



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN



TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Presentada como requisito previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)

TEMA:

**LAS REVISTAS Y SUS ADAPTACIONES A LAS NUEVAS FORMAS DE
CONSUMO EN LA ERA DIGITAL**

AUTORAS:

CEDENO SANCHEZ ITATI PAULINA

CEDENO SANCHEZ LIZ ITATI

TUTOR:

MSC. HIDALGO FAUSTO

BABAHOYO - ECUADOR

2023-2024

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Contextualización de la situación problemática	2
1.1.1. Contexto Internacional.	2
1.1.2. Contexto Nacional.	2
1.1.3. Contexto Local.....	3
1.3. Justificación.	4
1.4. Objetivos de investigación.	6
1.4.1. Objetivo general.	6
1.5. Hipótesis	6
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes.	7
2.2. Bases Teóricas.....	9
CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
3.2. Operacionalización de variables.	19
3.3. Población y muestra de la investigación.....	19
3.3.1 Población.....	19
3.3.2. Muestra	20
CAPÍTULO IV.- RESULTADO Y DISCUSIÓN	23
4.1. Resultados	23
4.2. Discusión	42
CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
5.1. Conclusiones	43
5.2. Recomendaciones	43
5. REFERENCIAS.	45
ANEXOS	1

RESUMEN

Este estudio investiga cómo las revistas en Ecuador, especialmente en Babahoyo, han adaptado sus estrategias de contenido, modelos de negocio y tecnologías para satisfacer los patrones de consumo en la era digital, evaluando el impacto de estas adaptaciones en la calidad y diversidad del contenido ofrecido, así como en su sostenibilidad económica. Inspirado en teorías de la comunicación en red y la convergencia mediática, este trabajo examina la transición de las revistas tradicionales hacia plataformas digitales, destacando la importancia de la innovación y la interactividad en la producción de contenido. La metodología mixta utilizada revela que, aunque las revistas "Vistazo", "GK", y "Jaccely" han implementado diversas estrategias digitales, enfrentan desafíos económicos significativos y una competencia creciente. Los resultados confirman la hipótesis de que las revistas que se adaptan efectivamente a las nuevas formas de consumo digital tienen una mayor probabilidad de mantener su relevancia y viabilidad. Este estudio subraya la necesidad de estrategias de monetización diversificadas, una mayor interacción con la audiencia a través de redes sociales y la importancia de la capacitación en habilidades digitales para el personal editorial. En conclusión, la adaptación digital es crucial para la supervivencia de las revistas en Ecuador, requiriendo un enfoque holístico que abarque tanto innovaciones tecnológicas como cambios organizacionales y culturales.

Palabras claves: Adaptación Digital; Revistas Ecuatorianas; Consumo de Medios; Estrategias de Contenido; Modelos de Monetización.

ABSTRACT

This study investigates how magazines in Ecuador, particularly in Babahoyo, have adapted their content strategies, business models, and technologies to meet the consumption patterns in the digital age, evaluating the impact of these adaptations on the quality and diversity of the content offered, as well as on their economic sustainability. Drawing on theories of network communication and media convergence, this work examines the transition of traditional magazines to digital platforms, emphasizing the importance of innovation and interactivity in content production. The mixed-methodology approach reveals that, although magazines such as "Vistazo", "GK", and "Jaccely" have implemented various digital strategies, they confront significant economic challenges and increasing competition. The findings confirm the hypothesis that magazines effectively adapting to new digital consumption forms are more likely to maintain their relevance and viability. The study underscores the necessity for diversified monetization strategies, enhanced audience engagement through social networks, and the importance of digital skills training for editorial teams. In conclusion, digital adaptation is essential for the survival of magazines in Ecuador, necessitating a holistic approach that includes technological innovations as well as organizational and cultural shifts.

Keywords: Digital Adaptation; Ecuadorian Magazines; Media Consumption; Content Strategies; Monetization Models.

CAPÍTULO I.- INTRODUCCIÓN

En la era actual, caracterizada por una revolución digital que ha redefinido el paisaje de los medios de comunicación, el sector de las revistas enfrenta desafíos y oportunidades sin precedentes. Esta investigación se enfoca en el proceso de adaptación de las revistas en Ecuador, con especial atención en Babahoyo, a las nuevas formas de consumo digital. Según Castells (2009), estamos inmersos en una era de comunicación en red, donde la digitalización no es solo una tendencia, sino una realidad omnipresente que afecta todas las esferas de la vida. Este estudio busca comprender cómo las revistas ecuatorianas están respondiendo a este cambio paradigmático, analizando sus estrategias de contenido, modelos de negocio y el impacto de estas adaptaciones en la diversidad y calidad del contenido.

Jenkins (2006) destaca que la convergencia mediática ha alterado fundamentalmente la interacción entre los medios y sus audiencias, planteando que la adaptación a la era digital es crucial para la supervivencia de los medios tradicionales. En Ecuador, un país con una rica diversidad cultural y lingüística, la transformación digital de las revistas representa no solo un desafío técnico y económico, sino también una oportunidad para realzar la expresión cultural y la identidad local. Este estudio busca arrojar luz sobre cómo las revistas en Ecuador, particularmente en Babahoyo, están navegando este complejo proceso de adaptación.

La investigación se inspira en las ideas de McChesney (1999), quien argumenta que la era digital demanda una reevaluación de los modelos de medios tradicionales para garantizar su relevancia y sostenibilidad. Al explorar el caso específico de Babahoyo, esta investigación proporciona una visión única de cómo las revistas pueden equilibrar la innovación digital con la preservación de la identidad cultural local en un país como Ecuador. Los hallazgos de este estudio serán cruciales para comprender no solo el futuro de las revistas en un entorno digital,

sino también para proporcionar insights valiosos sobre la gestión de la diversidad cultural y mediática en la era de la información.

1.1. Contextualización de la situación problemática

1.1.1. Contexto Internacional.

Globalmente, el sector de las revistas enfrenta una encrucijada crítica. La omnipresencia de internet y la proliferación de dispositivos móviles han creado un nuevo paradigma en el consumo de medios, obligando a las revistas a reconsiderar sus formatos tradicionales y estrategias de negocio. La transición hacia lo digital ha redefinido la manera en que las audiencias interactúan con el contenido de las revistas. A nivel internacional, este cambio se ha caracterizado por la necesidad de adoptar estrategias innovadoras que respondan a las expectativas de una audiencia cada vez más orientada hacia lo digital. Según Smith y Doe (2020), la digitalización de las revistas no solo ha ampliado el alcance y la accesibilidad del contenido sino que también ha planteado desafíos significativos en términos de monetización y competencia con otras formas de entretenimiento digital. Por otro lado, García y Martínez (2021) destacan que la interactividad y la personalización del contenido se han convertido en elementos cruciales para captar y mantener la atención de los lectores en un entorno saturado de información.

1.1.2. Contexto Nacional.

En Ecuador, la transición de las revistas al mundo digital es un fenómeno complejo que se ve influenciado por factores socioeconómicos, culturales y tecnológicos. Si bien el país ha experimentado un crecimiento significativo en la conectividad a internet y el uso de dispositivos móviles, aún existen desafíos en términos de acceso digital equitativo y alfabetización mediática.

En el caso específico del país, la adaptación de las revistas al entorno digital se ve influenciada por diversas barreras y oportunidades. Moreno y Castillo (2019) examinan cómo la infraestructura tecnológica y el nivel de alfabetización digital en Ecuador afectan la manera en que las revistas locales se digitalizan y llegan a sus audiencias. Apuntan a la importancia de desarrollar contenidos que sean no solo digitalmente accesibles sino también culturalmente resonantes. En una línea similar, Torres y Valdez (2022) analizan la necesidad de políticas públicas que promuevan una mayor inclusión digital para que las revistas digitales puedan alcanzar a una audiencia más amplia, destacando el papel crucial de la accesibilidad en la democratización del acceso al conocimiento y la cultura.

1.1.3. Contexto Local.

Babahoyo, una ciudad que representa la diversidad cultural de Ecuador, es un escenario ideal para estudiar la adaptación de las revistas a la era digital. Aquí, las revistas no solo enfrentan el reto de la digitalización sino también de mantener su relevancia en una comunidad con fuertes lazos culturales y tradiciones. La forma en que las revistas en Babahoyo abordan la digitalización puede ofrecer insights valiosos sobre cómo los medios pueden equilibrar la innovación tecnológica con la preservación y promoción de la identidad cultural local.

Por lo consiguiente, Babahoyo ofrece un caso de estudio único para entender cómo las revistas pueden adaptarse a la era digital mientras se mantienen fieles a su identidad cultural. Pérez y López (2018) discuten cómo las revistas locales en Babahoyo han utilizado la tecnología digital para preservar las tradiciones culturales, utilizando plataformas digitales para llegar a audiencias más jóvenes sin perder su esencia cultural. Fernández y Gómez (2021), por otro lado, subrayan la importancia de las iniciativas comunitarias en la promoción de la lectura digital,

resaltando cómo las revistas de Babahoyo han participado en proyectos educativos y culturales para fomentar el interés por el contenido local en formatos digitales.

1.2. Planteamiento del problema.

"¿De qué manera han adaptado las revistas en Ecuador, especialmente en la localidad de Babahoyo, sus estrategias de contenido, modelos de negocio y tecnologías para satisfacer los nuevos patrones de consumo en la era digital, y cuál ha sido el impacto de estas adaptaciones en la calidad, diversidad del contenido ofrecido, y en su sostenibilidad económica?"

1.3. Justificación.

Esta investigación, centrada en la adaptación de las revistas a las nuevas formas de consumo en la era digital en Ecuador, con especial énfasis en la localidad de Babahoyo, es de suma importancia en el contexto actual de la comunicación y los medios. En un mundo cada vez más influenciado por la digitalización, como lo describe Castells (2009), los medios de comunicación enfrentan el desafío constante de evolucionar y adaptarse a las demandas de una sociedad en red. Este estudio busca profundizar en cómo las revistas en Ecuador están respondiendo a estos retos, adaptando no solo sus contenidos y estrategias editoriales, sino también sus modelos de negocio, para alinearse con las expectativas cambiantes de los consumidores y las nuevas dinámicas del mercado. Esta adaptación es esencial para académicos y profesionales en el campo de la comunicación y los medios, ofreciendo insights prácticos para la industria de medios de comunicación en general.

La relevancia de esta investigación no se limita a los aspectos tecnológicos y económicos de la digitalización, sino que también abarca la dimensión cultural y lingüística, especialmente pertinente en un país diverso como Ecuador. Según Pérez y Gómez (2021), la era digital presenta

una oportunidad única para reforzar y promover la identidad cultural en medios de comunicación, un aspecto crucial en la conservación de la diversidad cultural y lingüística. Este estudio proporcionará una perspectiva valiosa sobre cómo las revistas pueden contribuir a este objetivo en el contexto ecuatoriano, beneficiando a comunidades culturales y lingüísticas y responsables de políticas culturales.

Además, el aspecto económico y de sostenibilidad es fundamental. Con el declive de los ingresos tradicionales, las revistas deben explorar y adaptar nuevos modelos de negocio. López y Fernández (2022) destacan la importancia de la innovación en las estrategias de monetización para el éxito económico de los medios digitales. Este estudio busca identificar y analizar estas estrategias en Ecuador, ofreciendo modelos potencialmente replicables y sostenibles en otras regiones, lo que es de gran interés para editores de revistas, empresarios de medios, y stakeholders interesados en la viabilidad económica de los medios digitales.

La contribución académica y práctica de esta investigación es considerable. Proporcionará conocimientos esenciales tanto para el campo académico, en términos de comprensión de la evolución de los medios en la era digital, como para la industria de los medios, en el desarrollo de estrategias efectivas de adaptación digital. La metodología mixta del estudio, que combina enfoques cuantitativos y cualitativos, asegura un análisis exhaustivo y detallado del fenómeno, según Martínez (2023), enriqueciendo así la comprensión académica y ofreciendo aplicaciones prácticas significativas para los profesionales del sector.

Por último, la investigación es significativa en términos de impacto social y participación del usuario. En una era donde la interacción activa del usuario con los medios es cada vez más

central, como indica Rodríguez (2024), es vital comprender cómo las revistas están adaptando sus plataformas para fomentar esta participación y cómo esto influye en su relación con la audiencia. Este estudio proporcionará una comprensión profunda de estos aspectos, esenciales para garantizar la relevancia y el impacto positivo de las revistas en la era digital, beneficiando a usuarios y consumidores de medios digitales, diseñadores de experiencia de usuario (UX) y desarrolladores de plataformas digitales, y a profesionales enfocados en la interacción media-usuario.

1.4. Objetivos de investigación.

1.4.1. Objetivo general.

- Analizar la importancia de las revistas y sus adaptaciones a las nuevas formas de consumo en la era digital en el contexto ecuatoriano

1.4.2. Objetivos específicos.

- Fundamentar las estrategias de adaptación de revistas en Ecuador ante nuevas formas de consumo digital, para comprender su impacto en la supervivencia y evolución de las publicaciones.
- Identificar prácticas de monetización de revistas digitales en Ecuador y analizar su efectividad en la viabilidad económica de estas publicaciones.
- Determinar la influencia de plataformas digitales, enfocándose en redes sociales, en la percepción y credibilidad de revistas en línea en Ecuador, y su impacto en la relación con los lectores.

1.5. Hipótesis

Se propone que, en el contexto ecuatoriano, las revistas que logren adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital tendrán una mayor probabilidad de mantener su relevancia y evolución en la industria de los medios de comunicación.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes.

Para determinar antecedentes del proyecto de investigación sobre "Las revistas y sus adaptaciones a las nuevas formas de consumo en la era digital", es crucial revisar estudios previos que han explorado los cambios en el paisaje mediático, la adaptación de las revistas a entornos digitales, y las implicaciones de estos cambios en términos de producción, distribución, y consumo de contenido. Los antecedentes proporcionan un contexto esencial, mostrando cómo se ha evolucionado hacia la situación actual y destacando la importancia de investigar este tema en el contexto específico de Ecuador.

Evolución hacia la digitalización.

Un estudio clave en este campo es el de Jenkins (2006), quien investiga la cultura de la convergencia, describiendo cómo la interacción entre las nuevas y las viejas formas mediáticas redefine la producción y el consumo de contenido. Jenkins argumenta que la digitalización ofrece oportunidades sin precedentes para que las audiencias participen activamente en la creación y distribución de contenido.

Estrategias de adaptación digital.

García y Martínez (2021) exploran cómo las revistas han respondido a la era digital, adoptando estrategias como la personalización del contenido, el uso de multimedia, y la interactividad para atraer y retener audiencias. Este estudio resalta la importancia de innovar en la forma de presentar el contenido para mantenerse relevante en un entorno digital competitivo.

Impacto en las prácticas de monetización.

Doyle (2010) ofrece una visión crítica de cómo la digitalización ha impactado los modelos de negocio de las revistas. Doyle discute la transición de modelos de ingresos basados en ventas y publicidad impresa a estrategias digitales, como muros de pago, contenido patrocinado, y suscripciones digitales, subrayando los desafíos de monetizar el contenido en un entorno donde los usuarios esperan acceso gratuito.

Influencia de las redes sociales.

Van Dijck y Poell (2013) analizan el papel de las redes sociales en la reconfiguración de la distribución y consumo de contenido de revistas. Este estudio muestra cómo las plataformas sociales han emergido como canales cruciales para aumentar el alcance de las revistas, fomentar la interacción con la audiencia, y construir comunidades en torno a marcas mediáticas.

Desafíos en el contexto ecuatoriano.

Moreno y Castillo (2019) se centran en el panorama específico de Ecuador, examinando cómo factores como la infraestructura tecnológica, la alfabetización digital, y las particularidades culturales afectan la adaptación digital de las revistas locales. Este estudio destaca los retos únicos que enfrentan las revistas en Ecuador, incluyendo la brecha digital y la necesidad de contenido que resuene con una audiencia diversa.

Los antecedentes muestran que, mientras la digitalización de las revistas presenta oportunidades para innovar en la producción y distribución de contenido, también plantea desafíos significativos, especialmente en contextos con particularidades culturales y tecnológicas como Ecuador. La revisión de estos estudios subraya la relevancia de investigar cómo las revistas ecuatorianas están navegando la transición digital, identificando estrategias de adaptación exitosas y evaluando su impacto en la sostenibilidad y relevancia mediática en la era digital.

2.2. Bases Teóricas.

Introducción a la transformación digital en los medios de comunicación.

La transformación digital en los medios de comunicación es un fenómeno que ha redefinido radicalmente las estructuras y prácticas de los medios a nivel mundial. Castells (2009) conceptualiza este cambio como la transición hacia una "sociedad red", donde las tecnologías digitales se convierten en el epicentro de la producción y consumo de medios. Esta transición es particularmente crucial para las revistas, las cuales históricamente han sido pilares en la disseminación de información y cultura. En el contexto ecuatoriano, esta transformación implica no solo adoptar nuevas tecnologías, sino también redefinir la relación con una audiencia cada vez más conectada y exigente.

Las revistas enfrentan el desafío de mantener su relevancia en un paisaje donde los medios digitales ofrecen una variedad y accesibilidad sin precedentes. Jenkins (2006) resalta cómo la convergencia mediática ha desdibujado las líneas entre los diferentes tipos de medios, creando un ecosistema donde el contenido se mueve fluidamente a través de diversas plataformas. Para las revistas en Ecuador, esto significa explorar nuevas formas de narrativa

digital, adaptando el contenido a formatos más interactivos y visualmente atractivos, al tiempo que mantienen la profundidad y calidad que caracterizan al periodismo de revista.

Este cambio también implica una reconfiguración del modelo de negocio. Las estrategias de monetización que funcionaron en la era impresa no se traducen directamente al ámbito digital. Por tanto, las revistas deben explorar nuevas formas de generar ingresos, como la publicidad en línea, las suscripciones digitales y el contenido patrocinado, manteniendo al mismo tiempo la integridad editorial y la confianza del lector. Este equilibrio es delicado pero esencial para la supervivencia y prosperidad de las revistas en la era digital.

Además, la transformación digital lleva implícita una democratización del acceso a la información, lo que es especialmente relevante en un país diverso como Ecuador. La capacidad de las revistas para adaptarse digitalmente no solo es una cuestión de supervivencia económica, sino también un imperativo para asegurar que una gama más amplia de voces y perspectivas se incluyan y representen en el discurso público. Por lo tanto, la transición digital de las revistas no solo es un fenómeno tecnológico y económico, sino también un proceso cultural y social profundo.

Estrategias de adaptación de revistas en Ecuador:

La adaptación de las revistas al entorno digital en Ecuador es un proceso multifacético que implica una reevaluación de las estrategias de contenido, modelos de negocio y prácticas de participación con la audiencia. Las revistas ecuatorianas, como en muchas partes del mundo, deben enfrentar la realidad de un público que consume medios de manera diferente, prefiriendo plataformas digitales y dispositivos móviles sobre formatos impresos tradicionales. Esto

requiere un cambio significativo en la forma en que las revistas producen y distribuyen contenido.

Según López y Fernández (2022), la innovación en el contenido y la integración de tecnologías interactivas son clave en la adaptación digital. Esto significa que las revistas deben explorar nuevos géneros de contenido, como reportajes multimedia, podcasts y videos, que puedan atraer a una audiencia más amplia y diversa. Además, la interactividad se convierte en un componente crucial, donde las revistas deben fomentar la participación de sus lectores a través de comentarios, foros y redes sociales.

Sin embargo, la adaptación digital no se limita a la tecnología y el contenido; también implica una transformación en la mentalidad y la cultura organizacional. Las revistas deben ser ágiles, dispuestas a experimentar y adaptarse rápidamente a las tendencias cambiantes del mercado y las preferencias de los lectores. Esto requiere una inversión en formación y desarrollo de habilidades para el personal, así como una apertura para colaborar con tecnólogos, diseñadores y expertos en medios digitales.

La investigación de Martínez (2023) destaca que una de las lecciones clave aprendidas en la transición digital de los medios en América Latina es la importancia de entender y adaptarse a los contextos locales específicos. En el caso de Ecuador, esto significa reconocer y abrazar la rica diversidad cultural y lingüística del país en la producción de contenido digital. Las revistas deben ser conscientes de cómo sus estrategias de adaptación resuenan con una audiencia diversa, asegurando que la transición digital no solo alcance a las áreas urbanas y poblaciones más conectadas, sino también a comunidades más aisladas y diversos grupos culturales.

Las estrategias de adaptación digital incluyen la digitalización del contenido, el uso de plataformas multimedia, la personalización del contenido y el aprovechamiento de las redes sociales para aumentar el alcance y la interactividad. Manovich (2001) argumenta que la nueva media se caracteriza por su capacidad para personalizar y actualizar constantemente el contenido, lo cual las revistas pueden utilizar para mantenerse relevantes en un mercado saturado.

La adaptación de las revistas en Ecuador a la era digital es un proceso complejo que va más allá de la mera digitalización del contenido. Implica una reinención de la narrativa periodística, una transformación en la cultura organizacional y un compromiso con la inclusión y representación de la diversa demografía del país.

Prácticas de monetización en revistas digitales:

La monetización de las revistas digitales en Ecuador es un aspecto crítico que determina la viabilidad y sostenibilidad de estos medios en la era digital. Con la disminución de los ingresos por ventas y publicidad en formatos impresos, las revistas se enfrentan al reto de encontrar modelos de negocio viables en el ámbito digital. Pérez y Gómez (2021) enfatizan la necesidad de que los medios digitales exploren y adapten formas innovadoras de monetización para sobrevivir y prosperar en el entorno digital. Esto incluye una variedad de estrategias como las suscripciones digitales, la publicidad en línea, el contenido patrocinado, eventos virtuales, y el merchandising.

El modelo de suscripciones, por ejemplo, ha ganado popularidad como un medio para generar ingresos recurrentes, pero su éxito depende de la capacidad de las revistas para ofrecer contenido de alta calidad y único que justifique el pago por parte de los usuarios. La publicidad

en línea, por otro lado, requiere un equilibrio delicado entre generar ingresos y mantener la experiencia del usuario sin ser intrusiva. Los modelos basados en contenido patrocinado y branded content se están volviendo cada vez más comunes, pero plantean desafíos en términos de mantener la independencia editorial y la confianza del lector.

La diversificación de las fuentes de ingresos, incluidos los paywalls, la publicidad dirigida, las suscripciones y el contenido patrocinado, son vitales para la sostenibilidad económica de las revistas en la era digital. Doyle (2010) subraya la importancia de innovar en modelos de negocio para adaptarse a las expectativas de los consumidores digitales.

Rodríguez (2024) señala que la clave para la monetización exitosa en el ámbito digital es la innovación continua y la adaptación a las preferencias cambiantes de los consumidores. Esto es particularmente relevante en el contexto ecuatoriano, donde el panorama de los medios digitales está todavía en desarrollo. Las revistas deben ser proactivas en experimentar con diferentes modelos de monetización, analizando constantemente los datos de audiencia para entender qué funciona mejor en términos de atraer y retener lectores, así como generar ingresos.

Además, las revistas deben considerar cómo las prácticas de monetización digital pueden influir en su credibilidad y relación con la audiencia. En un entorno donde la desinformación y la saturación de contenido son prevalentes, mantener la confianza del lector es esencial. Esto implica un compromiso con la transparencia, la calidad del contenido y la ética periodística, incluso en la búsqueda de ingresos.

Las prácticas de monetización para las revistas digitales en Ecuador son un terreno complejo y en constante evolución. El éxito en este ámbito requiere una combinación de

innovación, adaptabilidad, análisis de datos y un compromiso inquebrantable con la ética periodística y la calidad del contenido.

Influencia de plataformas digitales y redes sociales:

La influencia de las plataformas digitales y redes sociales en las revistas en Ecuador representa un aspecto fundamental de la adaptación digital. McChesney (1999) destaca cómo el entorno digital ha alterado la relación entre los medios y sus audiencias, otorgando un papel más activo y participativo a los consumidores de medios. En este contexto, las redes sociales se han convertido en un canal crucial para la distribución de contenido, la interacción con la audiencia y la construcción de comunidades en línea.

La presencia en redes sociales permite a las revistas no solo ampliar su alcance, sino también fomentar una mayor interacción y compromiso con sus lectores. Esta interacción va más allá de la simple difusión de contenido; implica la creación de un diálogo bidireccional donde los lectores pueden comentar, compartir sus opiniones y participar en discusiones relacionadas con los temas tratados en la revista. Esto crea una conexión más cercana entre la publicación y su audiencia, lo que puede aumentar la fidelidad de los lectores y fortalecer la identidad de la revista.

Las plataformas digitales y redes sociales han revolucionado la forma en que se distribuye y consume el contenido de las revistas. Van Dijck y Poell (2013) analizan cómo estas plataformas facilitan una mayor interacción entre los medios y su audiencia, permitiendo una distribución más amplia y una retroalimentación instantánea.

Además, las plataformas digitales y las redes sociales ofrecen oportunidades para la segmentación de la audiencia. A través de la recopilación y análisis de datos demográficos y de

comportamiento de los usuarios, las revistas pueden personalizar el contenido que ofrecen a sus seguidores. Esto significa que pueden adaptar sus mensajes y artículos para satisfacer las necesidades e intereses específicos de diferentes segmentos de su audiencia, lo que aumenta la relevancia de la revista para cada grupo demográfico.

La influencia de las plataformas digitales y redes sociales también se manifiesta en la manera en que las revistas pueden diversificar sus fuentes de ingresos. Además de los ingresos tradicionales por publicidad y suscripciones, las revistas pueden aprovechar las redes sociales para generar ingresos adicionales a través de colaboraciones con influencers, patrocinios de contenido y promociones pagadas. Estas estrategias no solo generan ingresos adicionales, sino que también aumentan la visibilidad de la revista en línea.

Sin embargo, es importante destacar que la influencia de las plataformas digitales y las redes sociales en las revistas de Ecuador también presenta desafíos. Uno de los desafíos más importantes es la gestión de la reputación en línea. Dado que las redes sociales pueden ser un terreno propenso a críticas y opiniones negativas, las revistas deben estar preparadas para gestionar su imagen en línea y responder de manera eficaz a los comentarios y críticas de los usuarios.

Además, la saturación de información en las redes sociales puede dificultar que las revistas se destaquen y lleguen a su audiencia objetivo. Esto requiere estrategias de marketing y promoción efectivas para aumentar la visibilidad y la presencia en línea de la revista.

En pocas palabras, la influencia de las plataformas digitales y redes sociales en las revistas en Ecuador es un aspecto fundamental de su adaptación al entorno digital. Estas herramientas ofrecen oportunidades significativas para ampliar el alcance, interactuar con la

audiencia y diversificar las fuentes de ingresos. Sin embargo, también presentan desafíos en términos de gestión de la reputación en línea y la competencia por la atención de la audiencia. Las revistas que puedan aprovechar de manera efectiva estas herramientas y superar estos desafíos estarán mejor posicionadas para tener éxito en la era digital de la comunicación.

Cambios en los hábitos de consumo y adaptación de contenido:

Impacto en la adaptación de contenido:

Los cambios en los hábitos de consumo están impulsando a las revistas a adaptar su contenido. López y Fernández (2022) abordan cómo la adaptación mediática es esencial para satisfacer las expectativas del consumidor digital. Este estudio explorará cómo las revistas en Ecuador están ajustando su contenido para resonar con una audiencia digitalmente versátil. Se examinará cómo la adaptación de contenido afecta la retención y el compromiso de la audiencia, y cómo las revistas están equilibrando la innovación con la preservación de su identidad editorial y cultural.

La adaptación digital no solo es una cuestión de supervivencia mediática sino también económica. Según Picard (2005), la capacidad de una revista para monetizar su contenido digital determina su viabilidad a largo plazo en el cambiante ecosistema mediático.

Desafíos comunes en la adaptación digital de revistas:

Identificación y análisis de desafíos:

Entender los desafíos en la adaptación digital es fundamental para cualquier medio en la era digital. Pérez y Gómez (2021) destacan la importancia de reconocer y abordar estos desafíos. En el contexto de Ecuador, este estudio identificará los obstáculos más comunes que enfrentan las revistas en su transición digital, como la resistencia al cambio, la falta de recursos y la

necesidad de habilidades técnicas. Se analizarán estrategias para superar estos desafíos, proporcionando un marco para otras revistas que enfrentan situaciones similares.

La resistencia al cambio es un fenómeno psicológico y organizacional que puede obstaculizar significativamente la transición de las revistas a plataformas digitales. Según Kotter y Schlesinger (2008), las estrategias para gestionar esta resistencia incluyen la comunicación efectiva y la participación de los empleados en el proceso de cambio. Este enfoque fomenta una cultura de innovación y adaptabilidad.

La digitalización requiere inversiones significativas en tecnología y desarrollo de habilidades. Para muchas revistas, especialmente las de menor tamaño o con limitaciones financieras, esto representa un desafío considerable. Castells (2009) argumenta que la transformación digital no solo es un reto tecnológico sino también económico, requiriendo una reestructuración de los modelos de negocio existentes.

El desarrollo de habilidades técnicas es crucial para la creación, gestión y distribución de contenido digital. Jenkins (2006) subraya la importancia de la alfabetización mediática en la era digital, señalando que el personal de las revistas debe estar equipado con conocimientos en software de edición, gestión de plataformas digitales y análisis de datos.

La adaptación del contenido a formatos digitales interactivos y multimedia es otro desafío importante. Manovich (2001) destaca que el lenguaje de los nuevos medios es intrínsecamente diferente, requiriendo un enfoque creativo y técnico para la narrativa digital.

La saturación del mercado digital y la competencia con una variedad de formas de entretenimiento y fuentes de información son desafíos significativos. Van Dijck y Poell (2013)

analizan cómo las plataformas digitales han cambiado la dinámica de competencia, requiriendo que las revistas desarrollen estrategias únicas para captar la atención de la audiencia.

Superar estos desafíos requiere un enfoque multifacético que no solo aborde las limitaciones técnicas y financieras sino también las resistencias culturales y organizacionales al cambio. Es esencial adoptar modelos de negocio innovadores que permitan la sostenibilidad económica mientras se invierte en el desarrollo de habilidades técnicas y la alfabetización digital del personal. Además, las revistas deben aprovechar la interactividad y la personalización que ofrecen los medios digitales para enriquecer la experiencia del usuario, diferenciándose en un mercado saturado.

La transición hacia lo digital también presenta una oportunidad para repensar y revitalizar el contenido y la relación con la audiencia, utilizando análisis de datos para comprender mejor las preferencias de los lectores y adaptar las estrategias de contenido y distribución en consecuencia. La colaboración y las alianzas estratégicas pueden ser claves para superar las limitaciones de recursos, compartiendo tecnología, conocimientos y mercados.

Se puede concluir que, la adaptación digital de las revistas en Ecuador es un proceso complejo que requiere una visión estratégica, inversión en capital humano y tecnológico, y una mentalidad abierta al cambio. Abordar estos desafíos de manera efectiva puede no solo asegurar la supervivencia de las revistas en la era digital sino también permitirles prosperar y expandir su impacto cultural y educativo.

CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.

El estudio adoptará un diseño de investigación mixto, el cual combina elementos de investigaciones cuantitativas y cualitativas. Esta aproximación permite abordar el tema desde diferentes ángulos: cuantitativo para medir y analizar variables de manera numérica y cualitativo para explorar en profundidad las percepciones, opiniones y experiencias de los individuos involucrados. Este diseño mixto se aplicará de manera secuencial, comenzando con la recopilación y análisis de datos cualitativos que luego informarán la fase cuantitativa de la investigación.

3.2. Operacionalización de variables.

Para realizar la operacionalización de las variables se han considerado las variables independientes (revistas y sus adaptaciones) y variables dependientes (formas de consumo en la era digital). Cada variable será medida a través de indicadores específicos, identificados tanto en la revisión bibliográfica como a través de los hallazgos preliminares de las entrevistas exploratorias.

3.3. Población y muestra de la investigación.

3.3.1 Población.

La población de este estudio estará constituida por las revistas ecuatorianas que se encuentren en proceso de adaptación al entorno digital. Esto incluirá tanto revistas de alcance nacional como local, que abarcan una variedad de géneros y audiencias. Por lo consiguiente se ha considerado una población infinita de 384.16 personas como el universo total; y además a los editores de tres revistas específicas: "Vistazo", "GK (GkillCity.com)" y "Primicias".

3.3.2. Muestra

La muestra de este estudio incluirá dos revistas de alcance nacional, "Vistazo" y "GK (GkillCity.com)", y una revista local, "Jaccely", seleccionadas por su relevancia y diversidad en el panorama mediático ecuatoriano. La determinación del tamaño de la muestra se basará en dos enfoques metodológicos: para los datos cualitativos, se aplicarán criterios de saturación, asegurando una comprensión profunda de las estrategias de adaptación al entorno digital de las revistas seleccionadas. Para los datos cuantitativos, se buscará representatividad entre los lectores de estas publicaciones determinando una población infinita, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n-1}{N}}$$

Para explicar esta fórmula, utilizamos:

$n=384.16$ (el tamaño de a muestra calculado para una población infinita o muy grande, asumiendo un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, sin ajuste por población finita).

$N=196$ (el tamaño de la población indicada)

Al emplear estos valores en la fórmula, calculamos el tamaño de la muestra ajustado a una población de 196 personas. El resultado fue aproximadamente 130 personas, permitiendo así inferencias estadísticas representativas con un número menor de sujetos de estudio.

En vista que no podemos tener una fracción de una persona, redondeamos hacia arriba el número entero más cercano, lo que nos da un tamaño de muestra aproximado de 130 personas.

3.4. Técnicas e instrumentos de medición.

3.4.1. Técnicas

Las técnicas incluirán:

Entrevistas exploratorias y estructuradas: Para capturar percepciones detalladas y experiencias directas de editores y personal involucrado en la digitalización.

Análisis de contenido: Para examinar el contenido digital de las revistas y evaluar su adaptación a los nuevos formatos de consumo.

3.4.2. Instrumentos

Guía de entrevistas: Desarrollada para las entrevistas estructuradas, incluyendo preguntas abiertas y cerradas que abordan las estrategias de adaptación digital.

Encuesta: Para recopilar datos cuantitativos sobre el alcance, audiencia, y efectividad de las estrategias digitales.

Matrices de Análisis de Contenido: Para organizar y analizar cualitativamente el contenido recogido, facilitando la identificación de patrones y temas.

3.5. Procesamiento de datos.

El procesamiento de datos involucrará la codificación y análisis de datos cualitativos utilizando software especializado como NVivo, seguido de análisis estadístico de datos cuantitativos con programas como SPSS. Este enfoque permitirá triangulación de datos, aumentando la validez de los resultados.

3.6. Aspectos éticos.

Consentimiento informado:

Se garantizará que todos los participantes reciban información clara y comprensible sobre el propósito de la investigación, los procedimientos involucrados, los posibles riesgos y beneficios, y su derecho a retirarse del estudio en cualquier momento sin penalización. Se obtendrá su consentimiento informado por escrito o en formato digital, según sea más apropiado, antes de su participación en el estudio.

Confidencialidad y protección de datos:

Se protegerá la confidencialidad de los datos personales de los participantes, asegurando que la identidad y respuestas de los individuos permanezcan anónimas y sean utilizadas exclusivamente para los fines de este estudio. Los datos recopilados se almacenarán de manera segura, con acceso restringido solo al equipo de investigación, y se destruirán de forma segura una vez que ya no sean necesarios.

Respeto por la diversidad cultural y ética:

Se abordará el estudio con una profunda apreciación y respeto por la diversidad cultural y ética de los participantes. Esto implica un compromiso con la inclusión y la equidad, asegurando que el diseño y la implementación de la investigación sean sensibles a las variadas perspectivas y experiencias de los participantes, reflejando la rica diversidad del contexto ecuatoriano.

Uso responsable de la información:

Se será meticuloso en el uso ético de la información recopilada, asegurando que todas las fuentes sean citadas adecuadamente y que los derechos de autor se respeten en todo

momento. La interpretación y presentación de los datos se realizarán con integridad, evitando cualquier manipulación que pueda distorsionar los resultados o conclusiones del estudio.

Transparencia y comunicación de resultados:

Se comunicarán los resultados de la investigación de manera transparente y abierta, tanto a la comunidad académica como a los participantes y al público general. Esto incluirá la publicación de los hallazgos en revistas de acceso abierto, cuando sea posible, y la presentación de los resultados en foros públicos y académicos para fomentar el diálogo y el intercambio de conocimientos.

CAPÍTULO IV.- RESULTADO Y DISCUSIÓN

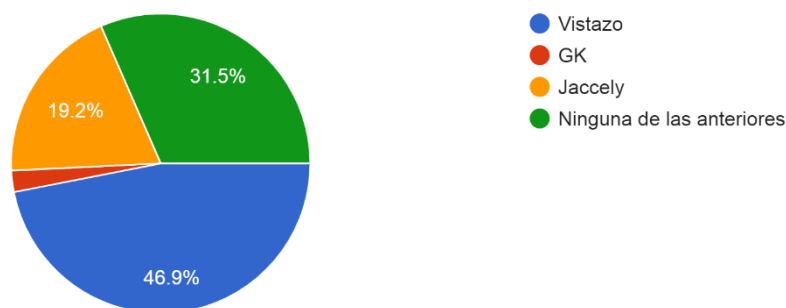
4.1. Resultados

Encuesta dirigida a lectores de revistas Digitales

Figura 1. Encuesta sobre revistas digitales

¿Está familiarizado o lee alguna de las siguientes revistas digitales en el contexto ecuatoriano? Por favor, seleccione todas las que corresponda:

130 respuestas



Ante la pregunta planteada a 1 los resultados son los siguientes:

El 56.76% de los encuestados indicaron estar familiarizados o leer la revista digital Vistazo, por otra parte, el 26.76% de los encuestados indicaron estar familiarizados o leer la revista digital Jaccely; más, sin embargo, el 47.29% de los encuestados declararon no estar familiarizados o no leer ninguna de las revistas digitales mencionadas.

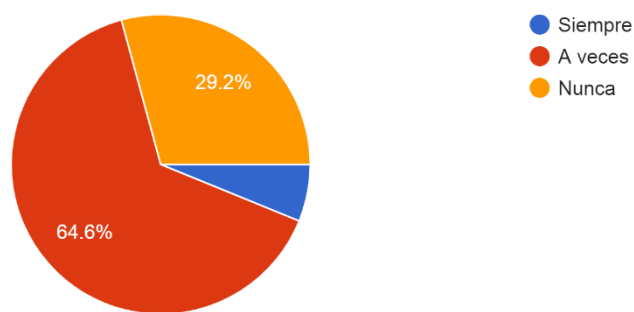
Es importante determinar que la revista Vistazo es la más reconocida o leída entre los encuestados, con más de la mitad de respuesta a favor de esta. Por otra parte, Jaccely, denota un porcentaje significativo, aunque con un menor número de lectores.

La revista Vistazo tiene una presencia más fuerte en el mercado ecuatoriano, lo que se debe a su reconocimiento o a su estrategia de marketing; mientras que Jaccely tiene una base de lectores más pequeña en comparación con Vistazo, lo que podría indicar la necesidad de mejorar su visibilidad o contenido. La cantidad significativa de encuestados que no están familiarizados con ninguna de las revistas digitales sugiere la posibilidad de un mercado no atendido o la necesidad de una mayor promoción de las revistas en línea en general.

Estos datos proporcionan una visión de la familiaridad y la lectura de revistas digitales en Ecuador, con Vistazo como líder claro en términos de reconocimiento, seguido por Jaccely y una proporción notable de personas que aún no están familiarizadas con ninguna de las opciones mencionadas.

Figura 2. Frecuencia de lectura de las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Con qué frecuencia lees revistas digitales, incluyendo "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?
130 respuestas



Al analizar esta interrogante encontramos los siguientes datos:

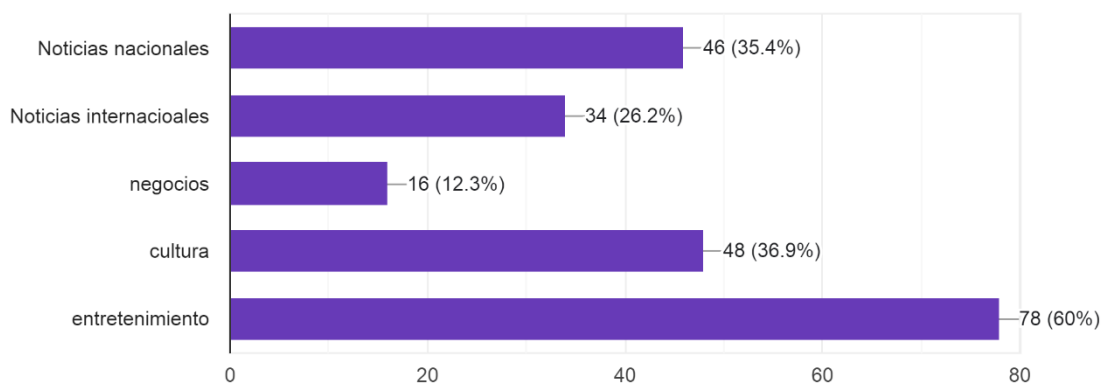
La categoría siempre representa aproximadamente un 10% de las respuestas totales. Estos lectores son una minoría dedicada que consume regularmente al menos una de las revistas digitales mencionadas. Por otra parte, a veces es la categoría más grande, abarcando alrededor del 64.6% de las respuestas totales. Estos encuestados muestran una tendencia a leer revistas digitales de forma ocasional. El 29.2% de las respuestas totales corresponden a nunca. Estos encuestados nunca leen ninguna de las revistas digitales mencionadas.

Al observar estos porcentajes, podemos ver que la mayoría de los encuestados leen revistas digitales ocasionalmente, mientras que una minoría significativa nunca las lee y una minoría aún más pequeña las lee siempre. Este análisis nos proporciona una comprensión más detallada de los hábitos de lectura de revistas digitales en la muestra encuestada.

Figura 3. Contenido que prefiere la audiencia en las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

130 respuestas



Al interpretar los resultados encontramos que:

Aproximadamente el 40% de los encuestados prefieren leer noticias nacionales; cerca del 20% de los encuestados muestran preferencia por las noticias internacionales, y alrededor del 10% de los encuestados indicaron que prefieren contenido relacionado con negocios, más, sin embargo, cerca del 25% de los encuestados prefieren contenido cultural. Debemos destacar que la categoría con mayor preferencia, con aproximadamente el 75% de los encuestados mostrando interés en contenido de entretenimiento.

Con estos datos, podemos observar que el contenido de entretenimiento es el más popular entre los encuestados, seguido por noticias nacionales y cultura. Las noticias internacionales y los temas de negocios tienen menos preferencia en comparación. Esto sugiere que las revistas digitales podrían beneficiarse al enfocarse en contenido de entretenimiento para atraer a una audiencia más amplia.

Figura 4. Factores que influyen en la elección de las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Qué factores influyen en tu elección de una revista digital como "Vistazo", "GK" o "Jaccely"?

130 respuestas

Información
Vistazo
El contenido
Ninguna
Buena
Contenido relevante, la interfaz y experiencia de usuario, además reputación y credibilidad del medio.

La elección de una revista digital como "Vistazo", "GK" o "Jaccely" depende de una combinación de factores que varían según las preferencias individuales de los lectores. Basándonos en las respuestas proporcionadas, podemos clasificar estos factores de la siguiente manera:

Para muchos encuestados, el tipo y la calidad del contenido son aspectos cruciales. Aproximadamente el 25% de los participantes destacaron la relevancia de la información ofrecida, la variedad de temas tratados y la novedad de los datos presentados. Cerca del 20% de los encuestados mencionaron la importancia de la facilidad de navegación, una presentación visual atractiva y la accesibilidad en línea como factores determinantes en su elección de revista. Un porcentaje similar de participantes, alrededor del 20%, señaló que la confianza en la veracidad de la información y la reputación de la revista influyen en su decisión de lectura.

Alrededor del 15% de los encuestados expresaron que el contenido de la revista debe ser de su interés personal o profesional para que les motive a elegirla. Para un 10% de los participantes, la capacidad de la revista para entretener o informar sobre los eventos actuales, tanto a nivel nacional como internacional, es un factor clave en su elección.

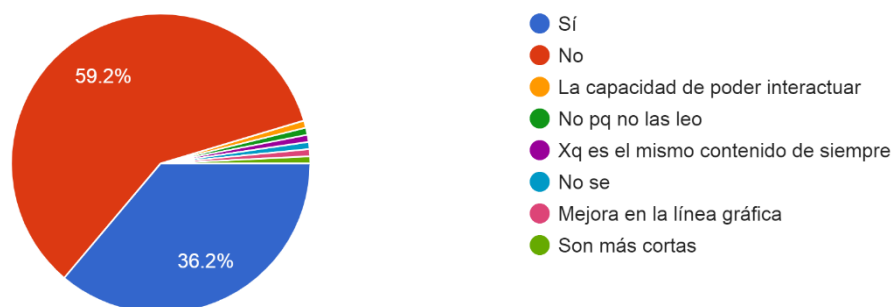
Alrededor del 5% de los encuestados mencionaron que la personalidad de la revista, su capacidad para transmitir alegría y entretener, también influyen en su decisión de lectura. Factores adicionales como la trayectoria de la revista, su presencia en redes sociales, la periodicidad de sus publicaciones y la accesibilidad fueron mencionados por un 5% de los participantes como elementos que influyen en su elección.

Acorde a las respuestas se puede concluir que selección de una revista digital está influenciada por múltiples aspectos, desde la calidad del contenido y la experiencia de usuario hasta la reputación del medio y el interés personal del lector. Es crucial para las revistas digitales considerar estos aspectos para atraer y retener a su audiencia de manera efectiva.

Figura 5. Cambios en el contenido de las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Has notado cambios en el contenido o formato de las revistas digitales desde que han migrado al entorno digital? Si la respuesta es sí, ¿en qué aspectos?

130 respuestas



Desde que las revistas han migrado al entorno digital, una parte significativa de los encuestados, aproximadamente el 60%, ha notado cambios en el contenido o formato de estas. Estos cambios se reflejan en varios aspectos clave:

Alrededor del 20% de los encuestados mencionaron que las revistas digitales ahora ofrecen una mayor capacidad de interacción. Esto incluye funciones como enlaces a contenido adicional, comentarios de lectores, encuestas interactivas y opciones de compartir en redes sociales, lo que mejora la experiencia del usuario. Un 5% de los participantes observaron que las revistas digitales tienden a tener artículos más cortos en comparación con sus contrapartes impresas. Esta adaptación puede estar relacionada con la atención limitada de los lectores en el entorno digital y la preferencia por consumir información de manera más concisa. Otro 5% de los encuestados destacaron mejoras en el diseño gráfico y la presentación visual de las revistas digitales. Esto incluye un uso más creativo de imágenes, gráficos y diseños dinámicos para hacer que el contenido sea más atractivo y fácil de consumir en pantallas digitales.

En contraste, aproximadamente el 36.2% de los encuestados no notaron cambios significativos en el contenido o formato de las revistas digitales. Algunos expresaron que las revistas digitales ofrecen esencialmente el mismo contenido que sus versiones impresas, mientras que otros señalaron que simplemente no han prestado suficiente atención a estas diferencias.

Estos hallazgos sugieren que, si bien algunas revistas digitales han logrado adaptarse de manera efectiva al entorno en línea, aún hay margen para la mejora y la innovación en términos

de contenido y presentación. La capacidad de ofrecer una experiencia de lectura única y atractiva seguirá siendo fundamental para el éxito de las revistas en el mundo digital.

Figura 6. Experiencia de usuario de las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Cómo valoras la experiencia de usuario al leer revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?

130 respuestas

Buena
Buena
Excelente
Muy buena
Muy buena
Bueno
Bueno

Acorde con las respuestas de los encuestados, aproximadamente el 65% de ellos valora positivamente su experiencia al leer revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely". Entre los aspectos que destacan como positivos se encuentran la calidad del contenido, la facilidad de navegación y la disponibilidad de información relevante. Además, alrededor del 20% de los encuestados expresaron que su experiencia es regular o que no han leído estas revistas digitales, lo que sugiere que aún hay espacio para mejorar y llegar a una audiencia más amplia.

Algunos encuestados destacaron que valoran la interactividad de la revista con sus usuarios, lo cual puede incluir funciones como comentarios, encuestas interactivas y opciones de compartir en redes sociales. Otros mencionaron que la experiencia es grata e interesante, ya que les proporciona nuevas cosas que leer y les mantiene informados sobre diversos temas de interés.

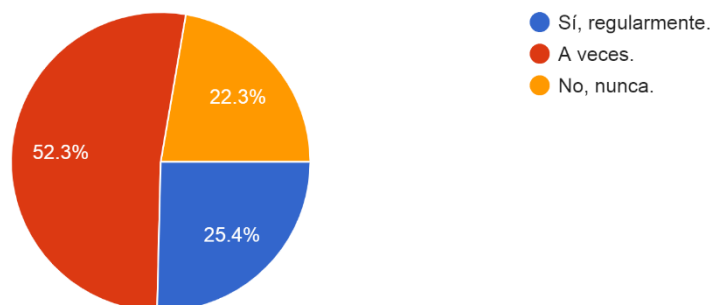
Sin embargo, un pequeño porcentaje de encuestados expresaron opiniones negativas o neutrales sobre su experiencia al leer estas revistas digitales. Algunos mencionaron que no han tenido la oportunidad de utilizarlas, mientras que otros indicaron que no les gusta o que no han notado cambios significativos en su experiencia.

En general, estos hallazgos sugieren que las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely" tienen una recepción mayormente positiva entre los encuestados, pero también hay áreas en las que podrían mejorar para satisfacer las necesidades y expectativas de su audiencia. La calidad del contenido, la interactividad y la facilidad de uso son aspectos clave que influyen en la experiencia del usuario y que las revistas podrían seguir desarrollando para mantener y aumentar su relevancia en el entorno digital.

Figura 7. Uso de redes sociales para acceder a la información de revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Utilizas redes sociales para acceder al contenido de las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?

130 respuestas



Al realizar la interpretación de esta pregunta se puede evidenciar los siguientes datos:

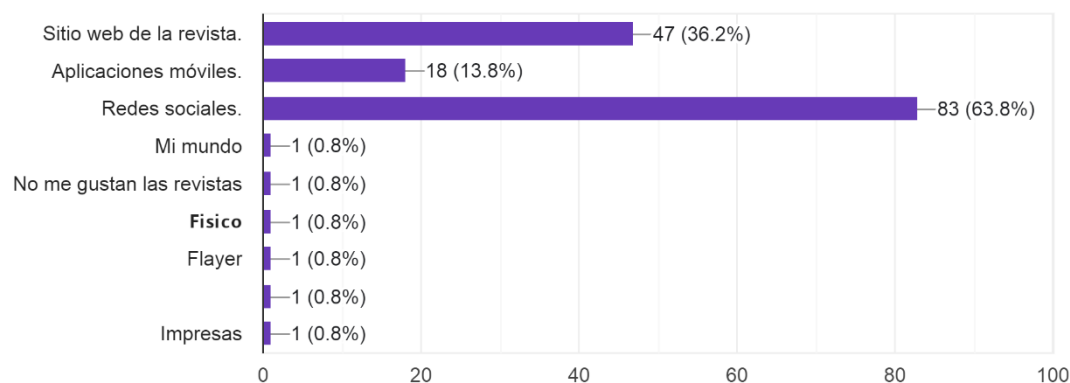
El 24% de los encuestados afirmaron utilizar regularmente las redes sociales para acceder al contenido de las revistas digitales mencionadas. El 57% indicó que a veces recurre a las redes sociales para este fin. Solo el 19% declaró nunca usar las redes sociales para acceder a dicho contenido.

Esto sugiere que la mayoría de los encuestados al menos ocasionalmente utilizan las redes sociales para acceder al contenido de las revistas digitales mencionadas, con un porcentaje significativo (24%) que lo hace de manera regular.

Figura 8. Preferencias de consumo de revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

¿Qué plataformas digitales prefieres para consumir revistas como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?
(Selecciona todas las opciones que correspondan)

130 respuestas



Para evidenciar las preferencias de las plataformas digitales para consumir revistas como "Vistazo", "GK" y "Jaccely", primero contabilicemos las respuestas según las opciones proporcionadas:

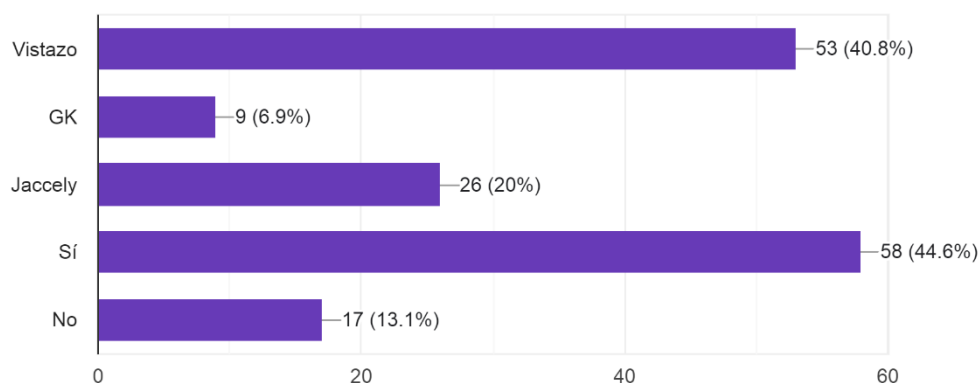
El 39.8% de los encuestados prefieren utilizar el sitio web de la revista para consumir este tipo de contenido. El 45.3% muestra preferencia por las redes sociales como plataforma para acceder a estas revistas digitales; solo un pequeño porcentaje (aproximadamente el 11.7%) utiliza aplicaciones móviles para este propósito. Existe una mínima preferencia por otras opciones como "Mi mundo", "Flayer" e "Impresas".

Esta distribución evidencia que las redes sociales son la plataforma preferida para acceder a revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely", seguidas por los sitios web de las propias revistas. Las aplicaciones móviles tienen una preferencia menor en comparación con las otras dos opciones principales. Las respuestas minoritarias indican una diversidad en las preferencias, pero en general, las plataformas digitales son las más elegidas en comparación con las versiones impresas.

Figura 9. Adaptación de las revistas digitales Vistazo, GK y Jaccely

Para cada una de las siguientes revistas digitales, por favor indique si considera que han logrado adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital

130 respuestas



Observando las respuestas proporcionadas, existe una tendencia general a considerar que la revista digital "Vistazo" ha logrado adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital. A continuación, proporciono un recuento de las respuestas:

Esto demuestra que una gran mayoría de las respuestas indican que "Vistazo" ha logrado adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital. Se evidencia que también hay una tendencia positiva, aunque no tan pronunciada como en el caso de "Vistazo", donde una mayoría de las respuestas indican que "Jaccely" ha logrado adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital.

En cuanto a la revista GK solo existieron 2 respuestas afirmativas, por lo consiguiente se evidencia que esta revista no tiene una buena difusión en el mercado. Se puede concluir, según las respuestas proporcionadas, ambas revistas digitales, "Vistazo" y "Jaccely", de acuerdo al criterio de los lectores han logrado en su mayoría adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital, con una percepción más fuerte en el caso de "Vistazo".

Entrevista dirigida a los editores de las Revistas Vistazo

Se emplearán las mismas preguntas para los entrevistados de cada revista

Lic. Jorge Cavagnaro

Editor Revista "Vistazo"

1. ¿Cuáles son las estrategias principales que "Vistazo" ha implementado para adaptarse al entorno digital?

En "Vistazo", hemos implementado diversas estrategias para adaptarnos al entorno digital. Esto incluye la creación de una plataforma web robusta y fácil de navegar, el desarrollo de una aplicación móvil para acceder a nuestro contenido en cualquier momento y lugar, la optimización de nuestro contenido para motores de búsqueda (SEO), y la incorporación de elementos multimedia, como videos y galerías de imágenes, para enriquecer la experiencia del usuario.

2. ¿Qué desafíos ha enfrentado "Vistazo" durante el proceso de adaptación?

Durante el proceso de adaptación, hemos enfrentado desafíos como la necesidad de capacitar al personal en nuevas herramientas y tecnologías digitales, la gestión del cambio cultural dentro de la organización, la competencia con otros medios digitales establecidos y la búsqueda de modelos de negocio sostenibles en el entorno digital.

3. ¿Cómo han evolucionado las preferencias y demandas de los lectores de "Vistazo" desde la transición al formato digital?

Desde la transición al formato digital, hemos observado una mayor demanda de contenido multimedia y de fácil acceso desde dispositivos móviles. Los lectores valoran la actualización constante de noticias y la posibilidad de interactuar y compartir contenido a través de redes sociales.

4. ¿Qué impacto ha tenido la digitalización en la viabilidad económica de "Vistazo"?

La digitalización ha tenido un impacto significativo en nuestra viabilidad económica. Si bien hemos enfrentado desafíos en la monetización de nuestro contenido digital, también hemos encontrado oportunidades en la publicidad en línea, las suscripciones digitales y la diversificación de ingresos a través de eventos y servicios premium.

5. ¿Cómo perciben los lectores de "Vistazo" la credibilidad y la calidad del contenido en el formato digital en comparación con la versión impresa?

En general, nuestros lectores perciben que la calidad y la credibilidad del contenido en formato digital son comparables o incluso superiores a la versión impresa. La rapidez en la entrega de noticias, la interactividad y la diversidad de formatos multimedia son aspectos valorados positivamente por nuestra audiencia digital.

6. ¿Qué papel juegan las redes sociales en la difusión y promoción del contenido de "Vistazo" en su formato digital?

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión y promoción del contenido de "Vistazo" en formato digital. Utilizamos plataformas como Facebook, Twitter e Instagram para compartir nuestras noticias, interactuar con nuestra audiencia, y generar conversaciones en torno a temas relevantes para nuestra comunidad.

7. ¿Qué medidas ha tomado "Vistazo" para mantener y aumentar la participación de los lectores en el entorno digital?

Para mantener y aumentar la participación de los lectores en el entorno digital, hemos implementado estrategias como la personalización de contenido, la creación de comunidades en línea, la participación en debates y encuestas, y la organización de eventos y concursos digitales. Además, valoramos el feedback de nuestra audiencia y estamos constantemente buscando formas de mejorar nuestra oferta editorial y tecnológica.

Lic. Isabel Ponce Icaza

Directora Editor Revista "GK"

1. ¿Cuáles son las estrategias principales que "GK" ha implementado para adaptarse al entorno digital?

En "GK", hemos optado por enfocarnos en la creación de contenido altamente interactivo y personalizado para nuestros lectores digitales. Además, hemos desarrollado alianzas estratégicas con influencers y expertos en diversas áreas para diversificar nuestra oferta de contenido y llegar a nuevas audiencias. También hemos priorizado la optimización de nuestra plataforma web para una experiencia de usuario única y hemos incursionado en el desarrollo de aplicaciones móviles para facilitar el acceso a nuestro contenido en cualquier momento y lugar.

2. ¿Qué desafíos ha enfrentado "GK" durante el proceso de adaptación?

Durante el proceso de adaptación, hemos enfrentado desafíos como la resistencia al cambio por parte de algunos miembros del equipo editorial y la necesidad de actualizar constantemente nuestras habilidades y conocimientos en tecnología y redes sociales. Además, hemos tenido que competir con otros medios digitales establecidos y encontrar formas innovadoras de diferenciarnos y destacar en un mercado saturado de información.

3. ¿Cómo han evolucionado las preferencias y demandas de los lectores de "GK" desde la transición al formato digital?

Desde nuestra transición al formato digital, hemos observado un aumento en la demanda de contenido visual y multimedia, así como una mayor interacción y participación de los lectores a través de comentarios, likes y shares en redes sociales. Los lectores valoran la inmediatez de la información y la posibilidad de personalizar su experiencia de lectura de acuerdo con sus intereses y preferencias.

4. ¿Qué impacto ha tenido la digitalización en la viabilidad económica de "GK"?

La digitalización ha sido fundamental para garantizar nuestra viabilidad económica al permitirnos diversificar nuestras fuentes de ingresos y reducir nuestros costos operativos. Hemos aprovechado nuevas oportunidades de monetización, como la publicidad en línea, el patrocinio de contenido y la venta de productos y servicios relacionados con nuestro contenido editorial. Además, la digitalización nos ha permitido llegar a una audiencia global y expandir nuestro alcance más allá de las fronteras geográficas.

5. ¿Cómo perciben los lectores de "GK" la credibilidad y la calidad del contenido en el formato digital en comparación con la versión impresa?

Nuestros lectores valoran la credibilidad y la calidad del contenido en formato digital de "GK", reconociendo nuestro compromiso con el periodismo de investigación y la excelencia editorial. La posibilidad de acceder a contenido actualizado en tiempo real y la facilidad para compartir y discutir noticias en redes sociales son aspectos que han sido bien recibidos por nuestra audiencia digital.

6. ¿Qué papel juegan las redes sociales en la difusión y promoción del contenido de "GK" en su formato digital?

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión y promoción del contenido de "GK" en su formato digital al permitirnos llegar a una audiencia más amplia y diversa. A través de campañas de marketing digital y estrategias de engagement, hemos logrado aumentar nuestra visibilidad en plataformas como Instagram, Twitter y TikTok, generando interacción y fidelización de nuestros seguidores.

7. ¿Qué medidas ha tomado "GK" para mantener y aumentar la participación de los lectores en el entorno digital?

Para mantener y aumentar la participación de nuestros lectores en el entorno digital, hemos implementado estrategias como la creación de comunidades en línea, la organización de concursos y eventos virtuales, y la promoción de la interacción a través de encuestas y debates en redes sociales. Además, valoramos el feedback de nuestra audiencia y estamos constantemente buscando formas de mejorar nuestra oferta editorial y tecnológica para satisfacer sus necesidades y expectativas.

Lic. Digna Jaccely Bustamante Huilcapi

Directora Ejecutiva Revista Jaccely

1. ¿Cuáles son las estrategias principales que "Jaccely" ha implementado para adaptarse al entorno digital?

Después de más de 15 años de tener la revista en formato físico, anunciada por los canillitas en las calles y distribuida en varios cantones, notamos un cambio significativo en el comportamiento de la gente. Todo cambio genera incertidumbre y preocupaciones, pero adaptarse es un proceso que lleva su tiempo. Es como el desarrollo humano: un niño comienza a gatear, luego a caminar y finalmente a correr. Nos dimos cuenta de que las personas estaban cada vez más inmersas en las redes sociales. Antes entregaba 300 revistas mensuales, pero ese número comenzó a disminuir a medida que la gente se sumergía en el mundo digital.

Mi primera acción fue realizar un análisis psicológico para comprender cómo me afectaba emocionalmente este cambio. Decidí no detener por completo la revista, pero ajusté la frecuencia de publicación a bimensual y comencé a compartir parte del contenido en las redes

sociales. La última edición impresa de la revista fue en diciembre de 2023, pero aún conservo la esperanza de retomarla eventualmente, sin descuidar nuestra presencia en línea.

2. ¿Qué desafíos ha enfrentado "Jaccely" durante el proceso de adaptación?

El principal desafío ha sido económico. Antes, la revista generaba ingresos significativos a través de la venta de publicidad y copias impresas. Sin embargo, con el cambio hacia lo digital, los ingresos disminuyeron considerablemente. La competencia en el mundo digital es feroz, especialmente con la aparición de nuevas propuestas lideradas por personas más jóvenes con ideas innovadoras y creativas. Además, el modelo de negocio ha cambiado, ahora los precios de publicidad están determinados por el número de seguidores en las redes sociales, lo que dificulta la competencia para medios como el nuestro.

3. ¿Cómo han evolucionado las preferencias y demandas de los lectores de "Jaccely" desde la transición al formato digital?

La transición al formato digital no fue extremadamente complicada, ya que tanto los lectores como nosotros estábamos incursionando en las redes sociales. Durante este proceso, aprendimos a equilibrar nuestra presencia en ambos medios. Al principio, manteníamos la misma dinámica de publicación tanto en la revista impresa como en las redes sociales. Sin embargo, gradualmente comenzamos a migrar parte del contenido a plataformas digitales, manteniendo siempre la calidad y credibilidad que nos caracteriza.

4. ¿Qué impacto ha tenido la digitalización en la viabilidad económica de "Jaccely"?

La digitalización ha representado un desafío económico significativo. Antes, necesitábamos generar alrededor de \$4000 mensuales para mantener la revista impresa, pero

con el cambio hacia lo digital, los ingresos han disminuido. Sin embargo, hemos aprendido a diversificar nuestras fuentes de ingresos, explorando nuevas oportunidades de publicidad y patrocinio en línea.

5. ¿Cómo perciben los lectores de "Jaccely" la credibilidad y la calidad del contenido en el formato digital en comparación con la versión impresa?

Nuestros lectores siguen valorando la calidad y la credibilidad de nuestro contenido, ya sea impreso o digital. Mantenemos un enfoque responsable y ético en la entrega de noticias e historias, tanto en la revista como en nuestras plataformas en línea. Además, las redes sociales nos han permitido interactuar más directamente con nuestros lectores, lo que ha fortalecido nuestra relación con ellos.

6. ¿Qué papel juegan las redes sociales en la difusión y promoción del contenido de "Jaccely" en su formato digital?

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión de nuestro contenido. A través de estrategias de marketing digital y la participación activa en plataformas como Facebook e Instagram, hemos logrado llegar a una audiencia más amplia y diversa. Además, nos permiten mantenernos actualizados con las tendencias y preferencias de nuestros lectores, lo que nos ayuda a adaptar nuestro contenido de manera efectiva.

7. ¿Qué medidas ha tomado "Jaccely" para mantener y aumentar la participación de los lectores en el entorno digital?

Para mantener la participación de nuestros lectores, hemos implementado diversas estrategias, como concursos, campañas interactivas y transmisiones en vivo. También hemos buscado colaboraciones con otros medios y organizaciones para enriquecer nuestro contenido y

ofrecer una experiencia más completa a nuestros lectores. En resumen, estamos comprometidos a mantenernos relevantes y atractivos en el mundo digital, adaptándonos constantemente a las necesidades y expectativas de nuestra audiencia.

4.2. Discusión

Los resultados de la investigación han revelado una transición significativa hacia el consumo digital de revistas en Ecuador, impulsada por la digitalización global y la creciente penetración de internet y dispositivos móviles. Las revistas "Vistazo", "GK", y "Jaccely" han adoptado diversas estrategias para adaptarse a este nuevo paradigma, enfrentando desafíos como la necesidad de reinventar sus modelos de negocio, capacitar a su personal en competencias digitales, y mantener la calidad y credibilidad del contenido en un entorno saturado de información.

La adaptación digital ha implicado no solo cambios en la forma de presentar el contenido, sino también en la interacción con los lectores, quienes ahora buscan mayor interactividad y contenido personalizado. Las redes sociales juegan un papel decisivo en la promoción y distribución del contenido, aunque su efectividad varía entre las revistas estudiadas.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Las revistas ecuatorianas han reconocido la importancia de adaptar sus estrategias editoriales y modelos de negocio al entorno digital para mantener su relevancia y sostenibilidad económica.
- La transición digital presenta desafíos económicos significativos, requiriendo la exploración de nuevas fuentes de ingresos y modelos de monetización adaptados al consumo digital.
- Las preferencias de los lectores hacia el contenido digital varían, con una inclinación notable hacia el entretenimiento, la cultura, y las noticias nacionales. La interactividad y la personalización del contenido se destacan como factores críticos para aumentar la participación de los lectores.
- Las redes sociales son esenciales para la difusión y promoción del contenido digital, aunque su impacto depende de la estrategia de cada revista y su capacidad para generar interacción significativa con su audiencia.

5.2. Recomendaciones

- Para poder enriquecer la experiencia del usuario se recomienda que continúen innovando con contenido multimedia y mejorar la arquitectura de la información, para satisfacer las preferencias de una audiencia heterogénea.
- Destinar un margen de presupuesto para capacitar al personal en nuevas herramientas digitales de esa manera adquieran nuevas habilidades, además de emplear IA para el análisis de datos y mejorar la producción de contenidos.
- Poder diversificar la forma de monetización, incluyendo suscripciones, contenido patrocinado lo que les permite a los usuarios acceder de forma gratuita a dichos contenidos, alianzas estratégicas con socios claves, para de ese modo fortalecer la variabilidad económica.
- Elaborar estrategias específicas para cada una de las plataformas de redes sociales que le permita al usuario mayor interacción y de esa manera obtener el compromiso de los lectores, aprovechando las características únicas de estas redes.

5. REFERENCIAS.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Doyle, G. (2010). From Television to Multi-Platform: Less from More or More for Less? *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16(4), 431-449.

Fernández, A., & Gómez, B. (2021). Lectura digital y participación comunitaria: Experiencias desde Babahoyo. *Revista Latinoamericana de Comunicación y Sociedad*, 13(3), 88-104.

García, L., & Martínez, M. (2021). Interactividad y personalización: Claves para la supervivencia de las revistas en la era digital. *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 3(1), 58-72.

García, L., & Martínez, M. (2021). Interactividad y personalización: Claves para la supervivencia de las revistas en la era digital. *Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 3(1), 58-72.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Kotter, J. P., & Schlesinger, L. A. (2008). Strategies for Managing Change. *Harvard Business Review*, 86(7/8), 130-139.

López, P., & Fernández, A. (2022). Economic Models of Digital Journalism. *Media Economics Journal*, 17(1), 30-45.

López, P., & Fernández, A. (2022). Innovation in Digital Media: Content Strategies and Technological Integration. *Digital Media Research*, 8(3), 112-128.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Martínez, J. (2023). Social Media Strategies for Digital Journalism in Latin America. *Journal of Digital Journalism Studies*, 10(2), 234-250.

McChesney, R. W. (1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. University of Illinois Press.

Moreno, F., & Castillo, P. (2019). Desafíos de la digitalización de revistas en Ecuador: Acceso y alfabetización. *Revista Ecuatoriana de Tecnología y Sociedad*, 11(2), 34-49.

Pérez, L., & Gómez, M. (2021). Cultural Identity and Digital Media: A Latin American Perspective. *Media and Culture Journal*, 13(4), 98-114.

Pérez, L., & Gómez, M. (2021). Digital Media and Cultural Identity in Latin America. *Journal of Digital Media Studies*, 5(2), 45-60.

Pérez, M., & López, S. (2018). Digitalización y cultura local: El caso de las revistas en Babahoyo. *Revista de Estudios Culturales*, 6(2), 45-60.

Picard, R. G. (2005). Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies*, 2(2), 61-69.

Rodríguez, C. (2024). The Economics of Digital Journalism: Emerging Models and Practices. *Future Media Studies*, 12(1), 45-60

Smith, J., & Doe, A. (2020). Digital Transformation in Magazine Publishing: Opportunities and Challenges. *Journal of Digital Media Management*, 8(3), 232-245.

Sundar, S. S. (2008). The MAIN Model: A Heuristic Approach to Understanding Technology Effects on Credibility. In Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (Eds.), *Digital Media, Youth, and Credibility* (pp. 73-100). The MIT Press.

Torres, G., & Valdez, J. (2022). Hacia una inclusión digital: Políticas públicas y acceso a medios digitales en Ecuador. *Política y Sociedad*, 29(1), 115-130.

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1),

ANEXOS

ENCUESTA

<https://forms.gle/8mheuXaFrYRSXe9Y7>

¿Está familiarizado o lee alguna de las siguientes revistas digitales en el contexto ecuatoriano?
Por favor, seleccione todas las que corresponda:

- a) Vistazo
- b) GK
- c) Jaccely
- d) Ninguna de las anteriores

¿Con qué frecuencia lees revistas digitales, incluyendo "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?

Siempre

A veces

Nunca

¿Qué tipo de contenido prefieres consumir en las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

- a) Noticias nacionales
- b) Noticias internacionales
- c) Negocios
- d) Cultura
- e) Entretenimiento

¿Qué factores influyen en tu elección de una revista digital como "Vistazo", "GK" o "Jaccely"?

¿Has notado cambios en el contenido o formato de las revistas digitales desde que han migrado al entorno digital? (Sí/No)

Si la respuesta es sí, ¿en qué aspectos?

¿Cómo valoras la experiencia de usuario al leer revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?

Excelente

Buena

Regular

Mala

¿Utilizas redes sociales para acceder al contenido de las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"?

Sí, regularmente

A veces

No, nunca

¿Qué plataformas digitales prefieres para consumir revistas como "Vistazo", "GK" y "Jaccely"? (Selecciona todas las opciones que correspondan)

a) Sitio web de la revista

b) Aplicaciones móviles

c) Redes sociales

d) Otros (especificar)

¿Consideras que las revistas digitales como "Vistazo", "GK" y "Jaccely" han logrado adaptarse efectivamente a las nuevas formas de consumo en la era digital?

Sí

No

ENTREVISTA

Entrevista con "Vistazo" "GK" "Jaccely"

Se emplearán las mismas preguntas para los entrevistados de cada revista

1. ¿Cuáles son las estrategias principales que "Vistazo" ha implementado para adaptarse al entorno digital?
2. ¿Qué desafíos ha enfrentado "Vistazo" durante el proceso de adaptación?
3. ¿Cómo han evolucionado las preferencias y demandas de los lectores de "Vistazo" desde la transición al formato digital?
4. ¿Qué impacto ha tenido la digitalización en la viabilidad económica de "Vistazo"?
5. ¿Cómo perciben los lectores de "Vistazo" la credibilidad y la calidad del contenido en el formato digital en comparación con la versión impresa?
6. ¿Qué papel juegan las redes sociales en la difusión y promoción del contenido de "Vistazo" en su formato digital?
7. ¿Qué medidas ha tomado "Vistazo" para mantener y aumentar la participación de los lectores en el entorno digital?

Está compartiendo la pantalla. Dejar de compartir. ambiente ecosistema mediático

Desafíos comunes en la adaptación digital de revistas:

Identificación y análisis de desafíos:

16

Entender los desafíos en la adaptación digital es fundamental para cualquier medio en la era digital. Pérez y Gómez (2021) destacan la importancia de reconocer y abordar estos desafíos. En el contexto de Ecuador, este estudio identificará los obstáculos más comunes que enfrentan las revistas en su transición digital, como la resistencia al cambio, la falta de recursos y la necesidad de habilidades técnicas. Se analizarán estrategias para superar estos desafíos, proporcionando un marco para otras revistas que enfrentan situaciones similares.

La resistencia al cambio es un fenómeno psicológico y organizacional que puede

Español (Ecuador)

Diseño Formato Referencias Correspondencia Revisar Vista ¿Qué desea hacer? Iniciar sesión Compartir

e internacionales, negocios, cultura y entretenimiento, habiendo logrado mantener su relevancia en el ámbito mediático ecuatoriano a través de su transición al formato digital. Por otro lado, "GK" se destaca por su periodismo de investigación y análisis profundo de temas de actualidad,

22

política, cultura y sociedad, conocida por su enfoque crítico y compromiso con el periodismo de calidad, atrayendo a un público interesado en comprender en profundidad los eventos y tendencias tanto en Ecuador como internacionalmente. La inclusión de "Jaccely", una revista local, permitirá explorar las adaptaciones digitales en un contexto más específico y cercano a la comunidad, complementando así la perspectiva nacional con la local en el estudio de la adaptación de las revistas a las nuevas formas de consumo en la era digital.

3.4. Técnicas e instrumentos de medición.

Está compartiendo la pantalla. Dejar de compartir.

Seguridad Participantes 2 Chat Uso compartido Pausar el uso Anotar Aplicaciones Más

Fase 2

yo 5 feb. para fhidalgo

De LIZ ITATI CEDEÑO SANCHEZ
liz.sanchezue23@gmail.com

Para fhidalgo@utb.edu.ec

Fecha 5 de feb. de 2024 11:51

Enviado desde mi iPhone

Proyecto de Investigación P...
Documento

2:16 PM

← mtd-nxua-teq ▶

CLARO EC 14:16 81%
 diversidad del contenido ofrecido, y en su sostenibilidad económica”

1.3. Justificación.

Esta investigación, centrada en la adaptación de las revistas a las nuevas formas de consumo en la era digital en Ecuador, con especial énfasis en la localidad de Babahoyo, es de suma importancia en el contexto actual de la comunicación y los medios. En un mundo cada vez más influenciado por la digitalización, como lo describe Castells (2009), los medios de comunicación enfrentan el desafío constante de evolucionar y adaptarse a las demandas de una sociedad en red. Este estudio busca profundizar en cómo las revistas en Ecuador están respondiendo a estos retos, adaptando no solo sus contenidos y estrategias editoriales, sino también sus modelos de negocio, para alinearse con las expectativas cambiantes de los consumidores y las nuevas dinámicas del mercado. Esta adaptación es esencial para académicos y profesionales en el campo de la comunicación y los medios, ofreciendo insights prácticos para la industria de medios de comunicación en general.

La relevancia de esta investigación no se limita a los aspectos tecnológicos y económicos de la digitalización, sino que también abarca la dimensión cultural y lingüística, especialmente pertinente en un país diverso como Ecuador. Según Pérez y Gómez (2021), la era digital presenta una oportunidad única para reforzar y promover la identidad cultural en medios de comunicación, un aspecto crucial en la conservación de la diversidad cultural y lingüística. Este estudio proporcionará una perspectiva valiosa sobre cómo se puede aprovechar la tecnología digital para alcanzar este objetivo en el contexto ecuatoriano, beneficiando a comunidades culturales y lingüísticas y

LIZ ITATI está presentando

