involucrados en los procesos de producción y circulación informativa.

Dentro de estas dinámicas, las audiencias consumen contenidos, aportan información, sugieren temas de interés, comparten experiencias, participan en debates y contribuyen a ampliar el alcance de las publicaciones mediante procesos de difusión y recomendación. “Muchas veces la comunidad ayuda a identificar temas importantes o aporta información que complementa las noticias que se están desarrollando” (Periodista 3).

De acuerdo con Jenkins (2008), la cultura participativa favorece escenarios donde los usuarios colaboran activamente en la circulación y construcción de contenidos.

A su vez, Lévy (1994) plantea que el conocimiento puede construirse de forma distribuida mediante la participación de múltiples actores conectados en entornos digitales,

perspectiva que permite comprender la contribución de las audiencias dentro de los procesos comunicativos contemporáneos.

Por otro lado, Martín-Barbero (2003) propone comprender la comunicación como un proceso atravesado por relaciones culturales y sociales que otorgan sentido a los intercambios comunicativos, desde esta afirmación, las comunidades digitales trascienden el intercambio de información y se convierten en espacios donde se fortalecen procesos de identidad, reconocimiento y participación colectiva.

9.4.3.3. Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias.

La Tabla 10 registra las principales tendencias identificadas en la categoría Interacción con las audiencias, construidas a partir del análisis de contenido realizado sobre las entrevistas aplicadas a los colaboradores de la investigación.

Las frecuencias registradas corresponden a recurrencias temáticas identificadas durante el proceso de codificación y análisis de las respuestas, permitiendo reconocer los aspectos con mayor presencia dentro de los discursos de los participantes.

Debido a que una misma intervención podía contener varias unidades de sentido asociadas a diferentes tendencias, las frecuencias reflejan apariciones temáticas y no el número total de entrevistados.

Este procedimiento facilitó la identificación de patrones relacionados con participación, retroalimentación, construcción de comunidades digitales, cercanía comunicativa y nuevas formas de interacción entre periodistas y audiencias dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Tabla 10

Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias

Tendencia identificada	Frecuencia
Interacción constante con la audiencia	28
Relación cercana y participativa con el público	25
Uso de retroalimentación para ajustar contenidos	18

Participación activa de la audiencia en contenidos	17
Relación horizontal y conversacional	14
Audiencias activas, críticas y exigentes	16
Interacción en tiempo real mediante redes sociales	19
Construcción de comunidad mediante interacción digital	11
Influencia de la audiencia en la producción de contenidos	13
Uso de redes sociales como principal espacio de interacción	20
Relación inmediata y permanente con el público	15
Participación pasiva mediante reacciones y compartidos	7
Mayor cercanía y visibilidad de periodistas	10
Interacción en contextos institucionales	8
Audiencia como fuente de información y apoyo	9
Continuidad de la interacción después de publicar contenidos	6
Percepción de relaciones superficiales o inestables	5

Nota: elaboración propia.

A partir de los resultados representados en la Figura 8, se observa que las tendencias con mayor presencia se relacionan con la participación activa de las audiencias, la retroalimentación permanente y la construcción de vínculos más cercanos entre periodistas y públicos dentro de los entornos digitales.

Estos hallazgos son coherentes con lo planteado por Jenkins (2008), quien sostiene que la cultura participativa transforma el papel de las audiencias, que dejan de ser receptoras pasivas para convertirse en actores con capacidad de intervenir, producir y compartir contenidos.

Los resultados reflejan una reconfiguración de las relaciones comunicativas tradicionales, caracterizada por mayores posibilidades de interacción, intercambio y participación en los procesos de circulación informativa.

En este sentido, Castells (2009) señala que la sociedad red ha modificado las formas de comunicación al favorecer conexiones más dinámicas, horizontales e interactivas entre los distintos actores sociales.

La predominancia de estas tendencias permite interpretar que las plataformas digitales han ampliado los espacios de intervención de las audiencias, favoreciendo escenarios donde los usuarios comentan, comparten, sugieren contenidos e influyen en las dinámicas comunicativas.

En este contexto, la comunicación deja de desarrollarse bajo esquemas predominantemente unidireccionales y adquiere características más participativas, colaborativas y horizontales, en concordancia con lo expuesto por Bruns (2008), quien destaca el papel de los usuarios como participantes activos en la producción y circulación de información.

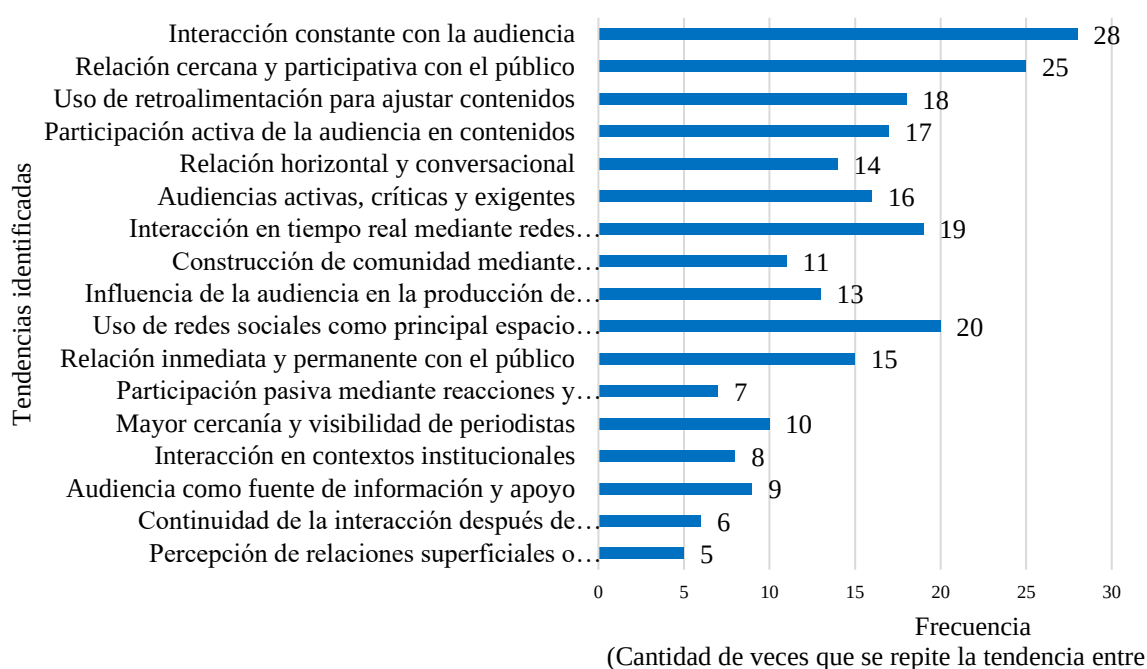
Asimismo, la presencia de tendencias asociadas a la construcción de comunidad y la cercanía digital sugiere que la interacción se ha convertido en un componente estratégico dentro del ejercicio periodístico contemporáneo, pues contribuye al fortalecimiento de la confianza, la visibilidad y el relacionamiento permanente con las audiencias.

En esta línea, Scolari (2018) sostiene que los medios digitales requieren consolidar comunidades de usuarios mediante procesos de interacción constante que favorezcan la participación y el compromiso de las audiencias.

Sin embargo, estos procesos también incorporan nuevos desafíos relacionados con la gestión de comunidades digitales, la moderación de contenidos y la sostenibilidad de la participación en espacios mediados por plataformas digitales, aspectos que forman parte de las transformaciones que experimenta el periodismo en los ecosistemas digitales contemporáneos.

Figura 8

Tendencias identificadas en la interacción con las audiencias



Nota: elaboración propia.

9.4.3.4. Interpretación de la gráfica.

Los resultados representados (ver figura 8) permiten reconocer que las redes sociales se han consolidado como el principal escenario de interacción entre periodistas y audiencias dentro del ecosistema digital contemporáneo.

La alta presencia de tendencias asociadas a comentarios, reacciones, mensajes directos y procesos de retroalimentación dejan entrever que las audiencias participan activamente en la circulación, discusión y apropiación de los contenidos informativos, ampliando sus posibilidades de intervención dentro de los procesos comunicativos.

Estos resultados guardan relación con los planteamientos de Jenkins (2008), quien sostiene que la cultura participativa favorece escenarios donde los usuarios dejan de ser simples receptores para involucrarse activamente en la producción, circulación y resignificación de los contenidos.

Al respecto, la interacción digital fortalece formas de participación que otorgan mayor protagonismo a las audiencias dentro de las dinámicas informativas.

Asimismo, la relevancia otorgada a la retroalimentación permite interpretar que las decisiones relacionadas con temas, formatos y estrategias de publicación se encuentran cada vez más influenciadas por las respuestas del público.

Frente a esto Castells (2009), señala que las redes digitales amplían la capacidad de los ciudadanos para intervenir en los procesos de comunicación, configurando relaciones más horizontales entre productores y consumidores de información.

Por otra parte, la presencia de tendencias relacionadas con audiencias más críticas y exigentes refleja que la interacción digital incorpora nuevas responsabilidades para periodistas y medios de comunicación.

Aunque las plataformas facilitan la cercanía y el diálogo permanente, también generan escenarios donde la credibilidad, la gestión de comunidades y la respuesta inmediata adquieren una importancia creciente dentro del ejercicio periodístico.

En concordancia con lo planteado por Martín-Barbero (2003), estos resultados permiten comprender que las transformaciones actuales si bien dependen de los cambios tecnológicos, también de nuevas formas de relación cultural entre medios y audiencias.

En consecuencia, la transición del periodismo radial hacia entornos digitales redefine los procesos de interacción comunicativa y fortalece modelos de participación más abiertos, colaborativos y dinámicos, aunque también condicionados por las lógicas de visibilidad y funcionamiento propias de las plataformas digitales.

9.4.3.5. Triangulación de actores.

La triangulación de las percepciones de los entrevistados, como lo muestra la Tabla 11, permitió identificar puntos de convergencia y diferencias en torno a las transformaciones que experimenta la interacción con las audiencias dentro de los entornos digitales.

Aunque los tres grupos reconocen que las plataformas digitales han fortalecido las posibilidades de participación, retroalimentación e intercambio comunicativo, cada actor interpreta estos procesos desde experiencias y perspectivas particulares.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Jenkins (2008), quien sostiene que la cultura participativa ha transformado el papel de las audiencias, favoreciendo su involucramiento activo en la producción, circulación y discusión de los contenidos.

Los periodistas destacan principalmente la comunicación permanente con las audiencias y la influencia que los comentarios, las reacciones y las métricas tienen sobre las decisiones relacionadas con la producción y circulación de contenidos.

Desde esta perspectiva, la interacción se convierte en un componente estratégico para fortalecer la visibilidad, el alcance y la sostenibilidad de los proyectos comunicativos, aspecto que guarda relación con lo expuesto por Castells (2009), al señalar que las redes digitales han modificado las formas de comunicación al propiciar procesos más interactivos y dinámicos entre emisores y receptores.

Los docentes enfatizan las posibilidades de participación, construcción colectiva y democratización de la comunicación que ofrecen las plataformas digitales; sin embargo, también advierten la necesidad de fortalecer competencias críticas que permitan afrontar desafíos asociados a la desinformación, la calidad de los contenidos y las dinámicas de interacción presentes en los espacios digitales.

Esta perspectiva se entrelaza con Scolari (2018), quien plantea que la alfabetización digital y el desarrollo de competencias críticas son elementos fundamentales para la participación responsable en los ecosistemas mediáticos contemporáneos.

Los estudiantes, en cambio, perciben una relación más cercana, inmediata y cotidiana con periodistas y medios de comunicación, valorando especialmente las posibilidades de diálogo, participación y acceso a la información que facilitan las plataformas digitales.

Tabla 11

Triangulación de actores sobre interacción con las audiencias

Actor	Aspectos identificados
Periodistas	Mantienen interacción constante con las audiencias, ajustan contenidos según retroalimentación y gestionan participación digital.

Docentes	Reconocen la interacción como proceso participativo, horizontal y formativo dentro de la comunicación digital.
Estudiantes	Perciben mayor cercanía, participación e inmediatez en la relación con periodistas y contenidos digitales.

Nota: elaboración propia.

9.4.3.6. Análisis general de la categoría.

La transición del periodismo radial hacia Facebook ha transformado las formas de relación entre periodistas y audiencias, configurando escenarios comunicativos caracterizados por mayores niveles de participación, interacción y retroalimentación.

Las audiencias adquieren un papel más activo dentro de los procesos de circulación y discusión de la información, interviniendo mediante comentarios, reacciones, recomendaciones y diversas formas de participación digital.

Al respecto, Jenkins (2008), sostiene que la cultura participativa favorece una mayor implicación de los usuarios en los procesos comunicativos, de ahí que las audiencias dejan de desempeñar un papel exclusivamente receptivo para convertirse en actores que contribuyen a la circulación, resignificación y difusión de los contenidos dentro de los entornos digitales.

Del mismo modo, las dinámicas identificadas reflejan procesos de comunicación en red descritos por Castells (2009), donde las tecnologías digitales amplían las posibilidades de interacción y fortalecen la capacidad de intervención de los ciudadanos en los espacios comunicativos.

La presencia permanente de mecanismos de retroalimentación permite que periodistas y medios conozcan de manera inmediata las reacciones de sus públicos, ajustando contenidos, formatos y estrategias de comunicación según las respuestas obtenidas.

Ahora bien, las entrevistas también permiten reconocer tensiones asociadas a la rapidez de los intercambios comunicativos, la exposición constante y la fragmentación del consumo informativo.

Aunque las plataformas facilitan la participación, varios actores advierten que muchas interacciones se desarrollan bajo lógicas de inmediatez que privilegian respuestas rápidas,

reacciones instantáneas y consumos breves, limitando en algunos casos procesos más amplios de reflexión y debate público.

Desde el punto de vista de Martín-Barbero (2003), estas transformaciones pueden comprenderse como cambios en las mediaciones culturales que articulan las relaciones entre medios, tecnologías y audiencias.

De ahí que la transición digital representa una modificación de las formas de participación, apropiación y construcción de sentido dentro de los procesos comunicativos contemporáneos.

9.4.4 Categoría 4. Uso y análisis de datos

Esta categoría permitió comprender cómo los entrevistados interpretan el papel que desempeñan las métricas digitales dentro de los procesos contemporáneos de producción, circulación y evaluación de contenidos informativos.

Tanto visualizaciones, como reacciones, comentarios e interacción se han convertido en referentes habituales para analizar el comportamiento de las audiencias y orientar decisiones relacionadas con la comunicación digital.

Los participantes reconocen que los datos generados por plataformas como Facebook ofrecen información valiosa para identificar preferencias de consumo, medir niveles de participación y evaluar el rendimiento de los contenidos publicados.

En consecuencia, las métricas adquieren una función estratégica dentro de las dinámicas comunicativas actuales, al facilitar procesos de planificación, seguimiento y adaptación de los contenidos según las características de las audiencias digitales.

Desde la visión de Scolari (2008), los entornos digitales generan flujos permanentes de información capaces de producir nuevos mecanismos de observación y análisis sobre los comportamientos de los usuarios, de manera que los datos dejan de ser simples indicadores estadísticos para convertirse en elementos que influyen en las decisiones editoriales y comunicativas dentro del ecosistema digital.

Las entrevistas también reflejan preocupaciones relacionadas con la creciente dependencia de las métricas como criterio para valorar el éxito de los contenidos, diversos participantes advierten que la presión por obtener visualizaciones, interacción o crecimiento en

plataformas puede favorecer dinámicas donde los resultados numéricos adquieren mayor relevancia que aspectos vinculados con la calidad periodística, la verificación de la información o la responsabilidad social de los medios.

A partir de estas percepciones fue posible identificar tendencias asociadas al uso estratégico de datos, la comprensión de audiencias digitales y las tensiones que emergen cuando las métricas comienzan a influir en las prácticas periodísticas, las decisiones editoriales y los procesos de producción informativa dentro de los entornos digitales contemporáneos.

9.4.4.1. Patrones identificados.

- Uso de métricas para orientar contenidos
- Equilibrio entre métricas y calidad informativa
- Métricas como herramienta de análisis
- Presión por crecimiento y rendimiento
- Uso de métricas para comprender audiencias
- Análisis de tendencias y comportamiento digital
- Prioridad de la ética sobre los resultados numéricos
- Ajuste de contenidos a partir de datos
- Uso crítico de métricas
- Métricas como apoyo y no como condicionante

9.4.4.2. Hallazgos encontrados en entrevistas.

Hallazgo 1. Métricas como guía para orientar y ajustar contenidos digitales

Las métricas digitales ocupan un lugar cada vez más relevante dentro de los procesos de producción y circulación informativa, tanto así que las visualizaciones, reacciones, comentarios e interacciones proporcionan información útil para comprender el comportamiento de las audiencias y orientar decisiones relacionadas con temas, formatos y estrategias de publicación.

En las respuestas analizadas se observa que los datos son utilizados para identificar tendencias de consumo, conocer preferencias de los públicos y evaluar el desempeño de los contenidos difundidos en plataformas digitales.

Desde este punto de vista, las métricas son percibidas como herramientas que facilitan la toma de decisiones y permiten ajustar las estrategias comunicativas de acuerdo con las dinámicas de participación de las audiencias.

Una percepción representativa de esta tendencia puede expresarse en afirmaciones como la sostenida por el docente 2 cuando advierte que: “las métricas permiten identificar qué contenidos generan mayor interés y cuáles requieren ajustes para lograr una mejor conexión con la audiencia”

En esta parte, Scolari (2008), señala que los entornos digitales producen flujos permanentes de información sobre las interacciones de los usuarios, generando nuevas posibilidades para observar, interpretar y comprender los comportamientos de las audiencias.

A su tiempo, McQuail (2010) sostiene que el conocimiento de las audiencias constituye un elemento fundamental para comprender los procesos de comunicación y orientar la producción de contenidos.

Por consiguiente, las métricas digitales trascienden su función estadística y se convierten en insumos estratégicos para la planificación, evaluación y adaptación de los contenidos periodísticos dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Hallazgo 2. Equilibrio entre métricas y ética periodística

Las respuestas obtenidas permiten apreciar una preocupación constante por evitar que las métricas digitales se conviertan en el único criterio para orientar la producción y circulación de contenidos informativos.

Aunque los participantes reconocen la utilidad de indicadores como visualizaciones, alcance, interacciones y crecimiento de audiencias, consideran que las decisiones periodísticas deben continuar sustentándose en principios relacionados con la veracidad, la calidad informativa, la responsabilidad social y el interés público.

En varios testimonios se advierte que la búsqueda permanente de visibilidad puede generar el riesgo de privilegiar contenidos diseñados para obtener mayor interacción, dejando en segundo plano aspectos fundamentales del ejercicio periodístico.

Desde esta óptica, los entrevistados plantean la necesidad de mantener un equilibrio entre el aprovechamiento estratégico de los datos y el cumplimiento de criterios éticos que orienten la producción informativa.

“Las métricas ayudan a conocer a la audiencia, pero no pueden definir por sí solas qué información debe publicarse” (Estudiante 4)

Estas afirmaciones tienen su respaldo en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (UNESCO 2022), organismo que destaca la importancia de preservar los principios de verificación, rigor y responsabilidad periodística en contextos digitales caracterizados por la inmediatez y la alta circulación de información.

Por ende, los hallazgos permiten interpretar que las métricas digitales son valoradas como herramientas útiles para comprender el comportamiento de las audiencias; por el contrario, los participantes coinciden en que su utilización debe complementarse con criterios éticos y profesionales que garanticen la calidad y la responsabilidad de la información difundida.

Hallazgo 3. Presión por rendimiento digital

Tal como plantea Han (2014), las dinámicas contemporáneas se encuentran cada vez más influenciadas por lógicas de rendimiento, productividad y visibilidad permanente, concepción que encaja con las percepciones de varios participantes, quienes reconocen que el trabajo desarrollado en plataformas digitales suele estar acompañado por una presión constante relacionada con indicadores como alcance, visualizaciones, interacciones y crecimiento de audiencias.

Las entrevistas expresan que la necesidad de mantener presencia activa en redes sociales y producir contenidos con capacidad de generar impacto favorece dinámicas orientadas a la obtención de resultados visibles.

En este contexto, periodistas y productores de contenido monitorean de manera permanente el comportamiento de las publicaciones para evaluar su desempeño dentro de plataformas caracterizadas por una alta competencia por la atención de los usuarios.

El Periodista 5, manifiesta que “hoy en día existe una preocupación constante por lograr que los contenidos tengan alcance y sean visibles para las audiencias”

Adicionalmente, Thompson (1998) señala que la visibilidad adquiere un valor estratégico dentro de los sistemas mediáticos contemporáneos, situación que se fortalece en los entornos digitales donde gran parte de la circulación informativa depende de la capacidad de los contenidos para captar atención e interacción.

No obstante, varios participantes advierten que la búsqueda permanente de rendimiento puede generar tensiones con principios asociados a la calidad y profundidad de la información, generando el riesgo de privilegiar contenidos diseñados para obtener mayores niveles de popularidad o engagement sobre aquellos que aportan análisis, contexto o valor informativo para las audiencias.

En consecuencia, los resultados permiten interpretar que las métricas digitales constituyen herramientas importantes para evaluar el alcance de los contenidos; sin embargo, también introducen dinámicas de presión asociadas a la visibilidad y al rendimiento, las cuales influyen cada vez más en las prácticas comunicativas desarrolladas dentro de las plataformas digitales.

Hallazgo 4. Comprensión de audiencias digitales

Desde la perspectiva de McQuail (2010), el conocimiento de las audiencias constituye un elemento fundamental para comprender los procesos comunicativos y orientar la producción de contenidos; en concordancia, los participantes consideran que las métricas digitales ofrecen información valiosa sobre los intereses, hábitos de consumo y niveles de interacción de los públicos.

A través del análisis de indicadores como alcance, visualizaciones, comentarios y reacciones, periodistas, docentes y estudiantes identifican tendencias de consumo, reconocen temáticas de mayor interés y evalúan el grado de conexión generado por los contenidos publicados.

Una apreciación representativa de este hallazgo puede expresarse en afirmaciones como “las estadísticas permiten entender qué contenidos generan mayor respuesta y cuáles requieren ajustes para conectar mejor con la audiencia” (Docente 1).

Por consiguiente, las métricas son entendidas como herramientas que facilitan la comprensión de las audiencias y contribuyen a la construcción de estrategias comunicativas más acordes con las características y expectativas de los públicos digitales.

Hallazgo 5. Uso crítico de las métricas

Para el docente 4 "las métricas son importantes para conocer el comportamiento de las audiencias, pero no pueden convertirse en el único criterio para decidir qué informar".

Percepción que refleja una postura crítica frente al uso de indicadores numéricos dentro de los procesos de producción periodística digital.

Aunque reconocen la utilidad de las estadísticas para evaluar alcance, interacción y comportamiento de los públicos, consideran que estas herramientas deben utilizarse como apoyo para la toma de decisiones y no como elementos que determinen completamente la orientación de los contenidos.

En relación con esto, Mark Deuze (2007) sostiene que el trabajo periodístico continúa sustentándose en principios profesionales asociados al criterio editorial, la responsabilidad social y la construcción de información de interés público.

Desde este aporte, las herramientas tecnológicas y los sistemas de medición complementan la labor periodística, pero no sustituyen los procesos de análisis, selección y valoración que caracterizan el ejercicio profesional de la comunicación.

A partir de los resultados obtenidos, se interpreta que periodistas, docentes y estudiantes reconocen el valor estratégico de las métricas para comprender las dinámicas de las audiencias digitales; sin embargo, también defienden la necesidad de mantener una visión crítica frente a los indicadores de rendimiento.

Pues los datos son concebidos como una referencia útil para orientar decisiones comunicativas, sin desplazar principios relacionados con la calidad informativa, la ética profesional y la función social del periodismo.

9.4.4.3. Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos.

Mediante la tabla 12 se presenta a continuación las principales tendencias encontradas en la categoría Uso y análisis de datos, a partir del proceso de codificación, organización e interpretación de las respuestas obtenidas en las entrevistas realizadas.

Las frecuencias registradas corresponden a recurrencias temáticas presentes en los discursos de los participantes, relacionadas con el aprovechamiento de métricas digitales, la comprensión de audiencias, la toma de decisiones basada en datos y las tensiones derivadas del uso de indicadores de rendimiento dentro de los entornos digitales.

Debido a que una misma respuesta podía contener varias unidades temáticas, las frecuencias reflejan la presencia de tendencias dentro del conjunto analizado y no el número total de entrevistados.

Tabla 12

Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos

Tendencia identificada	Frecuencia
Uso de métricas para orientar contenidos	22
Equilibrio entre métricas y calidad periodística	18
Uso de métricas para comprender audiencias	15
Ajuste de contenidos a partir de métricas	14
Prioridad de la ética y responsabilidad sobre métricas	16
Presión por crecimiento, alcance y rendimiento	11
Uso de métricas para evaluar impacto y engagement	13
Análisis crítico de métricas	12
Uso de métricas sin depender completamente de ellas	17
Prioridad del enfoque informativo sobre resultados numéricos	14
Reconocimiento de riesgos del uso excesivo de métricas	10
Monitoreo constante de métricas y rendimiento	9
Uso de métricas para estrategias de comunicación	12
Valoración de la utilidad informativa sobre popularidad	8
Influencia de métricas en decisiones editoriales	11

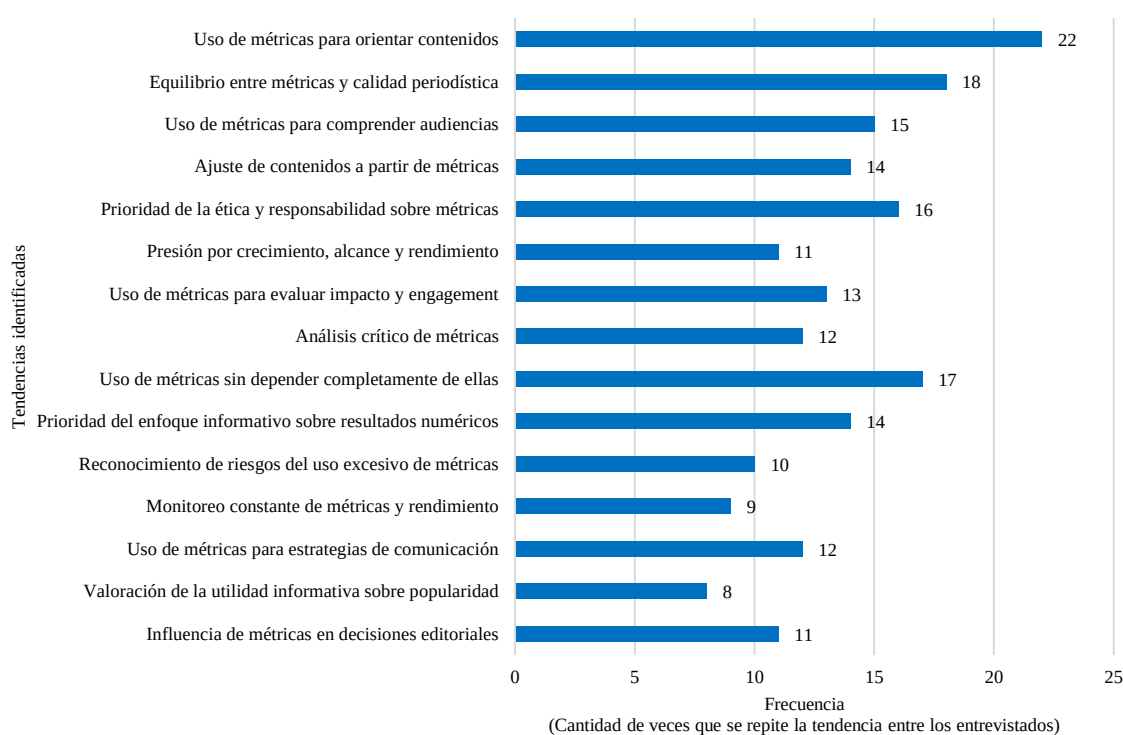
Nota: elaboración propia.

Con respecto a la Figura 9, la tendencia más recurrente dentro de la categoría Uso y análisis de datos está relacionada con el uso de métricas para orientar contenidos digitales.

Este resultado permite reconocer que los indicadores de alcance, visualización e interacción se han incorporado progresivamente a las dinámicas de producción informativa, convirtiéndose en herramientas de apoyo para la comprensión de audiencias y la definición de estrategias comunicativas en plataformas digitales.

Figura 9

Tendencias identificadas en el uso y análisis de datos



Nota: elaboración propia.

9.4.4.4. Interpretación de la gráfica.

La distribución de tendencias permite observar que las métricas digitales ocupan un lugar relevante dentro de las prácticas comunicativas contemporáneas, especialmente como herramientas para comprender el comportamiento de las audiencias, evaluar el desempeño de los contenidos y orientar decisiones relacionadas con la producción informativa.

La frecuencia alcanzada por estas tendencias indica que periodistas, docentes y estudiantes reconocen el valor estratégico de los datos generados por las plataformas digitales en los procesos de comunicación.

De igual manera, los resultados exhiben que el análisis de métricas se encuentra estrechamente vinculado con la necesidad de adaptar contenidos a las características e intereses de las audiencias.

Aspectos como el alcance, las visualizaciones, las reacciones y los niveles de interacción son utilizados para identificar patrones de consumo y fortalecer la planificación de estrategias comunicativas en entornos digitales.

Otro elemento significativo corresponde a las tensiones asociadas al rendimiento digital, aunque los participantes valoran las posibilidades que ofrecen los datos para monitorear resultados y ampliar la visibilidad de los contenidos, también reconocen que la presión por obtener mayores niveles de alcance e interacción puede influir en las dinámicas de producción informativa y generar desafíos relacionados con la calidad, la profundidad y la responsabilidad periodística.

Estas tendencias reflejan una postura equilibrada frente al uso de métricas, donde los datos son concebidos como herramientas de apoyo para la toma de decisiones, sin sustituir criterios profesionales vinculados con la ética, la veracidad y el interés público, coincidiendo con McQuail (2010), quien sostiene que el conocimiento de las audiencias resulta fundamental para los procesos comunicativos, siempre que se mantenga articulado con las funciones sociales y la responsabilidad propia de los medios de comunicación.

9.4.4.5. Triangulación de actores.

Con el propósito de ampliar la comprensión de los resultados obtenidos en esta categoría, se desarrolló un ejercicio de triangulación, tal como se muestra en la Tabla 13, entre las percepciones de periodistas, docentes y estudiantes frente al uso y análisis de datos en entornos digitales.

De acuerdo con Denzin (1978), la triangulación de fuentes permite integrar diferentes perspectivas sobre un mismo fenómeno, fortaleciendo la interpretación y la credibilidad de los hallazgos.

En este sentido, se identificaron puntos de convergencia relacionados con el reconocimiento de las métricas como herramientas útiles para conocer el comportamiento de las audiencias, evaluar el alcance de los contenidos y apoyar la toma de decisiones dentro de los procesos comunicativos.

Aunque la comparación de perspectivas también evidencia matices particulares en la manera como cada actor interpreta el papel de los datos, los periodistas destacan principalmente su utilidad para orientar estrategias de producción, circulación y posicionamiento de contenidos.

Esta perspectiva se refleja en la posición de Anderson (2011), quien sostiene que el análisis de datos y las métricas de audiencia se han convertido en recursos estratégicos para la toma de decisiones dentro de las organizaciones periodísticas.

Por su parte, los docentes enfatizan la necesidad de articular el análisis de métricas con principios éticos, criterios de calidad informativa y responsabilidad social, reconociendo que el uso de datos debe responder a objetivos de rendimiento y a los valores propios del ejercicio periodístico.

En este sentido, Meyer (2002) plantea que el análisis de datos constituye una herramienta para fortalecer la calidad del periodismo, siempre que se utilice con criterios de rigor, responsabilidad y compromiso con la veracidad.

Los estudiantes, por su parte, asocian las métricas con procesos de visibilidad, participación y consumo característicos de las plataformas digitales, evidenciando el papel que desempeñan los indicadores de interacción en la comprensión de las dinámicas comunicativas contemporáneas.

Esta triangulación permite comprender que el uso de datos trasciende una función exclusivamente técnica o estadística, pues involucra dimensiones profesionales, éticas y comunicativas que influyen en la manera de producir, distribuir y evaluar contenidos dentro del ecosistema digital contemporáneo.

Asimismo, los hallazgos coinciden con lo expuesto por Coddington (2015), quien señala que la incorporación del análisis de datos ha transformado las rutinas periodísticas al favorecer procesos de toma de decisiones fundamentados en evidencia y en el conocimiento del comportamiento de las audiencias.

De esta forma, la triangulación revela que las métricas son interpretadas desde diferentes experiencias y necesidades, enriqueciendo la comprensión del fenómeno estudiado y aportando una visión más integral sobre las oportunidades y desafíos que plantea el uso creciente de datos *en la práctica periodística actual*.

Tabla 13

Triangulación de actores sobre uso y análisis de datos

Actor	Aspectos identificados
Periodistas	Utilizan métricas para ajustar contenidos, analizar audiencias y medir rendimiento, aunque reconocen presión por resultados.
Docentes	Priorizan ética, calidad y utilidad informativa sobre los datos numéricos y promueven un uso crítico de métricas.
Estudiantes	Reconocen la influencia de métricas en la popularidad de contenidos y en las dinámicas de consumo digital.

Nota: elaboración propia.

9.4.4.6. Análisis general de la categoría.

La categoría Uso y análisis de datos permite comprender cómo las métricas digitales se han incorporado progresivamente a los procesos de producción, circulación y evaluación de contenidos periodísticos en plataformas como Facebook.

Los participantes coinciden en que indicadores relacionados con alcance, visualizaciones, interacciones y comportamiento de audiencias constituyen herramientas útiles para conocer las dinámicas de consumo informativo y orientar estrategias comunicativas dentro de los entornos digitales.

Desde esta posición, los datos generados por las plataformas facilitan la identificación de tendencias, preferencias y niveles de participación de las audiencias, aportando información relevante para la toma de decisiones editoriales.

Estos hallazgos se alinean con los planteamientos de McQuail (2010), quien destaca la importancia del conocimiento de las audiencias dentro de los procesos comunicativos,

especialmente en contextos donde la información sobre los públicos se convierte en un recurso estratégico para la producción de contenidos.

Las entrevistas también reflejan preocupaciones asociadas a la creciente influencia de indicadores de rendimiento dentro de las dinámicas periodísticas contemporáneas, la búsqueda de alcance, visibilidad e interacción genera presiones que pueden favorecer contenidos orientados a captar atención inmediata, situación que plantea desafíos relacionados con la profundidad informativa, la contextualización y la responsabilidad social del periodismo.

Estas tensiones se amparan con los planteamientos de Han (2014), quien advierte cómo las lógicas contemporáneas de rendimiento y productividad influyen cada vez más en distintos ámbitos de la vida social.

Paralelamente, Castells (2009) señala que los procesos de comunicación en red están mediados por estructuras tecnológicas que condicionan la circulación de la información y la visibilidad de los contenidos.

Los algoritmos, sistemas de recomendación y dinámicas de interacción influyen en la distribución de los contenidos, configurando escenarios donde la visibilidad depende tanto de decisiones editoriales como de factores asociados al funcionamiento de las plataformas.

Paralelamente, las respuestas reflejan que la circulación y visibilidad de los contenidos en Facebook que por lo general se basaban exclusivamente en las decisiones editoriales de los periodistas, hoy en día han pasado a depender de los algoritmos que organizan, priorizan y distribuyen la información entre los usuarios.

Por lo anterior, más allá de reflejar el comportamiento de las audiencias, responden a las lógicas algorítmicas que condicionan el alcance y la interacción de las publicaciones, como señala Van Dick (2016), en su ensayo “la cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales” las plataformas digitales no son espacios neutrales de circulación de información, actúan como infraestructuras que median las relaciones entre usuarios, contenidos y sistemas automatizados de recomendación, influyendo en la manera como la información adquiere visibilidad dentro del ecosistema digital.

Esta situación también se apoya con Scolari (2008), para quien los entornos digitales generan relaciones complejas entre tecnologías, usuarios, contenidos y procesos de comunicación.

La triangulación entre periodistas, docentes y estudiantes permite advertir diferentes aproximaciones frente al uso de métricas, mientras los estudiantes evidencian mayor familiaridad con las dinámicas de monitoreo y rendimiento digital, periodistas y docentes mantienen posiciones más reflexivas respecto a sus implicaciones sobre la calidad informativa y la ética profesional; sin embargo, los tres coinciden en reconocer que el análisis de datos forma parte de las competencias necesarias para comprender las dinámicas comunicativas actuales.

Según esta categoría, los datos se han convertido en un componente estructural de los procesos comunicativos contemporáneos, aportando herramientas para comprender audiencias y fortalecer estrategias de difusión, pero también planteando desafíos relacionados con la autonomía editorial, la calidad periodística y la función social de la información dentro del ecosistema digital.

9.5 Análisis de contenido de las publicaciones en Facebook.

Como se expone en la Tabla 14, el análisis de contenido se realizó sobre 72 publicaciones difundidas en Facebook durante el período 2020-2025.

Tabla 14

Caracterización de las publicaciones analizadas

Variable	Descripción
Plataforma	Facebook
Número de publicaciones	72
Casos de estudio	3 medios de comunicación
Periodo analizado	2020–2025
Unidad de análisis	Publicaciones con mayor interacción

Nota: elaboración propia.

Para ello se analizó a tres casos de estudio con más visibilidad en la región, como se refleja en la Tabla 15: Sur Noticias Nariño, (administrada por dos periodistas con pasado en caracol radio y otros medios de la región), Vías de Nariño (dirigida por un periodista que hizo parte de varias emisoras del norte de Nariño) y Nariño Noticias La Original (liderado por un periodista con presencia en RCN, COLMUNDO, TODELAR y canales regionales).

Para cada año se seleccionaron cuatro acontecimientos noticiosos con mayor nivel de reacciones, comentarios y compartidos generados por los usuarios en Facebook, conformando un corpus de 12 publicaciones por año y 72 durante el período 2020 a 2025, como se muestra en el Anexo D.

Esta matriz se construyó a partir de criterios como: caso de estudio, fecha, titular/descripción, enlace, formato, temática, reacciones, comentarios, y compartidos, que permitieron identificar patrones en las dinámicas de producción, circulación e interacción de los contenidos analizados.

La búsqueda de los casos de estudio o fanpages se hizo de manera manual, principalmente, pero también se acudió a Instant Data Scraper, que permitió complementar la recolección de datos. La información seguidamente se procesó en Excel, donde se hizo limpieza de datos y se insertó las gráficas.

El instrumento completo, compuesto por una matriz de 72 publicaciones, se presenta como anexo en formato Excel, lo cual permite conservar el detalle y facilitar la consulta de la información recopilada; aunque esta matriz constituye un insumo fundamental para el análisis, su presentación como anexo permite que el documento principal se concentre en la interpretación de los resultados más relevantes; como aspecto susceptible de mejora, en futuras investigaciones podría incorporarse una síntesis visual de los datos principales para facilitar su comprensión dentro del documento.

Los resultados derivados complementan la información obtenida en las entrevistas, aportando evidencia empírica sobre las transformaciones en las prácticas periodísticas y en la relación con las audiencias dentro del proceso de transición del periodismo radial hacia los entornos digitales como Facebook en el caso de esta investigación.

La selección de estas setenta y dos publicaciones permitió identificar patrones relacionados con la producción informativa y el comportamiento de las audiencias durante el periodo 2020–2025.

9.5.1 Formatos predominantes de las publicaciones en Facebook

Tabla 15

Publicaciones analizadas en los casos de estudio

No.	Formato	Caso de estudio	Fecha
1	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	29 de febrero de 2020
2	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	7 de junio de 2020
3	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	20 de noviembre de 2020
4	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	11 de diciembre de 2020
5	Texto e Imagen	Vías de Nariño	13 de marzo de 2020
6	Texto	Vías de Nariño	11 de junio de 2020
7	Texto	Vías de Nariño	6 de julio de 2020
8	Texto e Imagen	Vías de Nariño	31 de diciembre de 2020
9	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	12 de abril de 2020
10	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	18 de abril de 2020
11	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	26 de octubre de 2020
12	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	26 de diciembre de 2020
13	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	15 de enero de 2021
14	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	31 de enero de 2021
15	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	24 de marzo de 2021
16	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	5 de noviembre de 2021
17	Texto e Imagen	Vías de Nariño	7 de enero de 2021

18	Texto e Imagen	Vías de Nariño	23 de marzo de 2021
19	Texto e Imagen	Vías de Nariño	31 de mayo de 2021
20	Texto e Imagen	Vías de Nariño	20 de diciembre de 2021
21	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	24 de enero de 2021
22	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	13 de abril de 2021
23	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	27 de julio de 2021
24	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	28 de septiembre de 2021
25	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	20 de enero de 2022
26	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	11 de junio de 2022
27	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	7 de agosto de 2022
28	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	18 de diciembre de 2022
29	Texto e Imagen	Vías de Nariño	4 de enero de 2022
30	Texto e Imagen	Vías de Nariño	13 de septiembre de 2022
31	Texto e Imagen	Vías de Nariño	15 de octubre de 2022
32	Texto e Imagen	Vías de Nariño	17 de noviembre de 2022
33	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	3 de enero de 2022
34	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	28 de abril de 2022
35	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	11 de julio de 2022
36	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	3 de noviembre de 2022
37	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	17 de marzo de 2023
38	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	26 de abril de 2023
39	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	29 de septiembre de 2023
40	Texto y Video	Sur Noticias Nariño	20 de diciembre de 2023

41	Texto y Video	Vías de Nariño	7 de enero de 2023
42	Texto e Imagen	Vías de Nariño	19 de marzo de 2023
43	Texto e Imagen	Vías de Nariño	16 de julio de 2023
44	Texto e Imagen	Vías de Nariño	22 de septiembre de 2023
45	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	5 de marzo de 2023
46	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	23 de abril de 2023
47	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	19 de agosto de 2023
48	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	21 de diciembre de 2023
49	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	20 de mayo de 2024
50	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	29 de mayo de 2024
51	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	26 de noviembre de 2024
52	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	16 de diciembre de 2024
53	Texto e Imagen	Vías de Nariño	18 de julio de 2024
54	Texto e Imagen	Vías de Nariño	2 de septiembre de 2024
55	Texto e Imagen	Vías de Nariño	10 de septiembre de 2024
56	Texto e Imagen	Vías de Nariño	26 de octubre de 2024
57	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	11 de enero de 2024
58	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	5 de junio de 2024
59	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	20 de noviembre de 2024
60	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	22 de noviembre de 2024
61	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	1 de abril de 2025
62	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	1 de julio de 2025
63	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	5 de noviembre de 2025

64	Texto e Imagen	Sur Noticias Nariño	23 de diciembre de 2025
65	Texto e Imagen	Vías de Nariño	15 de febrero de 2025
66	Texto y Video	Vías de Nariño	31 de mayo de 2025
67	Texto e Imagen	Vías de Nariño	3 de octubre de 2025
68	Texto e Imagen	Vías de Nariño	14 de diciembre de 2025
69	Texto y Video	Nariño Noticias la Original	4 de febrero de 2025
70	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	4 de julio de 2025
71	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	8 de noviembre de 2025
72	Texto e Imagen	Nariño Noticias la Original	22 de diciembre de 2025

Nota: elaboración propia.

De acuerdo con lo expuesto en la Tabla 16, los medios estudiados optan por la combinación de recursos escritos y visuales para presentar la información en Facebook, aunque el video es una de las estrategias de publicación implementadas durante el periodo analizado, la imagen es el principal recurso de apoyo para la construcción y difusión de contenidos periodísticos, lo que deja ver una adaptación creciente de la producción informativa a las posibilidades comunicativas que ofrece la plataforma analizada.

Tabla 16

Distribución de las publicaciones según el formato empleado

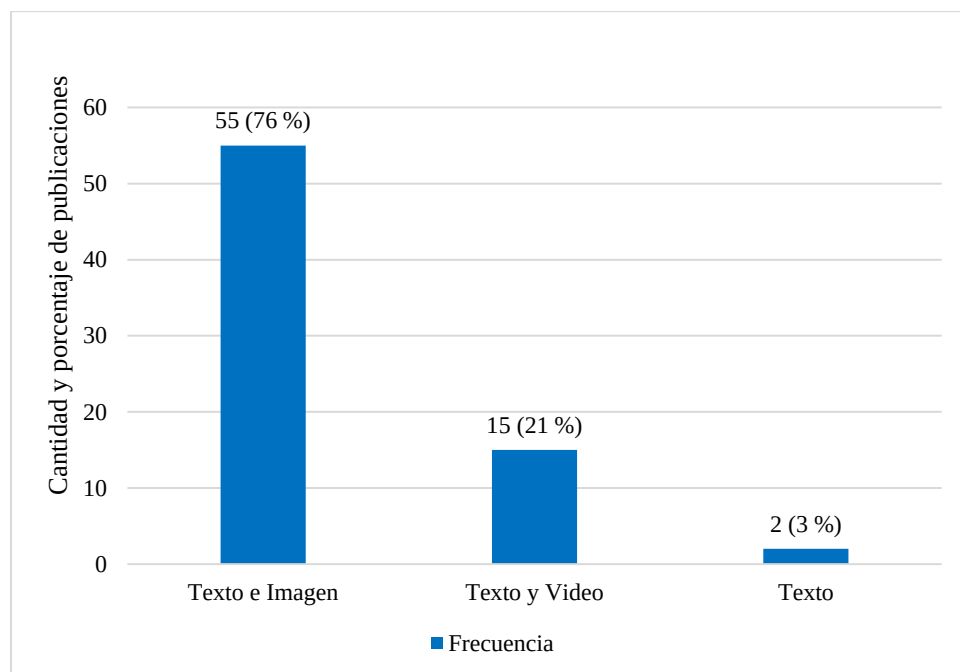
Formato	Frecuencia	Porcentaje
Texto e Imagen	55	76
Texto y Video	15	21
Texto	2	3
Total	72	100,0

Nota: elaboración propia.

Así mismo, a través del análisis de las 72 publicaciones se identificó mayor presencia del formato Texto e Imagen, presente en el 76 % de las publicaciones analizadas, el formato de Texto y Video, con una participación del 21 %, y seguidamente las publicaciones solamente de texto representaron el 3 % del total (Véase la Figura 10).

Figura 10

Formato utilizado en las publicaciones.



Nota: elaboración propia.

Esta tendencia se alinea con lo planteado por Briggs y Burke (2002), quienes sostienen que la evolución de los medios de comunicación se caracteriza por procesos de coexistencia y reconfiguración, en los que cada innovación incorpora elementos de los medios anteriores y las adapta al nuevo contexto permitiendo continuar vigentes. En ese sentido, la radio mantiene componentes característicos de su ejercicio periodístico, pero los integra con recursos visuales que fortalecen la circulación de la información en escenarios digitales.

En concordancia con lo anterior, Scolari (2008) explica que las hipermediaciones transforman los lenguajes y las formas de producción mediática mediante la articulación de múltiples recursos expresivos. Los resultados obtenidos reflejan esta dinámica, pues las publicaciones que se sustentaban en la narración sonora propia de la radio, actualmente

incorporan imágenes y, en menor proporción, videos, configurando productos comunicativos acordes con las características del entorno digital.

Para fortalecer las dos anteriores posturas, Barrios (2019) señala que la convergencia ha impulsado a la radio a diversificar sus formas de producción y distribución de contenidos, integrando formatos que favorecen su circulación dentro del ecosistema digital.

Los hallazgos de esta investigación coinciden con este planteamiento al mostrar que los medios analizados incorporan recursos visuales para aumentar el alcance de sus publicaciones y fortalecer su presencia en Facebook.

Comparando estos resultados con las entrevistas realizadas a periodistas, docentes y estudiantes se encuentra que, aunque varios participantes manifestaron que el video constituye uno de los formatos con mayor potencial para captar la atención de las audiencias digitales, el análisis de contenido evidencia que el formato de texto e imagen continúa siendo el de mayor presencia.

Es así como se establece que la transición hacia narrativas audiovisuales continúa consolidándose, a pesar de que el video es importante, también requiere del apoyo de otros formatos visuales estáticos que siguen ocupando un lugar importante dentro de las estrategias de producción informativa desarrolladas por los medios analizados.

9.5.2 Temáticas predominantes de las publicaciones en Facebook

Como se observa en la Tabla 17, desde esta perspectiva, los resultados revelan que la agenda informativa de los medios analizados se concentra principalmente en asuntos vinculados con la seguridad, la gestión pública, la salud y la movilidad ciudadana; en otras palabras, en temas de incidencia directa sobre la vida cotidiana de la población y que requieren información permanente y actualización constante dentro de los entornos digitales.

Tabla 17

Distribución de las publicaciones según la temática predominante.

Temática	Frecuencia	Porcentaje
Judicial	15	20,8
Política	13	18,1
Salud	13	18,1
Movilidad	12	16,7
Orden público	9	12,5
Educación	3	4,2
Deportes	3	4,2
Cultura	3	4,2
Empleo	1	1,4
Total	72	100,0

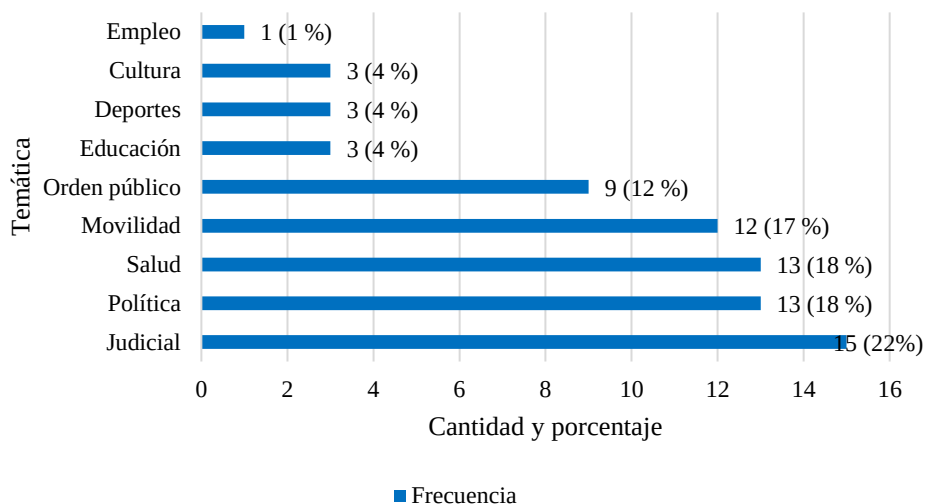
Nota: elaboración propia.

Como se puede apreciar en la figura 11, el abordaje de las 72 publicaciones (unidades de análisis) revela que la temática más recurrente es la Judicial con el 20,8 %, seguida por temas de Política y de Salud con el 18,1 %, Movilidad con el 16,7 % y Orden público con 12,5 %.

Estas cinco temáticas son las que tienen mayor interacción y representan el 86,2 % del total de publicaciones analizadas, mientras que contenidos relacionados con deportes, cultura, empleo y educación presentan una menor participación

Figura 11

Temáticas predominantes de las publicaciones en Facebook



Nota: elaboración propia.

Esta tendencia puede interpretarse a partir de los planteamientos de McQuail (2010), quien sostiene que los medios de comunicación cumplen una función de selección y jerarquización de los acontecimientos socialmente relevantes. Desde esta perspectiva, la alta presencia de contenidos judiciales, políticos y de salud refleja decisiones editoriales orientadas a priorizar información considerada de interés público para las comunidades.

Sumado a ello, Thompson (1998) afirma que los medios contribuyen a visibilizar a determinados acontecimientos, influyendo en la construcción de la realidad social.

El dominio de estas temáticas sugiere que los medios locales concentran sus esfuerzos informativos en hechos relacionados con la administración pública, la seguridad ciudadana y situaciones que afectan directamente a la comunidad, fortaleciendo su papel como mediadores entre los acontecimientos y la ciudadanía.

Igualmente, Martín-Barbero (2003) plantea que los procesos comunicativos deben comprenderse desde las mediaciones culturales que articulan las prácticas sociales y las formas de producción de sentido.

Las entrevistas realizadas a periodistas, docentes y estudiantes respaldan estos hallazgos, en concordancia con el docente 8, al advertir que “los medios con más seguidores y mayor presencia en redes son aquellos que son constantes en la actualización informativa”

El análisis de contenido realizado corrobora estas afirmaciones, ya que la mayor parte de las publicaciones se refieren a problemáticas que afectan directamente a la comunidad, mientras que otras como las de carácter cultural, deportivo o educativo tienen una menor presencia dentro de la agenda de los medios analizados en Facebook.

9.6 Análisis de métricas de las publicaciones en Facebook

Con el fin de fortalecer los resultados obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas y el análisis de contenido, se hizo un análisis de las métricas correspondientes a las 72 publicaciones seleccionadas en Facebook durante el periodo 2020-2025, logrando observar el comportamiento de las audiencias a partir de indicadores como reacciones, comentarios y compartidos, entendidos como expresiones de interacción y participación dentro de los entornos digitales.

A diferencia del análisis cualitativo desarrollado en las categorías, este apartado reúne evidencia cuantitativa que permite contrastar las transformaciones identificadas en las prácticas periodísticas con la respuesta efectiva de las audiencias frente a los contenidos publicados.

Es así como las métricas dejan de representar únicamente indicadores de rendimiento para convertirse en elementos que facilitan comprender qué tipos de acontecimientos generan mayor interés, cuáles promueven procesos de conversación pública y de qué forma circula la información en Facebook.

Desde este punto de vista, el análisis responde a lo planteado por Castells (2009), al explicar que la comunicación en red se caracteriza por la participación permanente de los usuarios y la circulación continua de información entre múltiples actores.

Se vincula además con Scolari (2008) quien afirma que las hipermediaciones transforman las relaciones tradicionales entre medios y audiencias, favoreciendo procesos de interacción que trascienden el consumo pasivo de información.

Como aporte desde el contexto de la radio colombiana, Barrios (2019) señala que la convergencia digital ha incorporado el análisis de métricas como un recurso estratégico para

comprender el comportamiento de las audiencias y orientar las decisiones editoriales dentro del ecosistema digital.

Por lo tanto, el análisis de métricas desarrollado a continuación busca identificar los patrones de interacción presentes en las publicaciones abordadas y establecer relaciones entre las características de los contenidos difundidos y la respuesta obtenida por parte de las audiencias, aportando una visión complementaria sobre la transición del periodismo radial hacia Facebook como escenario de producción, circulación e interacción informativa.

9.6.1 Publicaciones con mayor interacción

El análisis de las métricas obtenidas en las 72 publicaciones seleccionadas, véase la Figura 11, permitió identificar que mientras algunas publicaciones registran baja interacción, otras alcanzan miles de reacciones, comentarios y compartidos, poniendo de manifiesto que las interacciones dependen del tipo de acontecimiento informado y de su impacto en la sociedad.

Al analizar las ocho publicaciones con mayor interacción, según lo refleja la Tabla 18, se encontró que el 50 % corresponde a la temática judicial, el 25 % a orden público, mientras que salud y política representan cada una el 12,5 %, demostrando que los contenidos relacionados con hechos judiciales y de orden público concentraron la mayor respuesta por parte de las audiencias durante el período analizado.

El análisis de las métricas de Facebook (Tablas 18 y 19) se presenta mediante tablas que permiten identificar y comparar los valores de reacciones, comentarios y compartidos de las publicaciones analizadas; si bien una representación gráfica podría facilitar la visualización de tendencias o diferencias entre las publicaciones, la información presentada en estas tablas permite establecer los principales niveles de interacción y realizar comparaciones entre los contenidos según su temática.

Tabla 18

Publicaciones con mayor interacción en Facebook (2020-2025)

Titular resumido	Temática	Reacciones	Comentarios	Compartidos
Captura de "Las Gordas"	Judicial	11.186	821	1.868
Altercado mototaxista y guarda	Orden Público	2.863	4.477	268

Fallecimiento de Magda Patricia Muñoz	Judicial	2.952	258	221
Paciente COVID sale de UCI	Salud	2.701	264	847
Fallecimiento de dos jóvenes en Jamundí	Judicial	2.202	278	973
Encuesta Petro–Rodolfo	Política	2.012	525	507
Combates Ejército y grupo armado	Orden Público	2.048	507	322
Fallecido en carreras de carritos	Judicial	2.041	269	308

Nota: elaboración propia.

Las publicaciones con mayor alcance corresponden principalmente a noticias sobre captura de delincuentes, denuncias de violencia contra la mujer, accidentes de tránsito, atentados, homicidios, bloqueos sobre la vía Panamericana e información relacionada con la pandemia por COVID-19 durante el año 2020, al alcanzar miles de reacciones, comentarios y compartidos, lo que refleja una activa participación de las audiencias frente a acontecimientos de alto impacto social.

Esta conducta se confirma con Castells (2009), quien sostiene que en la sociedad red la circulación de la información adquiere mayor intensidad cuando los acontecimientos generan implicaciones inmediatas para las comunidades.

Por su parte, Jenkins (2008) explica que la cultura participativa favorece la intervención activa de las audiencias frente a contenidos que despiertan emociones, controversias o interés colectivo, mientras que Scolari (2008) señala que las hipermediaciones transforman los procesos de circulación de la información al convertir a los usuarios en actores que amplifican, comentan y redistribuyen los contenidos dentro de las plataformas digitales.

Desde la perspectiva de la evolución de los medios, Briggs y Burke (2002) afirman que cada nuevo medio incorpora funciones de los anteriores sin sustituirlos completamente.

Este proceso de adaptación en el periodismo radial, con su función tradicional de informar permanece vigente, complementándose con reacciones, comentarios y compartidos inmediatos, dinámicas propias de Facebook, que permite ampliar su circulación y alcance.

9.6.2 Comportamiento de las métricas de interacción

La Tabla 19 permite encontrar una alta dispersión entre publicaciones, con registros que oscilan entre 1 y 11.186 reacciones, lo que sugiere que la respuesta emocional de las audiencias varía notoriamente según el acontecimiento informado, desde donde se puede inferir que los usuarios reaccionan con mayor intensidad cuando los contenidos generan impacto social, cercanía territorial o una fuerte carga emocional.

Mientras tanto, se identificaron publicaciones que alcanzaron hasta 4.477 comentarios, especialmente las relacionadas con situaciones controversiales, problemáticas sociales o acontecimientos que suscitaron opiniones contrapuestas, representando el comentario una forma de deliberación pública dentro de los entornos digitales.

Tabla 19

Comportamiento de las métricas en las publicaciones analizadas

Métrica	Valor mínimo	Valor máximo	Comportamiento identificado
Reacciones	1	11.186	Amplia variabilidad en la respuesta emocional de las audiencias.
Comentarios	0	4.477	Mayor participación en publicaciones que generan debate o controversia.
Compartidos	0	1.868	Alta circulación de contenidos considerados relevantes por los usuarios.

Nota: elaboración propia.

Los compartidos se refieren a la capacidad de circulación de los contenidos más allá de la página donde fueron publicados, algunas noticias registraron hasta 1.868 compartidos, lo que indica que determinados acontecimientos fueron considerados suficientemente relevantes para ser difundidos por los propios usuarios dentro de sus redes personales, ampliando así el alcance de la información.

Este comportamiento es respaldado por Jenkins (2008) al explicar que la cultura participativa convierte a las audiencias en agentes que comentan, recomiendan y redistribuyen contenidos, mientras que Scolari (2008) manifiesta que las hipermediaciones transforman las formas tradicionales de consumo al favorecer múltiples niveles de interacción entre medios y

públicos y Castells (2009), sostiene que la comunicación en red fortalece procesos de circulación descentralizada de la información mediante la participación activa de los usuarios.

Desde estos puntos de vista, las métricas analizadas constituyen indicadores cuantitativos de rendimiento y manifestaciones del grado de involucramiento que alcanzan las audiencias frente a los contenidos periodísticos difundidos en Facebook.

De acuerdo con las métricas analizadas Facebook funciona como un canal de difusión de contenidos periodísticos y como un espacio donde es posible observar el comportamiento de las audiencias mediante indicadores de interacción.

Las reacciones, comentarios y compartidos permiten identificar el alcance social de las publicaciones y conocer las dinámicas de participación generadas alrededor de distintos acontecimientos informativos.

No obstante, “los indicadores deben interpretarse de manera complementaria y no como el único criterio para valorar el ejercicio periodístico” tal como manifestaron varios entrevistados, entre ellos el periodista 15 y el docente 6, durante las entrevistas.

Cabe resaltar que las métricas son herramientas útiles para comprender el comportamiento de las audiencias y orientar estrategias de publicación, pero deben equilibrarse con principios éticos, criterios editoriales y la responsabilidad social propia del periodismo.

9.7 Síntesis general de resultados

El material obtenido permite comprender que la transición del periodismo radial hacia Facebook hace parte de un proceso de reconfiguración comunicativa que transforma simultáneamente las prácticas periodísticas, las dinámicas de producción informativa, las relaciones con las audiencias y los mecanismos de análisis de datos dentro del ecosistema mediático contemporáneo.

Este fenómeno entendido, por una parte, como una sustitución tecnológica, representa una adaptación estructural en la que convergen transformaciones culturales, profesionales, económicas y comunicativas.

Se obtiene que la radio ha incorporado progresivamente recursos audiovisuales, contenidos multiplataforma y estrategias de interacción digital para responder a nuevas formas de consumo informativo.

Situación que se afianza en Jenkins (2008), al explicar que la convergencia implica la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas y la participación activa de las audiencias en los procesos comunicativos.

A su vez, Scolari (2008) sostiene que los entornos digitales configuran ecosistemas caracterizados por la interacción permanente entre tecnologías, usuarios, lenguajes y medios, aspecto que se refleja en las dinámicas identificadas durante la investigación.

La permanencia de elementos característicos de la radio, como la voz, la narración y la cercanía con las comunidades, es el reflejo de que la transición digital se concibe como la adaptación a nuevos escenarios de circulación y consumo sin implicar eso la desaparición del medio (radio).

Al respecto, Martín-Barbero (2003), plantea que los procesos comunicativos deben analizarse a partir de las mediaciones culturales que configuran las relaciones entre medios, tecnologías y audiencias.

En el contexto estudiado, la radio conserva su función comunicativa mientras incorpora nuevas formas de interacción propias de los entornos digitales.

De otra parte, las respuestas revelan que la producción informativa se desarrolla actualmente en escenarios donde la circulación de contenidos ocurre de manera permanente y simultánea en diferentes plataformas.

En este sentido, “... los periodistas deben adaptar formatos, lenguajes y estrategias de difusión para responder a audiencias que consumen información mediante contenidos visuales, dinámicos e inmediatos” (Estudiante 1).

Estas transformaciones también se relacionan con lo planteado por García (2001), cuando advierte que los procesos culturales contemporáneos surgen de la articulación entre prácticas tradicionales y nuevas formas de producción simbólica, generando escenarios híbridos de comunicación y consumo cultural.

Los hallazgos también evidencian transformaciones significativas en las relaciones entre medios y audiencias, impulsadas por las plataformas digitales, que promueven dinámicas más participativas, inmediatas e interactivas y permiten a los usuarios comentar, reaccionar, compartir contenidos e influir en la circulación de la información.

Aquí tiene cabida en la teoría de Castells (2009), ya que las redes digitales transforman las formas de interacción social y redistribuyen las posibilidades de participación dentro de los procesos comunicativos contemporáneos.

En el ámbito profesional, los resultados manifiestan mayores exigencias asociadas a la convergencia digital, especialmente en relación con la producción multiplataforma, la gestión de contenidos audiovisuales, el monitoreo de métricas y la interacción permanente con las audiencias.

Tales hallazgos se corroboran con los planteamientos de Deuze (2007), al advertir que el trabajo periodístico contemporáneo se desarrolla en entornos cada vez más flexibles, dinámicos y condicionados por transformaciones tecnológicas constantes.

En este escenario, la adaptación profesional emerge como una competencia fundamental para garantizar la permanencia y sostenibilidad del ejercicio periodístico.

De igual manera, la investigación muestra que las métricas digitales adquieren un papel relevante dentro de los procesos de planificación, evaluación y circulación de contenidos; sin embargo, periodistas, docentes y estudiantes coinciden en que los datos deben complementarse con principios éticos y criterios de calidad informativa. “Las métricas ayudan a medir impacto, engagement y preferencia de los usuarios, guiando la selección de temas y formatos. Existe presión por los resultados de audiencia, pero se busca equilibrar estos indicadores con criterios de calidad y ética periodística” (Periodista 2).

Al respecto, la UNESCO (2022) y de McQuail (2010), destacan la importancia de preservar la responsabilidad social y la credibilidad periodística en contextos caracterizados por la inmediatez y la alta circulación de información.

Particularmente, los hallazgos tienen su respaldo con los aportes de Barrios (2019) y con las reflexiones de Rosero (1996), al manifestar que la radio continúa desempeñando un papel relevante dentro de los procesos comunicativos regionales, aunque adaptada a nuevas condiciones tecnológicas, culturales y organizativas.

Por consiguiente, la transición del periodismo radial hacia Facebook puede entenderse como un proceso de reconfiguración integral en el que convergen dimensiones tecnológicas, laborales, culturales, económicas y sociales, redefiniendo las formas de producir, distribuir,

consumir y apropiarse de la información, frente la capacidad de adaptación de la radio frente a los desafíos y oportunidades que plantea el ecosistema digital contemporáneo.

10. Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como propósito analizar la transición del periodismo radial hacia Facebook en la ciudad de Pasto durante el período 2020-2025, con el fin de comprender las transformaciones ocurridas en las prácticas periodísticas, la producción informativa, la interacción con las audiencias y el uso y análisis de datos.

Los resultados obtenidos muestran que este proceso involucra una reconfiguración del ejercicio periodístico, de las formas de circulación de la información y de la relación entre los medios y sus audiencias, con el apoyo de nuevas herramientas tecnológicas.

A partir de estos hallazgos se logra afirmar que la transición del periodismo radial hacia Facebook ha modificado las rutinas de trabajo de periodistas, docentes y estudiantes de comunicación, quienes reconocen que la producción informativa exige actualmente mayores competencias digitales, procesos permanentes de actualización y una participación más activa de las audiencias en la circulación de los contenidos.

Estos resultados se sustentan con Jenkins (2008), quien sostiene que la convergencia mediática consiste en la coexistencia de diferentes tecnologías y en la transformación de las prácticas culturales, productivas y comunicativas que surgen cuando los contenidos circulan entre múltiples plataformas.

Si bien la radio continúa vigente como medio de comunicación, su permanencia depende de su capacidad para integrarse a plataformas digitales que amplían las posibilidades de difusión e interacción.

Para Scolari (2008), los medios continúan vigentes con la aparición de nuevas tecnologías, redefiniendo sus funciones dentro de ecosistemas comunicativos caracterizados por la convergencia, la hibridación de formatos y la circulación permanente de contenidos.

Los resultados muestran que las funciones tradicionalmente asociadas al periodista radial se han ampliado considerablemente, ya que el profesional que producía información para la emisora, ahora desarrolla actividades multitarea relacionadas con la grabación y edición de

video, la producción de contenidos para redes sociales, la administración de plataformas digitales y la interacción permanente con las audiencias.

Esta transformación confirma los planteamientos de Orihuela (2015), quien sostiene que el periodista contemporáneo debe adaptarse a escenarios comunicativos caracterizados por cambios tecnológicos permanentes y por la necesidad de producir contenidos para diferentes plataformas.

Coincide, igualmente, con la idea de Jenkins (2008) sobre la convergencia de medios, en la cual las fronteras entre los distintos formatos desaparecen y los profesionales deben desarrollar competencias múltiples para responder a las nuevas dinámicas de producción.

Los entrevistados manifestaron que, además de informar, ahora deben asumir múltiples funciones como grabar, editar, administrar redes sociales, responder a las audiencias y monitorear el comportamiento de las publicaciones, actividades que anteriormente eran desarrolladas por diferentes profesionales dentro de los medios de comunicación.

Ante esta situación Han (2014), afirma que la sociedad contemporánea impone mayores exigencias de rendimiento y productividad, llevando a que una misma persona asuma múltiples responsabilidades.

De igual manera, Srnicek (2018) asegura que las plataformas digitales han favorecido nuevas formas de organización del trabajo caracterizadas por la flexibilidad, la reducción de costos y la concentración de funciones, aspectos que también fueron identificados por los participantes de esta investigación.

De esta manera, la transición digital representa nuevas oportunidades para la producción periodística, pero también plantea desafíos relacionados con la estabilidad laboral, la sobrecarga de trabajo y la necesidad de actualización permanente.

Los resultados permiten comprender que la incorporación de plataformas digitales ha modificado las formas de producir, consumir y compartir la información, así como la relación entre periodistas y audiencias, quienes ahora participan de manera más activa mediante comentarios, reacciones y compartidos.

De acuerdo con Castells (2009), la sociedad en red ha transformado las dinámicas de comunicación al favorecer procesos más horizontales e interactivos, y con Van Dijck (2016),

quien declara que las plataformas digitales reorganizan las prácticas sociales y comunicativas a partir de nuevas formas de participación y visibilidad.

Para el caso de Pasto, este proceso ha permitido ampliar los espacios de circulación de la información, pero también ha generado nuevas dinámicas culturales donde la inmediatez, la interacción constante y el comportamiento de las audiencias influyen cada vez más en la manera como se produce y difunde el contenido periodístico.

En Pasto, la transición del periodismo radial hacia Facebook implica la coexistencia de ambos escenarios comunicativos, donde los periodistas continúan reconociendo el valor de la radio como medio cercano a la comunidad, pero consideran que Facebook constituye actualmente el principal espacio para ampliar el alcance de la información y mantener una comunicación constante con las audiencias.

Los hallazgos revelan que la producción informativa dejó de centrarse exclusivamente en el lenguaje sonoro para incorporar recursos visuales, audiovisuales e interactivos.

Las publicaciones analizadas muestran una combinación constante de texto, fotografía y video, mientras que las entrevistas reflejan la necesidad de adaptar los contenidos a las características propias de Facebook.

Estos resultados se reflejan con Scolari (2008) cuando afirma que la convergencia transforma los lenguajes, los formatos y las formas de producción de los contenidos.

igualmente, se afianzan en la teoría de Jenkins (2008), para quien la circulación de la información depende cada vez más de la capacidad de los medios para producir contenidos que puedan adaptarse a diferentes plataformas y formas de consumo.

Por ende, la transición identificada en esta investigación consiste en modificar la manera de narrar los acontecimientos, incorporando elementos visuales y estrategias que favorecen una mayor interacción con los usuarios.

Uno de los hallazgos más relevantes de la investigación corresponde al cambio en la relación entre periodistas y audiencias, mientras la radio tradicional establecía una comunicación predominantemente unidireccional, Facebook favorece procesos de participación inmediata mediante reacciones, comentarios y compartidos.

Ante esta situación Castells (2009), explica que las tecnologías digitales modifican las formas de comunicación al permitir procesos más horizontales e interactivos entre emisores y receptores.

De igual manera, los resultados se articulan con Van Dijck (2016), quien sostiene que las plataformas digitales reorganizan las relaciones sociales y comunicativas mediante mecanismos que incentivan la participación de los usuarios.

Si bien Facebook amplía las posibilidades de interacción, también introduce nuevas tensiones relacionadas con la inmediatez, la presión por mantener presencia constante, la exposición a comentarios negativos y la necesidad de producir contenidos capaces de captar rápidamente la atención de las audiencias.

El análisis de contenido realizado sobre las 72 publicaciones demuestra que las noticias relacionadas con hechos judiciales y de orden público registran los mayores niveles de interacción.

Las publicaciones sobre capturas, homicidios, accidentes y situaciones de violencia concentraron el mayor número de reacciones, comentarios y compartidos.

Estos resultados permiten comprender que las métricas digitales se han convertido en un referente importante para evaluar el alcance de los contenidos y conocer el comportamiento de las audiencias.

La investigación también revela que los participantes continúan reconociendo la verificación, la ética y el rigor informativo como principios fundamentales del ejercicio periodístico.

Bajo este criterio, según Van Dijck (2016) las plataformas organizan la visibilidad de los contenidos a partir de dinámicas de interacción y circulación; sin embargo, la investigación demuestra que los periodistas entrevistados no consideran que las métricas deban reemplazar los criterios periodísticos tradicionales, pues constituyen un complemento para comprender mejor las preferencias de las audiencias y fortalecer los procesos de producción informativa.

Los resultados obtenidos permiten concluir que la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto constituye un proceso de transformación comunicativa que involucra cambios tecnológicos, profesionales y culturales.

Más que reemplazar a la radio, Facebook se configura como un escenario complementario donde convergen nuevas formas de producción, circulación e interacción con las audiencias.

Esta investigación aporta evidencia empírica sobre cómo periodistas, docentes y estudiantes perciben estas transformaciones desde un contexto regional, demostrando que los procesos de convergencia descritos por Jenkins, Scolari, Castells, Orihuela y Van Dijck también se manifiestan en los medios locales, aunque adquieren características particulares relacionadas con las condiciones laborales, los recursos disponibles y las dinámicas propias del periodismo en Pasto.

Finalmente, los hallazgos permiten comprender que el reto actual del periodismo radial con la incorporación de tecnologías digitales, busca fortalecer la calidad de la información, preservar los principios éticos del oficio y aprovechar las posibilidades de interacción que ofrecen las plataformas digitales sin perder el compromiso social que históricamente ha caracterizado al periodismo.

11. Conclusiones

1. Esta investigación permite concluir que la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto entre 2020-2025, transformó las formas de producir, difundir y consumir la información, integrando las prácticas tradicionales de la radio con las dinámicas propias de las plataformas digitales.

Facebook se consolidó como un espacio estratégico para ampliar el alcance de los contenidos, fortalecer la relación con las audiencias y favorecer nuevas formas de circulación de la información, demostrando la capacidad de adaptación del periodismo radial frente a las transformaciones del ecosistema comunicativo actual.

2. Las prácticas periodísticas evolucionaron hacia un ejercicio profesional más cambiante, en el que los periodistas incorporaron funciones relacionadas con la producción audiovisual, la edición de contenidos, la administración de redes sociales, la interacción con las audiencias y el seguimiento de las publicaciones.

Este proceso confirma la necesidad de fortalecer competencias digitales y mantener procesos permanentes de actualización profesional para responder a las exigencias de los entornos digitales sin perder los principios éticos y la responsabilidad social del periodismo.

3. La producción informativa evolucionó hacia modelos de comunicación multiplataforma que integran texto, imagen, video y otros recursos digitales, permitiendo adaptar los contenidos a las características de Facebook y a las nuevas formas de consumo de información.

De igual forma, la interacción mediante comentarios, reacciones y contenidos compartidos fortaleció la relación entre periodistas y audiencias, mientras que las métricas digitales se consolidaron como un recurso que facilita conocer el comportamiento de las publicaciones y apoyar la planificación de estrategias de difusión.

4. El análisis de las publicaciones permitió identificar que los contenidos relacionados con temas judiciales, orden público, salud y política generaron los mayores niveles de interacción, evidenciando que las audiencias participan con mayor intensidad frente a acontecimientos de alto impacto social.

Estos resultados muestran que la transición hacia Facebook modificó los canales de difusión de la información y las formas de participación de las audiencias, quienes adquirieron un papel más activo dentro de los procesos de circulación y retroalimentación de los contenidos periodísticos.

5. La investigación aporta una comprensión del proceso de transición del periodismo radial hacia Facebook desde el contexto local de Pasto, al integrar las percepciones de periodistas, docentes y estudiantes con el análisis de contenido y de métricas digitales.

Los hallazgos evidencian que esta transición ha transformado las dinámicas profesionales, culturales y comunicativas del periodismo, fortaleciendo nuevas formas de producción e interacción con las audiencias.

Al mismo tiempo, permitió identificar cambios en el ejercicio profesional caracterizados por la ampliación de funciones, la necesidad de actualización permanente y mayores exigencias laborales, aspectos que plantean desafíos para la organización del trabajo periodístico y la sostenibilidad de los medios en los entornos digitales.

Estos resultados constituyen un referente para comprender la evolución del periodismo regional y aportan elementos para futuras investigaciones sobre comunicación digital y convergencia mediática.

12. Recomendaciones

1. Es conveniente que los medios radiales continúen fortaleciendo su presencia en plataformas digitales como Facebook mediante estrategias de producción de contenidos que integren formatos audiovisuales e interacción permanente con las audiencias.
2. Se solicita promover procesos de planificación editorial que permitan aprovechar las métricas digitales como herramientas de apoyo para comprender el comportamiento de los usuarios, sin que estas sustituyan los principios de veracidad, responsabilidad y calidad periodística que orientan el ejercicio profesional.
3. Es oportuno fortalecer las estrategias de comunicación digital mediante el desarrollo de una identidad visual más sólida y profesional, que favorezca el reconocimiento de la marca informativa y mejore la experiencia de las audiencias en plataformas como Facebook.
4. Resulta enriquecedor ampliar el uso de formatos audiovisuales, especialmente las transmisiones en vivo de acontecimientos noticiosos, ruedas de prensa, coberturas especiales y programas periodísticos, aprovechando las posibilidades de interacción que ofrecen las plataformas digitales, estas estrategias, implementadas de manera constante por medios nacionales, pueden contribuir a incrementar el alcance de las publicaciones, fortalecer el vínculo con las audiencias y consolidar procesos de producción periodística acordes con las dinámicas actuales del ecosistema digital.
5. Se recomienda hacer seguimiento periódico al comportamiento de las métricas digitales para identificar las preferencias informativas de las audiencias y evaluar el alcance de los contenidos publicados, esta información puede convertirse en un insumo para fortalecer las estrategias editoriales, siempre preservando los principios éticos, la veracidad y el interés público que orientan el ejercicio periodístico.
6. Se propone a los periodistas fortalecer los procesos de formación permanente en competencias digitales, producción multimedia, análisis de métricas y gestión de plataformas digitales, con el propósito de responder a las transformaciones que experimenta actualmente el ejercicio periodístico.
7. Es importante promover condiciones laborales que favorezcan una distribución equilibrada de funciones, reconociendo que la convergencia digital ha ampliado las responsabilidades del periodista y exige mayores capacidades técnicas y comunicativas para el desarrollo de su trabajo.

8. Para las universidades y programas de comunicación se les propone que continúen actualizando sus planes de estudio, incorporando contenidos relacionados con periodismo digital, narrativas transmedia, análisis de audiencias, métricas digitales, inteligencia artificial aplicada al periodismo y producción de contenidos para plataformas digitales.
9. Es necesario fortalecer los espacios de articulación entre la academia y los medios de comunicación, favoreciendo experiencias que permitan a los estudiantes enfrentar las dinámicas reales del ecosistema comunicativo contemporáneo.
10. Se insta a desarrollar futuras investigaciones que amplíen el análisis hacia otras plataformas digitales como Instagram, TikTok, YouTube o WhatsApp, con el fin de comprender las particularidades que cada una presenta en la producción y circulación de contenidos periodísticos.
11. También resulta pertinente realizar estudios comparativos entre diferentes regiones del país, analizar la percepción de las audiencias frente al periodismo digital y profundizar en temas relacionados con el impacto de los algoritmos, la desinformación, el uso de inteligencia artificial en la producción periodística y las condiciones laborales derivadas de la convergencia digital.
12. Se sugiere a la academia, organizaciones y entidades del sector periodístico promover programas de capacitación y acompañamiento dirigidos a periodistas y medios regionales, orientados al fortalecimiento de competencias digitales, producción de contenidos multiplataforma y uso estratégico de herramientas de análisis de audiencias, estas iniciativas pueden contribuir a que los medios locales consoliden procesos de innovación sin perder los principios éticos y la función social que caracterizan al periodismo, favoreciendo su adaptación a las dinámicas del entorno digital y fortaleciendo su sostenibilidad.

Referencias

- Anderson, C. W. (2011). *Deliberative, agonistic, and algorithmic audiences: Journalism's vision of its public in an age of audience transparency*. *International Journal of Communication*, 5, 529–547.
- Barrios Rubio, A. (2019). *Bifurcación del modelo de negocio radiofónico colombiano en la convergencia antena–ecosistema digital*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 677–696. <https://doi.org/10.5209/esmp.64795>
- Barrios Rubio, A., & Reyes Espitia, J. F. (2023). *El pódcast como estrategia de creación y distribución de contenidos sonoros dentro del entorno digital de la radio en Colombia*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(1), 15–25. <https://doi.org/10.5209/esmp.84639>
- Bauman, Z. (2007). *Vida líquida*. Paidós.
- Briggs, A., & Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage*. Peter Lang.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.
- Coddington, M. (2015). *Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting*. *Digital Journalism*, 3(3), 331–348.
- Couldry, N. (2019). *Media: Why It Matters*. Polity Press.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Deuze, M. (2005). *What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered*. *Journalism*, 6(4), 442–464.

- Deuze, M. (2007). *Media Work*. Polity Press.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- Han, B.-C. (2010). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica: Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Herder.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *Los elementos del periodismo*. Aguilar.
- Lasswell, H. D. (1948). *The Structure and Function of Communication in Society*. En L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas* (pp. 37–51). Harper & Brothers.
- Lévy, P. (1994). *L'intelligence collective: Pour une anthropologie du cyberspace*. La Découverte.
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Convenio Andrés Bello.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage.
- Meyer, P. (2002). *Precision Journalism: A Reporter's Introduction to Social Science Methods* (4th ed.). Rowman & Littlefield.
- Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de Internet*. Editorial UOC.
- Patton, M. Q. (1999). *Enhancing the Quality and Credibility of Qualitative Analysis*. *Health Services Research*, 34(5), 1189–1208.
- Rosero Arteaga, R. (1996). *Historia de la radio en Nariño*. Editorial Universitaria, Universidad de Nariño.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas* (A. Giacometti, Trad.). Caja Negra Editora.

- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.
- UNESCO. (2022). *Periodismo, "fake news" y desinformación: Manual para la enseñanza del periodismo*. UNESCO.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Zambrano Ayala, W. R., García Ramírez, D., & Barrios Rubio, A. (2019). *El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 587–607. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63747>

Anexos

Los anexos recopilan instrumentos, matrices y evidencias que apoyaron el desarrollo metodológico y los resultados de la investigación sobre la transición del periodismo radial hacia Facebook en Pasto durante el periodo 2020–2025, con el fin de ampliar y verificar la información presentada en el documento y ofrecen elementos de consulta relacionados con el proceso de recolección, organización y análisis de la información.

Estos documentos se presentan de acuerdo con el orden en que fueron utilizados dentro de la investigación y se identifican mediante letras consecutivas, donde cada uno complementa los procedimientos descritos en el capítulo de metodología y proporciona soporte documental para la interpretación de los resultados obtenidos.

- Anexo A. Guía de entrevista semiestructurada para periodistas docentes y estudiantes, archivo disponible en la carpeta de anexos entregada junto con el documento de opción de grado.
- Anexo B. Matriz de análisis de contenido de las publicaciones de Facebook, archivo disponible en formato Excel en la carpeta de anexos.
- Anexo C. Transcripción de entrevistas a periodistas docentes y estudiantes, archivo disponible en formato Excel en la carpeta de anexos.
- Anexo D. Evidencias seleccionadas de las publicaciones analizadas, archivo disponible en formato Word en la carpeta de anexos.
- Anexo E. Matriz de categorías de análisis, archivo disponible en formato Excel en la carpeta de anexos.
- Anexo F. Transición periodismo digital, disponible en Power BI y enlace online, con dos páginas, la una sobre las entrevistas (análisis cualitativo) y la otra sobre el análisis de contenido, que contiene la visualización interactiva de los datos obtenidos durante la investigación. <https://app.powerbi.com/reportEmbed?reportId=6f662c2c-11ed-489d-be00-bc26bd0a05d7&autoAuth=true&ctid=99c674ca-c0c7-490a-ae8f-16172636f31b>