

**TRANSFORMACIÓN DE LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN ANALÓGICOS EN LA ERA  
DIGITAL**

*EL ROL DE INTERNET Y EL IMPACTO DE LA  
PANDEMIA COMO PUNTO DE INFLEXIÓN  
LICENCIATURA EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y DIGITALES*

**ANACABE, CANDELA TATIANA**  
**DOCENTES: ZENKLUSEN, DENISE Y BATISTÓN, VICTORIA**  
**TALLER DE PRÁCTICA PRE-PROFESIONAL 2025**



*“Las palabras son, en mi no tan humilde opinión, nuestra fuente más inagotable de magia.”  
Albus Dumbledore-Harry Potter y las reliquias de la muerte.*

## Agradecimientos

A mi familia por ser la columna de apoyo incondicional.

A mis amistades, las viejas y las nuevas.

Al cuerpo docente por su paciente vocación y guía.

A la universidad pública por mantener las oportunidades abiertas a todas/os.

A mi yo resiliente, porque cuando la vida se desordenó, se adaptó, insistió y no perdió de vista el objetivo.



## **Resumen**

La transformación de los medios de comunicación tradicionales en el contexto digital es uno de los fenómenos más relevantes y complejos de las últimas décadas. Esta mutación no puede entenderse únicamente como una evolución técnica, sino como un cambio profundo en los modos de producir, circular y consumir información. La llegada de internet junto con la progresiva digitalización de las prácticas comunicacionales modificaron la estructura de los medios analógicos como la radio, la televisión y la prensa gráfica, dando lugar a nuevas plataformas como el streaming, el podcast y los portales digitales. En este marco, en el presente trabajo se analiza cómo se dio esta transformación en el medio Sunchales Día por Día, considerando tanto las condiciones estructurales impuestas por el ecosistema digital como el papel clave que tuvo la pandemia de COVID-19 como aceleradora del cambio. La pandemia es entendida como punto de inflexión en esta transformación porque, debido a las medidas sanitarias, forzó a los medios a intensificar los procesos de digitalización, que anteriormente se notaban más paulatinos (por ejemplo el paso de los diarios a portales web), para garantizar la circulación de información y sostener el vínculo con la sociedad.

**Palabras clave:** comunicación, pandemia, medios.



Introducción.....	4
Contexto y fundamentos.....	4
Objetivos y metodología.....	8
Contextualización histórica breve de los medios tradicionales.....	8
Marco teórico.....	11
Antecedentes académicos.....	11
Relevancia del estudio y mirada teórica desde la comunicación.....	12
Medios de comunicación y tecnologías: un vínculo en constante mutación.....	13
Convergencia cultural y ecología de medios: Desarrollo y tensiones.....	14
De la estructura de masas a la sociedad red.....	17
Mediaciones culturales y resignificación social.....	19
Reinvención del periodismo en un ecosistema digital.....	21
Inteligencia colectiva y nuevas formas de narrar.....	23
Marco metodológico.....	26
Lógicas, técnicas y consideraciones éticas.....	27
El material empírico y realización de entrevistas.....	28
Material empírico.....	30
La transformación en los roles y rutinas laborales. El paso a la hibridez mediática.....	31
Desafíos estructurales de la modernización tecnológica: igualdad técnica frente a la desigualdad económica.....	35
El efecto de la digitalidad directamente a las noticias.....	38
Reconfiguración de los espacios: hibridez, interacción y nuevas tensiones en los medios locales.....	40
Conclusiones.....	44
Principales hallazgos:.....	44
Reflexión sobre el impacto de la digitalización y la pandemia en los medios locales.....	47
Bibliografía.....	49



## Introducción

### Contexto y fundamentos

La relevancia de este estudio reside en que la transformación de los medios de comunicación tradicionales trasciende en cuanto temática social porque expresa profundas modificaciones en los modos de producir, distribuir y consumir información. Es decir, cómo vivimos cada día la conexión del plano digital en el cuál antes éramos meros usuarios y actualmente somos partícipes del mismo contenido que consumimos diariamente, y ese desdibujamiento de los límites ha cambiado la forma en que los medios de comunicación se construyen y planifican sus canales de difusión. La digitalización mediática modificó la manera en que la sociedad se informa, se educa y se vincula. Este trabajo se sitúa dentro del campo de los estudios de la comunicación, desde una perspectiva crítica e interpretativa, que busca comprender los procesos asociados a los cambios tecnológicos.

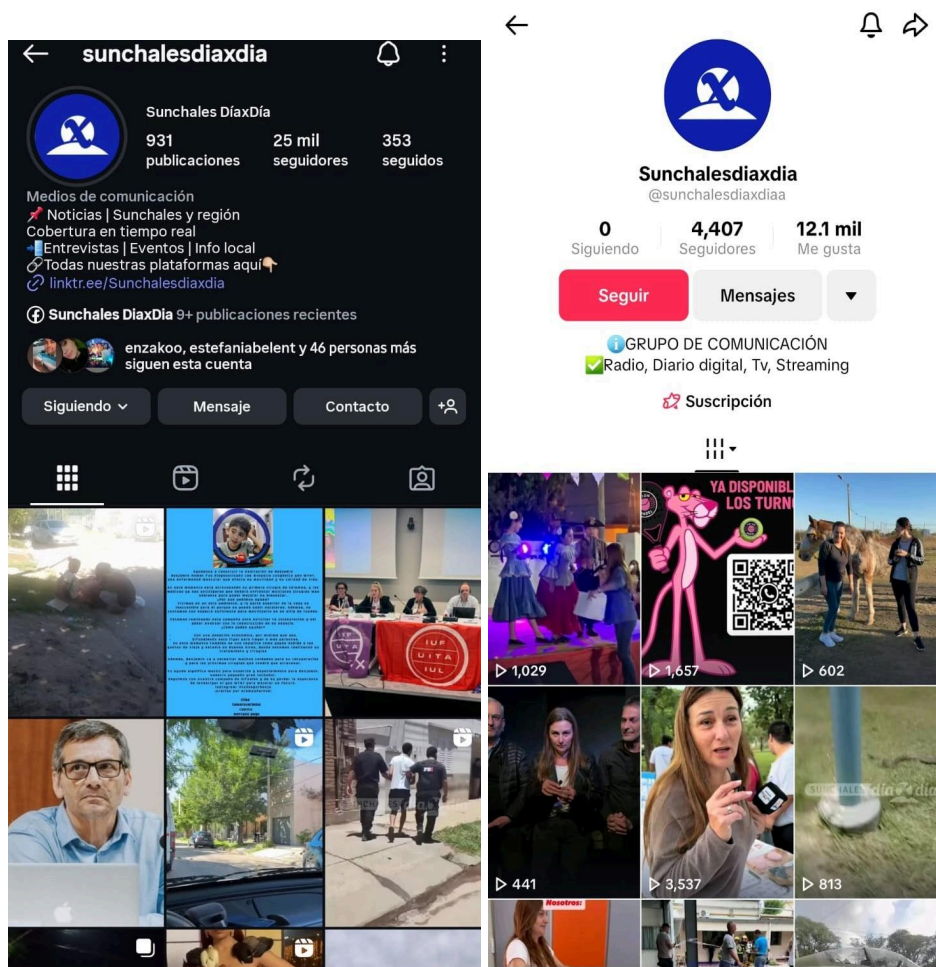
Lejos de desaparecer, los medios tradicionales se vieron obligados a transformarse para subsistir en un entorno mediático en red, donde las audiencias ya no son solo receptoras pasivas sino que se convierten en *prosumidores* (Jenkins, 2006): sujetos que producen, reinterpretan y re-distribuyen contenidos. En este sentido elegí como caso de estudio al medio local *Sunchales Día por Día* porque al igual que muchos otros medios tuvo que enfrentarse a los desafíos de ajustarse a este nuevo escenario; lo denominé como un medio “local” puesto que se sitúa en la ciudad donde resido actualmente. Este medio comenzó como un proyecto netamente radial de alcance local, ligado a transmitir información. Con el tiempo fue incorporando nuevos soportes como televisión y algunas redes sociales (Facebook e Instagram). La digitalización, acelerada especialmente en pandemia, impulsó la transformación paulatina a ser un medio multiplataformas, sumando el streaming en vivo, producción audiovisual (TikToks, reels, etc) y canales de difusión por WhatsApp. Esto además de reforzar su presencia en las redes sociales implicó nuevos roles, equipamiento técnico y una mayor interacción con la audiencia, que pasó a ser receptora a participar con aportes en el programa en vivo (audios y mensajes) y contenidos (los usuarios les envían



fotos y videos de situaciones que suceden en la ciudad o alrededores).

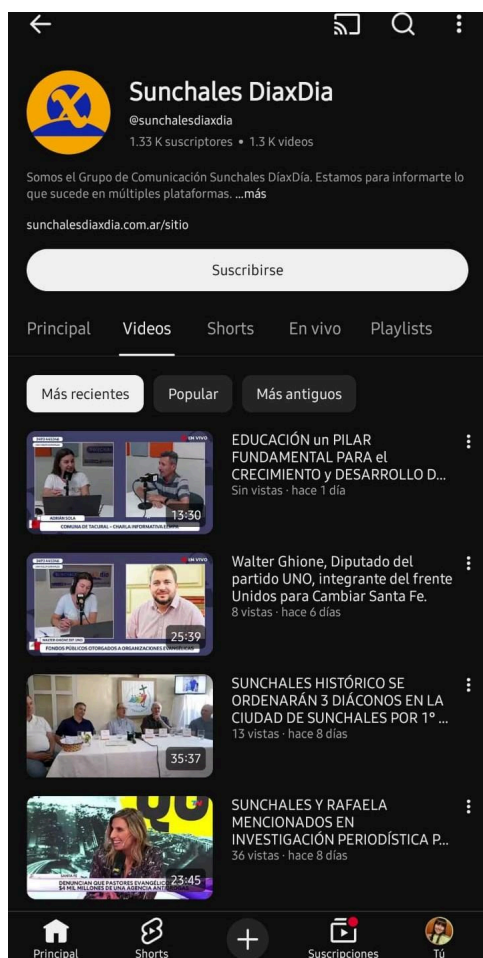


Página web Sunchales Día por Día



Perfil en Instagram-Sunchales Día por Día

Perfil en Tik Tok-Sunchales Día por Día



Canal en YouTube-Sunchales Día por Día

Perfil en Facebook- Sunchales Día por Día

El análisis de su experiencia resulta relevante para este trabajo porque permite observar el cambio bajo los términos de reconfiguración de formatos y de rutinas periodísticas, a partir de una experiencia concreta. Además esto habilita a mostrar cómo un medio de alcance comunitario se articula con las prácticas y expectativas de sus audiencias en un contexto de acelerada digitalización. Para ello, he realizado entrevistas en profundidad a trabajadores de *Sunchales Día por Día* con el fin de relevar sus percepciones acerca de los cambios tecnológicos, narrativos y organizacionales atravesados en los últimos años. La elección de este abordaje se fundamenta en la posibilidad de acceder a discursos situados que permiten comprender el modo en que quienes producen información interpretan las transformaciones mediáticas. Así es cómo se lograría enlazar las dinámicas de cambio propias de la comunicación digital con aquellas que se reflejan en áreas concretas, como por ejemplo las de los sujetos que producen y consumen información en este nuevo ecosistema mediático.



El trabajo parte de un enfoque comunicacional que considera a los medios como espacios de construcción atravesados por múltiples mediaciones culturales. Desde allí, busca recuperar distintos aportes teóricos de autores analizados a lo largo de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales. Uno de los aportes fundamentales recuperados en este trabajo es el de Castells (2009) el cual plantea que vivimos en una “sociedad red”, donde las disposiciones sociales se configuran a partir de flujos de información mediados digitalmente. En relación a esto, Jenkins (2008) desde la noción de convergencia mediática, declara que las audiencias ya no son solamente receptoras pasivas, sino que participan activamente en la producción y circulación de contenidos. Por su parte, McLuhan (1964) afirmaba que “el medio es el mensaje”, lo que implica que cada tecnología de comunicación transforma no solo el contenido, sino también la manera en que percibimos la realidad. A esto se suman los aportes de Lévy (1999) que sostiene que internet promueve formas de inteligencia colectiva, en las que el conocimiento es generado y compartido por comunidades distribuidas en red en diferentes partes del mundo. Finalmente, Martín-Barbero (1987) invita a desplazar el foco de los medios como simples canales para pensar en las mediaciones culturales que atraviesan el consumo mediático, clave para comprender los procesos de resignificación en contextos como la pandemia. Todos estos conceptos serán ampliados en el capítulo que dará el marco teórico más adelante.

A lo largo del documento, en primer lugar, se describirán los objetivos y la metodología, luego se presentará un recorrido histórico breve que reconstruye la evolución de la radio, la televisión y la prensa gráfica hasta su reconfiguración digital. Luego, se abordará el marco teórico que guía la investigación, articulando los aportes de distintos autores clave para comprender este fenómeno. A continuación, se explicará el marco metodológico que sustenta el trabajo, con énfasis en las entrevistas realizadas y explicando las decisiones tomadas en cuanto a la recolección de datos y la perspectiva bajo la cual se los analiza. En el capítulo analítico, se detalla el caso de estudio de *Sunchales Día por Día*, interpretando sus opiniones sobre estrategias de adaptación en el ecosistema digital y reflexionando sobre el lugar que ocupan los medios locales en la configuración de la ciudadanía digital. Para finalizar, en el cierre de este trabajo se presentan los principales hallazgos, reflexiones y la contribución que este trabajo final integrador hace a la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales de UNRaf y, con ello, a este gran campo de estudios.



## **Objetivos y metodología**

El objetivo general del trabajo es analizar el proceso de transformación del medio de comunicación *Sunchales Día por Día* en el marco de la digitalización, considerando el rol estructurante de internet, la emergencia de nuevas dinámicas de producción y consumo mediático, y el impacto de la pandemia de COVID-19 como punto de inflexión que aceleró y profundizó estos cambios.

Teniendo en cuenta esto los objetivos específicos son:

- Identificar las principales transformaciones en cuanto a la estructura organizacional y las rutinas de producción de un medio local para incorporar las tecnologías digitales.
- Reconocer cómo la pandemia del COVID-19 actuó como impulso para los procesos de digitalización persuadiendo a redibujar las estrategias narrativas, cómo distribuyen la información y la interacción con sus públicos.
- Observar cuáles son las nuevas formas de consumo cultural y mediático (tales como el streaming, podcast, redes sociales y portales digitales) y analizar cómo modifican nuestros hábitos, roles y prácticas.
- Analizar las percepciones de actores que trabajan en el sector, respecto a las transformaciones en los formatos, lenguajes y lógicas comunicativas.
- Explorar de qué manera las transformaciones configuran el rol social del medio local, dándole un nuevo significado a sus funciones en cuanto a información, mediación comunitaria y construcción de ciudadanía en el presente ecosistema digital.
- Vincular los hallazgos del estudio de caso a los debates teóricos sobre digitalización, convergencia y mediaciones culturales para poder situar esa experiencia local en el contexto global de estos cambios.

De esta manera los objetivos se ven enmarcados bajo una estrategia de investigación cualitativa, que permite explorar y comprender en profundidad los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva interpretativa. La investigación no busca establecer leyes universales sino identificar y analizar procesos de transformación en los medios de comunicación tradicionales a partir del impacto de la digitalización.

## **Contextualización histórica breve de los medios tradicionales**

### **La radio: de la transmisión unidireccional al espacio comunitario**



La radio, desde sus primeras emisiones a comienzos del siglo XX, se consolidó como uno de los medios de mayor alcance social. En Argentina, la famosa transmisión de “Los locos de la azotea” en 1920 marcó el inicio de una larga tradición radiofónica que articuló entretenimiento, información y cultura. Durante décadas, la radio fue el medio más inmediato, acompañando la vida cotidiana con música, noticias y relatos.

Su fuerza residía en la inmediatez y en el carácter íntimo de la voz, capaz de crear cercanía incluso a distancia. A lo largo del siglo XX, la radio se consolidó como herramienta de cohesión social y, en muchos casos, como espacio comunitario y educativo.

### **La televisión: la hegemonía de la imagen**

Con la llegada de la televisión, a mediados del siglo XX, se produjo un giro hacia lo audiovisual que transformó el ecosistema comunicativo. La televisión se convirtió rápidamente en un medio masivo, al reunir la capacidad narrativa de la imagen con la inmediatez de la transmisión en vivo.

En Argentina, su primera transmisión oficial se dio en 1951, coincidiendo con un período de consolidación cultural y política en el que la televisión se volvió central para la construcción de identidades colectivas. La TV integró espectáculos, deportes, noticias y entretenimiento, consolidando formatos que aún hoy persisten. Su alcance territorial, sin embargo, estuvo limitado por cuestiones técnicas y económicas, lo que permitió la convivencia con otros medios.

### **La prensa escrita: entre tradición y modernización**

La prensa escrita, con raíces en el siglo XIX y consolidada como principal soporte informativo en la primera mitad del siglo XX, atravesó distintas etapas de modernización: mejoras tecnológicas en impresión, incorporación de fotografías y suplementos, y procesos de concentración empresarial que marcaron su desarrollo.

Los diarios y revistas fueron durante décadas el espacio privilegiado de la opinión pública, construyendo agenda y legitimando temas de interés social. La prensa representaba un medio reflexivo en comparación con la inmediatez de la radio y la televisión, pero su influencia era decisiva en la configuración política y cultural.

### **¿Qué sucede con los medios en el escenario digital?**

#### **Radio en internet: streaming y podcast**

La digitalización permitió a la radio superar las limitaciones territoriales: con el streaming, las emisoras comenzaron a transmitir en línea, ampliando audiencias más allá de sus zonas



tradicionales de alcance. Posteriormente, el podcast consolidó un formato flexible y bajo demanda, alineado con los hábitos de consumo contemporáneos.

### **Televisión: del broadcasting al on demand**

La televisión experimentó la convergencia tecnológica con la llegada de internet y la televisión por cable digital. La aparición de plataformas de video bajo demanda (YouTube, Netflix, etc.) redefinió los hábitos de consumo, fragmentando la audiencia y erosionando el modelo de la “pantalla única” familiar. La televisión en vivo mantiene su relevancia en acontecimientos deportivos o políticos, pero perdió centralidad frente a los consumos individualizados.

### **Prensa escrita: de lo impreso a lo digital**

Los diarios fueron los primeros en verse directamente afectados por internet. La crisis de los años 2000, con la caída de la venta de ejemplares en papel y el descenso de la publicidad gráfica, obligó a los medios a migrar hacia portales web. Este proceso inauguró un nuevo paradigma: la actualización constante, la inmediatez y la búsqueda de monetización digital. La prensa digital no solo replicó contenidos impresos, sino que incorporó recursos multimedia e interacción con los usuarios, ampliando las formas de narrar la actualidad.

Este repaso histórico permite descomponer cómo los medios tradicionales (individualmente caracterizados) construyeron durante gran parte del siglo XX un ecosistema mediático determinado. Sin embargo, la irrupción de internet trajo consigo un cambio de estructura: la lógica de la unidireccionalidad dio paso a la interactividad, la masividad se combinó con la personalización y los usuarios pasaron a ser, en muchos casos, productores de contenidos.



## **Marco teórico**

### *Antecedentes académicos*

Con el fin de construir un marco conceptual sólido, he seleccionado diversos trabajos académicos que abordan desde diferentes posiciones temas relacionados a este trabajo final. Estas investigaciones permiten aproximaciones a los cambios técnicos y de las prácticas culturales, las dinámicas de producción y circulación de sentido, y el rol del público en el nuevo ecosistema mediático.

Carlos Trilnick en su escrito *Nuevos medios, viejos medios* (2011) analiza los cambios en los medios de comunicación tradicionales a partir del avance de la digitalización y la convergencia tecnológica. Plantea que esta transformación concierne no sólo a las formas de producir contenidos sino también a las lógicas del consumo mediático. Resalta que hay una creciente dependencia entre los seres humanos y los dispositivos tecnológicos. Las conclusiones permiten contextualizar la transición de los medios analógicos a un entorno digital desde una perspectiva técnica y simbólica. El autor aporta herramientas conceptuales para interpretar los procesos de adaptación de los medios tradicionales al ecosistema digital coetáneo.

Por otro lado Natalia Aguerre en *Arte y medios: narrativa transmedia y translector* (2019), observa cómo artistas de diversas disciplinas se transforman mediante el uso de medios digitales. Por otro lado, examina cómo los usuarios adoptan nuevas formas de lectura en el entorno transmedia. Introduce el concepto de “translector” que es una figura activa que participa en la construcción de sentido a través de múltiples lenguajes y plataformas. Este trabajo tiene relevancia porque logra evidenciar que la digitalización no sólo cambia las formas narrativas, sino que transforma los modos de ser, estar y pensar. Esta perspectiva es clave para comprender cómo la digitalización afecta tanto a los emisores como a los receptores de mensajes en los medios.

Otra referencia es Ernesto Marcelo Miró en su estudio: *De lo impreso a lo digital: El proceso de migración del periódico El Universitario de la UNNOBA* (2020) sobre la migración del periódico El Universitario. En él, analiza la transformación del medio desde el formato impreso al digital entre 2010 y 2018. El autor señala que este cambio implicó redefinir



objetivos, incorporar nuevas habilidades técnicas y ampliar el alcance que ya tenía el periódico. La digitalización aparece aquí no sólo como un desafío técnico, sino como una reconfiguración profunda de las lógicas de producción, circulación y participación. Este caso concreto muestra cómo un medio institucional debió reinventarse para seguir cumpliendo su rol en un nuevo dominio.

El trabajo colectivo *Internet: Portafolio/blogs: límites y alcances en el campo de la Comunicación/Educación (2017)* de Vargas, Moyano, Romero y Adriana, publicado en la Revista FELAFACS, explora el uso del blog como portafolio digital en el campo de la comunicación y la educación. Aunque esté centrado en un entorno educativo, el estudio resulta congruente ya que demuestra cómo las herramientas digitales modifican las prácticas de producción y circulación de sentido. Las autoras destacan el carácter expresivo y colaborativo de los entornos digitales lo que aporta capacidad para ampliar la visibilidad de los contenidos más allá del aula. Este análisis refuerza la idea de que la digitalización transforma tanto el rol del emisor como la lógica de consumo.

Por último, el trabajo *Medios digitales: estrategias para generar credibilidad en tiempos de noticias falsas (2020)* de Viada, Massa, Rodríguez y Mercol examinan las estrategias de seis medios digitales cordobeses para combatir la desinformación en un contexto de crecimiento de las fake news. Advierten que la digitalización ha perturbado las rutinas periodísticas tradicionales, afectando los tiempos, las prácticas y los criterios de relevancia. Se evidencia que el uso de tecnologías digitales no garantiza mejores prácticas comunicativas, y se subraya cómo los algoritmos, métricas y procesos automatizados influyen en las decisiones editoriales. Esta investigación resulta crucial para entender cómo la digitalización transforma no sólo los medios, sino también los valores profesionales y sociales asociados a la producción del periodismo.

### **Relevancia del estudio y mirada teórica desde la comunicación**

En ese marco, se vuelve clave cuestionar el valor y la urgencia de la pregunta troncal que motiva este proyecto: ¿por qué es importante estudiar esta transformación? ¿Qué sentido tiene señalar este cambio? Este trabajo final integrador retoma un tema que reviste relevancia a nivel social y cultural, porque cuando cambian los medios también cambian las maneras en que nos relacionamos, narramos el mundo y ejercemos ciudadanía.



Debido a que el tema principal del proyecto explora un proceso de transformación social y tecnológica, que afecta directamente a la comunicación pública, la cultura, y la vida cotidiana, es fundamental conocer la mirada comunicacional desde donde parte este trabajo y para esto es necesario desarrollar algunos de los conceptos y autores elegidos para sustentar el caso principal del proyecto. El objetivo de este marco teórico es ofrecer un entramado conceptual que permita comprender esa transformación a partir de autores clásicos y contemporáneos que abordan la relación entre tecnología, instituciones mediáticas, audiencias y prácticas culturales.

De esta forma, comienzo presentando desde qué perspectiva de la comunicación nos posicionamos. Washington Uranga (2007) define a la comunicación como “un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva” (p.3). Es decir que, para este proyecto, la comunicación no es un concepto fijo o estático, sino que está en constante movimiento y nosotros mismos formamos parte y que definimos los vértices del cambio acorde a nuestras necesidades comunicativas.

Para poder estudiar el fenómeno que aquí se cuestiona es clave entender que partimos desde la idea de que toda variación tecnológica debe ser analizada en su dimensión cultural y práctica. Esta perspectiva sitúa al investigador frente a preguntas sobre cómo los sujetos (periodistas, técnicos, audiencias) reinterpretan herramientas y reconfiguran rutinas, y sostiene la necesidad de analizar la mediación simbólica de las tecnologías, no sólo su dimensión instrumental, al abordar la digitalización de los medios.

### **Medios de comunicación y tecnologías: un vínculo en constante mutación**

Desde sus orígenes, los medios de comunicación han estado estrechamente ligados al desarrollo tecnológico. La aparición de internet configura este vínculo, generando una transformación profunda tanto en las lógicas de producción como en los modos de circulación y consumo de los contenidos. La característica principal de este lazo entre la tecnología y los medios no es el conocimiento y la información sino cómo se aplica ese conocimiento e información a los aparatos de generación de contenido y procesamiento de información/comunicación, en un círculo de retroalimentación acumulativo entre el perfeccionamiento y sus usos (Castells, 1996). Un ejemplo de esta dinámica es que actualmente los programas de radio en vivo van variando su programación diaria a medida



que interactúan con los oyentes a través de diferentes canales (Audios o mensajes en Whatsapp) o contenido viral de Instagram, Tik Tok o en X (Twitter) en el mismo momento que se está transmitiendo el programa.

Entonces los medios no son sencillos canales para transportar información, sino estructuras que modelan el sentido por lo que cada medio puede comprenderse como una extensión de alguna capacidad humana: el libro prolonga la vista, el teléfono el oído, internet el sistema nervioso central. En relación a esto Marshall McLuhan (1964) propuso que “el medio es el mensaje”, planteando que cada tecnología de comunicación reorganiza la percepción, la cultura y las relaciones sociales. Es por eso que a medida que la sociedad avanza, la tecnología se complejiza más porque las tecnologías son las que median nuestras experiencias.

Es clave aquí, retomar la idea principal de la introducción del bloque teórico porque McLuhan señala cómo cada medio transforma la percepción y Uranga (2007) complementa mostrando que esos procesos comunicacionales nunca son estáticos: se redefinen constantemente en función de las prácticas sociales y culturales de los sujetos. Así, la comunicación no puede pensarse como un simple reflejo de la tecnología, sino como una dinámica en la que las innovaciones técnicas se articulan con sentidos sociales en disputa.

De esta manera, la mutabilidad mediática no sólo afecta a las industrias culturales o a la rutina de los profesionales, sino que atraviesa oblicuamente a la manera en que se estructura la sociedad misma. La digitalización, entonces, no implica únicamente un salto únicamente en el sentido técnico de los medios, sino que es un reordenamiento profundo de la cultura y de las relaciones sociales, que resignifica qué entendemos por “ver televisión”, “escuchar radio” o “leer un diario”.

### **Convergencia cultural y ecología de medios: Desarrollo y tensiones**

La participación del público adquiere un valor central: las audiencias colaboran, reinterpretan y resignifican los contenidos, erosionando las fronteras entre emisores y receptores. Henry Jenkins (2006) profundiza en el concepto de convergencia cultural, entendido como el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas y la cooperación entre diferentes industrias de comunicación. En este marco, los usuarios se convierten en actores activos que no sólo consumen sino que también producen, circulan y transforman los mensajes. Ejemplos como lo que sucede con universos como “Harry Potter”, “Star Wars” o “Stranger Things”



donde la narrativa inicial se expande en un mundo donde conviven las películas, cómics, libros, videojuegos, fanfictions y contenidos en redes sociales. Los mismos fanáticos crean sus propias producciones que expanden el material inicial. En la misma línea, para poder expandir la ejemplificación, Netflix que inicialmente era solamente una plataforma de stream ya no solo se limita a distribuir películas o series sino que forma parte de las redes sociales teniendo perfiles propios donde habilita fenómenos culturales como memes, debates e interpretaciones de la audiencia.

Llevando esta idea de procesos dentro de la convergencia cultural a un nivel más nacional, en Argentina los diarios Clarín o La Nación que antes eran únicamente prensa impresa actualmente producen podcast y contenido audiovisual en YouTube, por supuesto también tienen presencia en redes sociales. Esta diversificación evidencia cómo la producción mediática actual no puede pensarse en términos de soportes aislados, sino de una circuito que integran múltiples plataformas y lenguajes. A lo que se intenta llegar con este ejemplo es que, a medida que van surgiendo estos nuevos tipos de audiencia, surge la necesidad de que los medios migren a otras plataformas que les permita conectar con esas nuevas dinámicas.

Respecto a esto, Carlos Scolari (2008; 2013) introduce la idea de ecología de medios, que permite entender a la comunicación como un ecosistema en permanente mutación, donde los medios tradicionales y digitales no se reemplazan de manera lineal, sino que se transforman mutuamente en un entramado complejo de interacciones.

Podríamos decir que, actualmente, la televisión, la radio o la prensa conviven con el streaming, el podcast y las redes sociales, generando un entorno híbrido que exige nuevas competencias tanto a productores como a audiencias. Radios argentinas como Metro 95.1, Futurock o Urbana Play hoy suben sus programas a la web y al mismo tiempo transmiten en vivo por YouTube o Twitch. En cuanto a televisión argentina, canales como Telefe, TN, Canal 13, transmiten simultáneamente en la pantalla tradicional y en sus plataformas digitales. Un ejemplo de esto es el programa “Ahora Caigo” de Canal 13 que no solamente se puede ver en vivo sino que, al finalizar la transmisión, es subido a YouTube en el perfil oficial del canal. Otro ejemplo de cómo funciona este ecosistema entre la cultura mediática tradicional con lógicas digitales nativas es el fenómeno de “La Voz Argentina” 2025, donde el formato continúa en su versión televisiva clásica pero suma un programa de previa y react en vivo por YouTube, también la plataforma HBO lo retransmite y al terminar sube el episodio, además



los propios integrantes del jurado y participantes generan contenido para las redes del programa.

Como en todo sistema en transformación o proceso de evolución se presentan tensiones y desafíos que merecen atención. Por ejemplo:

- Tensión entre identidad local y presencia global. Los medios locales deben mantener su vínculo y relevancia territorial mientras que operan en un ecosistema global donde persisten grandes empresas y plataformas digitales que dictan normas y hasta estándares de consumo. Por ejemplo, una multimedio local, como es *Sunchales Día por Día*, que produce contenido en redes sociales y YouTube debe equilibrar la información relevante para su audiencia específica con contenidos que puedan viralizarse o atraer tráfico más amplio.
- Tensión entre producción profesional y participación del público. Aunque los usuarios/consumidores ahora pueden colaborar, reinterpretar y generar contenidos propios, esta participación activa puede chocar con las estrategias de marca, la línea editorial y los criterios periodísticos del medio. Un medio local puede encontrarse con que la interacción con la audiencia en redes sociales genera oportunidades para recibir feedback, pero también obliga al equipo a gestionar comentarios, moderar debates y ajustar contenidos sin perder su identidad periodística.
- Tensión entre innovación tecnológica y recursos limitados. La integración de múltiples plataformas, transmisiones simultáneas y formatos transmedia requiere inversiones en infraestructura, capacitación y tiempo del personal, lo cual puede ser un desafío para medios con presupuestos acotados. Aquí, la digitalización puede ser tanto una oportunidad para ampliar la audiencia como un desafío operativo para mantener la calidad de los contenidos en todas las plataformas.

Reconocer estas tensiones permite una comprensión más completa de la transformación mediática, y prepara el terreno para analizar cómo la digitalización redefine la sociedad red, los prosumidores y las mediaciones culturales en el marco de este trabajo. Además estas tensiones muestran que la convergencia y la ecología mediática no son procesos lineales ni homogéneos; al contrario, implican negociaciones constantes entre tecnología, audiencia y prácticas profesionales



## **De la estructura de masas a la sociedad red**

Con la digitalización, emerge lo que Manuel Castells (1996) conceptualiza como sociedad red, una forma social estructurada a partir de nodos interconectados, donde internet se convierte en una plataforma clave para la circulación descentralizada de la información. Los medios tradicionales, en este contexto, se ven obligados a reformular su lógica unidireccional y adaptarse a un ecosistema donde los usuarios también producen, filtran y redistribuyen contenido.

Este paradigma, según Castells (1996), tiene como materia prima a la información, es decir que las tecnologías actúan directamente sobre la información, lo que diferencia radicalmente a este proceso de las revoluciones tecnológicas previas que buscaban usar la información para mejorar la tecnología. Por otro lado, actualmente la tecnología posee una fuerte capacidad de invasión debido que, al estar la información en el núcleo de toda actividad humana, los procesos individuales y colectivos quedan moldeados por el nuevo entorno digital. Otra característica del paradigma actual, es la lógica de interconexión: el formato de red resulta especialmente adecuado para gestionar la creciente complejidad de las interacciones sociales y económicas. Un ejemplo que nos ayuda a entender esta lógica es el modo en que los portales de noticias digitales en Argentina, como Infobae o Página/12, no sólo publican artículos en sus sitios web, sino que integran sus contenidos a redes sociales, podcasts, newsletters y transmisiones en vivo. Cada plataforma se retroalimenta con las demás y permite que la información circule de forma casi simultánea por múltiples plataformas, generando un ecosistema interconectado que amplifica su alcance y se adapta a la complejidad de las prácticas de consumo actuales.

Finalmente la flexibilidad caracteriza a la nueva trama social en la cual este trabajo se basa. Esto se debe a que las instituciones y organizaciones pueden (y deben) transformar su configuración casi constantemente, adaptándose a escenarios cambiantes y fluidos. Estos rasgos explican por qué los medios de comunicación no sólo han debido digitalizar sus soportes, sino también cambiar sus estructuras internas, rutinas productivas y relaciones con sus audiencias.

Este cambio se vincula con el surgimiento del prosumidor (Toffler, 1980; Jenkins, 2006), es decir, el usuario que ya no se limita a consumir contenidos sino que también los produce y resignifica. Ya no se puede hablar de emisores y receptores puros e individuales: el usuario evoluciona a un prosumer, productor y consumidor al mismo tiempo. Scolari (2013) también



habla del translector, que navega entre relatos fragmentados y construye sentido de manera activa, móvil y transversal. El caso del tráiler de “Shrek 5” del estudio de animación estadounidense Dreamworks es una muestra de cuánto influye el papel de los prosumidores. Ante la avalancha de críticas negativas en redes sociales por el diseño inicial de los personajes y por lo predecible que era la nueva historia de la película, la productora decidió posponer el estreno y reconfigurar aspectos centrales de la narrativa visual. Este episodio evidencia cómo la voz de los usuarios, organizada en red, puede incidir en decisiones de grandes corporaciones culturales. A escala nacional, fenómenos similares pueden observarse en producciones televisivas y digitales que ajustan formatos, segmentos o dinámicas de interacción a partir de la retroalimentación constante de la audiencia en Twitter, YouTube o Twitch. Un formato reality show como Gran Hermano Argentina, decide amplificar sus narrativas a través de redes sociales, donde los comentarios de los usuarios influyen en la construcción de personajes, la continuidad de participantes o la visibilidad de determinados momentos.

Actualmente los medios no solamente cumplen la función de informar o comunicar sino también articulan las relaciones humanas, institucionales y mediáticas. Es por eso que los medios tradicionales no desaparecieron por completo, sino que se vieron obligados a transformarse para poder sobrevivir a la nueva sociedad. Por supuesto, este proceso de adaptación no es lineal ni muchos menos uniforme, sino que presenta resistencias, desigualdades y tensiones, especialmente en contextos como el de la pandemia del COVID-19, donde el acceso a lo digital se volvió un requisito central para la supervivencia simbólica y operativa de muchos medios como la televisión o la radio que debido al distanciamiento social fueron migrando parcial o totalmente a la digitalidad.

Van Dijck (2013) enriquece este análisis al proponer que las redes sociales deben comprenderse como constructos tecnoculturales y estructuras socioeconómicas. Hay seis dimensiones que existen en el nuevo modelo: tecnología, usuarios, contenido, propiedad, gobernanza y modelo de negocio. Lo que muestra cómo las plataformas digitales se insertan en un entramado complejo que articula prácticas culturales con lógicas empresariales y económicas. Ambas perspectivas dejan en evidencia que las dinámicas de producción y cómo circula la información en la era digital no depende únicamente de la innovación técnica sino también de las instituciones de poder, los modelos de negocio y también radica en la capacidad de los usuarios para apropiarse de esas herramientas.



Este proceso abre oportunidades de participación y creatividad, pero también plantea desafíos vinculados a la desigualdad de acceso, la dependencia de plataformas globales y la sostenibilidad de los proyectos locales. Este es el caso de *Sunchales Día por Día* porque nació con la versión tradicional de radio y actualmente articula su funcionamiento a partir de nodos interconectados en distintas plataformas (sitio web, redes sociales, WhatsApp, streaming, televisión), donde la circulación de información no se reduce a una lógica unidireccional, sino que se involucra directamente con la comunidad. Los usuarios locales no solo consumen las noticias, sino que las comentan, aportan más información y las comparten, generando un entramado de debate comunitario en torno a las distintas problemáticas que propone el medio. En este ecosistema, los seis niveles que propone Van Dijck (2013) se evidencian: desde la dimensión tecnológica (la multimedialidad de las plataformas), pasando por la participación activa de los usuarios, hasta los modelos de negocio basados en la publicidad local que sostienen al medio. De esta manera, la elección de este caso como objeto de estudio no solo se justifica por su relevancia en el contexto local, sino también porque permite observar cómo los procesos globales de digitalización y convergencia se materializan en prácticas comunicacionales cotidianas en ámbitos comunitarios.

### **Mediaciones culturales y resignificación social**

Para poder hacer un análisis completo del fenómeno que este trabajo final explora no puedo acotar la visión simplemente a los medios como tal, en relación a esto Jesús Martín-Barbero (1987) sugiere un desplazamiento analítico de los medios a las mediaciones culturales, poniendo el foco en los procesos culturales que otorgan sentido a las prácticas comunicacionales. En este marco, los medios no se entienden sólo como aparatos técnicos o simples instrumentos de transmisión de información sino como lugares de construcción simbólica que se reconfiguran con cada cambio de contexto. Como señala Martín-Barbero (1987), la comunicación es cultura antes que transmisión técnica, y por lo tanto los procesos mediáticos deben leerse en clave de prácticas sociales. La comunicación entonces es, para este trabajo, un proceso dinámico, en constante negociación entre emisores, usuarios y contextos sociales.

Por esta razón he elegido como punto de inflexión la pandemia del COVID-19 ya que el uso intensivo de medios digitales resignificó su valor porque pasaron a ser espacios de encuentro, interacción y apoyo social. Recitales en streaming de artistas como Abel Pintos, clases



escolares desarrolladas a través de Zoom, talleres comunitarios en Facebook Live o debates ciudadanos en YouTube son ejemplos de cómo lo digital no solo suplió la presencialidad, sino que abrió nuevas formas de experiencia colectiva. También podemos nombrar como ejemplo al canal de streaming Luzu TV, que surgió en pandemia, según relata Nicolas Occhiatto (dueño del canal) en varias ocasiones. Los medios digitales se consolidaron así como mediaciones culturales capaces de sostener vínculos, recrear ritualidades y reforzar identidades en un contexto de aislamiento.

En este contexto me parece clave sumar el concepto de inteligencia colectiva que introduce Pierre Lévy (1997), el cual señala que el conocimiento se genera de manera compartida y colaborativa en entornos digitales. La producción, reinterpretación y redistribución de contenidos por parte de las audiencias constituye un elemento central de la resignificación social de la información. En Argentina, fenómenos de acción colectiva como el movimiento #NiUnaMenos muestran cómo las audiencias no solo consumen información, sino que generan discursos, narrativas y sentidos colectivos con impacto social y político (Lévy, 1997). Asimismo, en línea con lo planteado hasta ahora, Peñafiel Sáiz (2013) plantea que los medios tradicionales se adaptan a esta dinámica mediante narrativas transmedia, desplegando sus contenidos en múltiples formatos y plataformas, combinando textos, audios, videos y elementos interactivos. El relato periodístico se despliega en múltiples plataformas, textos, audios, videos, redes sociales, podcasts y streamings, y se enriquece con la participación activa de las audiencias. Esta estrategia permite no solo sostener la relevancia de los medios, sino potenciar la participación de las audiencias, consolidando un ecosistema comunicativo híbrido. Aquí también se articula la noción de Jenkins (2006) sobre la cultura de la convergencia, en la que lo profesional y lo amateur se mezclan. Actualmente las noticias no son únicamente producidas por periodistas profesionales, sino reinterpretadas y difundidas por usuarios mediante comentarios, memes, reels o publicaciones en redes sociales.

Este enfoque resulta fundamental para comprender la relevancia y el impacto de los medios locales como *Sunchales Día por Día*, que interactúan con su audiencia en múltiples plataformas y participan activamente en la construcción de la vida social y cultural de su comunidad. Durante la pandemia, no sólo informaban sobre números de contagios o medidas sanitarias, sino que se constituyeron como un espacio de memoria y contención comunitaria: compartieron mensajes de aliento, promovieron campañas solidarias, difundieron fotos y relatos enviados por vecinos. En este proceso el medio elegido (caso que desarrollaremos más



adelante) se convirtió en una mediación cultural viva, donde se cruzaron lógicas industriales, políticas, afectivas y culturales.

Para este trabajo, los mensajes y los medios son herramientas de expresión de valores y formas de habitar la realidad y es por eso que no alcanza con describir las nuevas tecnologías que trajo consigo la digitalización sino que es pertinente comprender qué formas de vida promueven, que cultura se construye y cómo las prácticas se llevan a cabo en los medios de comunicación. Entonces, la digitalización no solo aporta tecnología sino que también transforma los proyectos culturales y simbólicos que sostienen la comunicación.

En conclusión, al analizar los medios desde las mediaciones culturales, se evidencia que la transformación digital no solo modifica los soportes o canales, sino que altera profundamente la manera en que las personas ven, sienten y construyen la realidad, consolidando un ecosistema comunicativo donde la participación, la colaboración y la resignificación constante son ejes centrales de la experiencia mediática contemporánea. Lo que concierne a este proyecto es que todo proceso comunicacional implica conflictos de sentido y disputas por el significado. Esto nos permite entender que la transformación de los medios no es solo técnica o formal, ni mucho menos lineal, sino que implica cambios en las formas de ver, sentir y pensar el mundo. La digitalización, por tanto, no solo introduce nuevas herramientas o plataformas, sino que modifica las prácticas culturales y las matrices simbólicas que estructuran la experiencia comunicacional.

### **Reinvención del periodismo en un ecosistema digital**

Los medios de comunicación, específicamente en el área del periodismo, no pudieron limitarse a sobrevivir en la era digital sino que tuvieron que reinventarse. Como sostiene Peñafiel Sáiz (2013) el periodismo no se limita a sobrevivir en un ecosistema caracterizado por la hiperconexión, sino que debe reinventarse incorporando nuevos lenguajes, formatos y estrategias narrativas. En este sentido, las narrativas transmedia se convierten en un recurso central para mantener la vigencia y relevancia de los medios tradicionales en un ecosistema hiperconectado. El relato periodístico ya no se construye en un único soporte, sino que se despliega en múltiples plataformas, combinando textos, videos, audios, redes sociales y contenidos interactivos. Es decir que, un mismo acontecimiento puede desplegarse en múltiples plataformas, desde la cobertura televisiva hasta el análisis en videos de Youtube, los



clips en redes sociales, los memes que crean los usuarios, el detrás de escena en TikTok o Instagram y las transmisiones en vivo en plataformas de stream, como Twitch.

Retomando estos planteos, Becerra y Mastrini (2000) advierten que las industrias culturales en la era digital no pueden entenderse individualmente, sino como parte de un sistema mundial de comunicación. En este marco, las plataformas digitales actúan como mediadores centrales de la información y la cultura, condicionando tanto la producción como el acceso. Este análisis resulta clave para comprender que la reinención del periodismo no ocurre en un vacío, sino en tensión con un escenario global marcado por la concentración económica, la plataformización y la disputa por la diversidad cultural.

Esta transformación implica que los periodistas y los equipos técnicos deban desarrollar nuevas competencias digitales y adaptarse a audiencias que esperan experiencias más participativas y fragmentadas. Los profesionales ya no son únicamente un mediadores entre hechos y audiencias, sino un actor que debe saber gestionar comunidades, habilitar conversaciones y adaptarse a la lógica participativa de los entornos digitales. Si queremos aplicar estas ideas teóricas en el contexto argentino, esta lógica se hace evidente en medios como Infobae construyen narrativas digitales con fuerte énfasis en videos, gráficos interactivos y cobertura en tiempo real en redes sociales, mientras que Página/12 combina artículos de análisis en su portal web con contenidos adaptados a Instagram y podcasts sobre temas culturales y políticos. Incluso los medios televisivos tradicionales, como TN o C5N, han reforzado su presencia en YouTube y Twitch, transmitiendo en vivo y habilitando la interacción en chats, donde las audiencias no son meros espectadores sino participantes activos

Ahora bien, como advierten Becerra, M., & Mastrini, G. (2009): la convergencia digital no ha disuelto el poder de los grandes conglomerados mediáticos, sino que ha reconfigurado sus estrategias para adaptarse a los nuevos ecosistemas comunicacionales, lo que reproduce desigualdades en el acceso y la distribución de la información. Incluso cuando hay legislación inclusiva, su aplicación suele ser deficiente, permitiendo que continúe la desigualdad comunicacional. En Argentina, actualmente, el Grupo Clarín y el Grupo América continúan concentrando buena parte del mercado, ampliando su influencia al ámbito digital mediante portales de noticias, radios online, canales de YouTube y aplicaciones móviles.

Además, para añadir conceptos a esta contextualización teórica del trabajo es pertinente considerar lo que Becerra nombra plataformización, el rol cada vez más determinante de



empresas digitales globales, las más conocidas Google, Meta (Facebook, Instagram), X (antes Twitter) o TikTok que median la circulación de contenidos periodísticos. Esto impacta la libertad de expresión, la pluralidad del debate y la responsabilidad sobre los contenidos; plantea que la era digital no solo altera los formatos sino las condiciones mismas de la comunicación pública. Estas plataformas no solo condicionan la visibilidad de las noticias a través de algoritmos opacos, sino que además capturan gran parte de la inversión publicitaria, lo cual pone en riesgo la sustentabilidad de los medios locales y afecta la pluralidad del debate público.

Rosa Franquet (2003) aborda los desafíos que afronta la radio ante el entorno digital, afirmando que este medio necesita reinventarse, sin perder su esencia de proximidad, en un contexto marcado por la incertidumbre tecnológica y cultural. Señala que la digitalización impone formatos híbridos (emisión tradicional + plataformas digitales) y genera tensiones institucionales e identitarias, especialmente en medios con recursos limitados. “La radio debe renovarse sin abandonar su identidad, adoptando estructuras híbridas que combinen la emisión tradicional con formas digitales emergentes, adaptando su lógica institucional y simbólica ante un entorno marcado por la incertidumbre” (Franquet, 2003, p. 140), de esta manera la autora advierte que esta transformación trae oportunidades, como nuevas formas de participación e interactividad con las audiencias. Esta mirada complementa los planteos de Peñafiel Sáiz (2013) y Becerra & Mastrini (2009), reforzando la idea de que la reinención del periodismo es un proceso complejo, mediado por decisiones simbólicas, técnicas y estratégicas. La digitalización obliga a repensar las condiciones mismas en las que circula la información: quién la produce, cómo se distribuye, qué plataformas median su visibilidad y bajo qué modelos de negocio se sostiene la actividad periodística.

### **Inteligencia colectiva y nuevas formas de narrar**

Para explicar cómo en el entorno digital el conocimiento ya no se produce de manera aislada, sino a partir de interacciones colaborativas entre múltiples sujetos conectados Pierre Lévy (1997) propone el concepto de inteligencia colectiva para referirse al conocimiento compartido que se produce en la red. En el entorno digital, los medios tradicionales se insertan en una lógica de circulación múltiple, donde los relatos no son lineales ni cerrados, sino abiertos y colaborativos. La inteligencia colectiva se manifiesta en fenómenos como la construcción de wikis, la viralización de memes o las campañas colaborativas en redes



sociales, donde la lógica no es la de un centro que emite y una periferia que recibe, sino la de una red que se enriquece con cada aporte.

Lejos de desaparecer los medios tradicionales, actualmente se han adaptado (en su mayoría) a la lógica digital. Peñafiel-Sáiz (2016) afirma que:

El periodismo actual explora a nivel internacional nuevas fórmulas en la elaboración de la información a través de narrativas transmedia y de dispositivos móviles, donde la comunicación multimedia e hipertextual se enriquece con contenidos más eficientes. (...) Las narrativas transmedia se caracterizan por su capacidad para expandir la narrativa a través de múltiples contenidos y fomentar la participación activa de los usuarios. (p.164)

En este sentido, el periodismo y la comunicación masiva encuentran en la transmedialidad una forma de adaptarse a audiencias que ya esperan experiencias fragmentadas, interactivas y participativas.

La pandemia del COVID-19 fue un acelerador de estos procesos, funcionando como punto de inflexión que forzó a muchos medios a digitalizarse de forma urgente y experimentar con nuevos modos de llegar a sus audiencias; desde transmisiones en vivo de medios locales hasta contenidos informales en redes, la producción de sentido se expande y diversifica. Ejemplos de este fenómeno se encuentran en las transmisiones en vivo de medios locales argentinos —como radios comunitarias que comenzaron a emitir vía Facebook Live— o en iniciativas como la del diario El Territorio de Misiones, que abrió y multiplicó grupos de WhatsApp para compartir noticias de manera directa con sus lectores, consolidando así un canal de interacción inmediata y cercana. Incluso periódicos barriales más pequeños comenzaron a explorar estos espacios digitales para difundir noticias en tiempo real, mostrando que la narrativa periodística se expande y diversifica, integrando recursos de inmediatez y proximidad con estrategias propias de la cultura digital.

Además, autores como Henry Jenkins (2006) aportan la idea de la cultura de la participación, en ella los usuarios ya no se limitan a receptores pasivos, sino que asumen un rol activo en la creación y circulación de contenidos. El ejemplo internacional más emblemático fue el rediseño de Sonic the Hedgehog en 2019: tras las críticas masivas al primer tráiler, la productora modificó el personaje antes del estreno, evidenciando cómo la voz colectiva de los usuarios puede modificar un producto cultural. En Argentina, fenómenos similares se evidencian en la manera en que las audiencias presionan a los medios digitales para cubrir



ciertos temas locales o nacionales, por ejemplo, la visibilización de reclamos sociales en Twitter o la difusión de campañas solidarias que terminan siendo amplificadas por medios tradicionales.

La noción de inteligencia colectiva y las nuevas formas de narrar en entornos digitales nos permiten entender que la comunicación contemporánea no se construye de manera lineal, sino como un proceso colaborativo, rizomático y abierto, donde los medios tradicionales y digitales se entrecruzan con las prácticas de los usuarios para generar relatos que son constantemente reinterpretados y resignificados.

Por esto es que el análisis de los distintos enfoques teóricos revisados evidencia que la transformación de los medios en la era digital no puede reducirse a un mero cambio tecnológico; implica una reconfiguración integral de los sentidos, prácticas y estructuras sociales. Al surgir conceptos como el prosumidor y el translector queda en evidencia que los usuarios ya no son receptores pasivos, sino actores activos que participan en la producción, reinterpretación y circulación de contenidos, generando un ecosistema mediático en permanente negociación. La pandemia del COVID-19 funcionó como un acelerador de estos procesos, consolidando la digitalización de medios locales y nacionales y ampliando las prácticas de interacción y participación comunitaria, como se observó en ejemplos locales (*Sunchales Día por Día* o *El Territorio*) y en fenómenos internacionales (tráiler de *Shrek 5* o *Sonic the Hedgehog*).

Este marco teórico proporciona, entonces, las herramientas conceptuales necesarias para comprender cómo se materializan estos procesos en la práctica periodística y comunicacional, sustentando la elección del caso de estudio y permitiendo abordar la investigación con una mirada integral que articula tecnología, cultura y participación social. Asimismo, los desafíos de la plataformización, la concentración mediática y las tensiones entre innovación tecnológica, identidad local y participación del público muestran que la transformación mediática no es lineal ni homogénea, sino un proceso de constante negociación entre tecnología, audiencias, instituciones y prácticas culturales.



---

## Marco metodológico

### Abordar objetivos desde un enfoque cualitativo: ampliaciones y justificaciones

Haber optado por un enfoque cualitativo responde a la necesidad principal de comprender los fenómenos en el campo de la comunicación con su complejidad y desde una mirada analítica. La investigación de índole cualitativa está orientada a la interpretación de significados que las personas atribuyen a sus experiencias y prácticas. De esta manera entiendo al conocimiento no como una representación objetiva del mundo sino una construcción social que combina el lenguaje, la cultura y el contexto. En esta línea, el estudio se posiciona dentro de una perspectiva interpretativa, que privilegia la comprensión por sobre la explicación, y busca recuperar la voz de los sujetos involucrados en los procesos comunicativos.

Los cambios que atraviesan a los medios de comunicación, como he dicho anteriormente, no pueden reducirse meramente a lo técnico o a estadísticas, son transformaciones que llegan a afectar la manera en que una sociedad se desarrolla, construye pensamientos y hasta llega a sentir a la comunicación. Es por eso que el abordaje cualitativo resulta eficiente para poder captar aquellas tensiones, contradicciones y hasta diferentes miradas que emergen al indagar a los empleados de nuestro medio elegido. Nos permite reconstruir aquellos significados que, incluso los entrevistados para este trabajo, son atribuidos al avance tecnológico y el impacto en las rutinas, las audiencias y la identidad profesional.

En este contexto, he decidido adoptar la modalidad de estudio de caso para permitirme examinar un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto real. El estudio de caso es particularmente útil cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no están claramente definidos, como ocurre con la digitalización mediática: no se trata de un proceso aislado, sino de una dinámica que atraviesa todos los niveles de la producción y el consumo de información. Por esto, el medio *Sunchales Día por Día* se configura como caso representativo para indagar aquellos desafíos que enfrentan los medios locales ante el ecosistema digital.

El carácter local del caso elegido no es casual, aporta una dimensión clave al análisis, ya que permite observar cómo la digitalización se experimenta desde espacios alejados de los grandes centros urbanos. Mayormente los medios nacionales suelen disponer de mayores recursos técnicos y humanos que les permiten adaptarse más fácilmente a las transformaciones. En cambio, los medios comunitarios o locales enfrentan este proceso desde



la capacidad creativa, la autogestión y la cercanía con el público. Analizar a *Sunchales Día por Día* ofrece la posibilidad de explorar un modelo de adaptación mediática que combina estrategias tradicionales con prácticas propias del entorno digital, como el streaming y la gestión de redes sociales. En este sentido, el caso se vuelve relevante no solo por lo que revela sobre un medio en particular, sino por lo que dice acerca de los procesos más amplios de hibridación y convergencia en la comunicación contemporánea.

### **Lógicas, técnicas y consideraciones éticas**

En lo que respecta a las técnicas de investigación, elegí la entrevista en profundidad ya que me permite tener un diálogo abierto, flexible y con reflexiones con los entrevistados que posibilita acceder a las perspectivas y significaciones que ellos mismos otorgan a su práctica profesional. Este tipo de entrevistas constituye una conversación que tiene un propósito, en la que el investigador busca comprender el mundo del entrevistado sin imponer categorías previas. Para las entrevistas desarrollé una guía de preguntas que incluyó ejes temáticos vinculados con las transformaciones tecnológicas, los cambios en las rutinas de producción, el vínculo con las audiencias, la incorporación de nuevas plataformas y la percepción del rol social del medio.

La metodología se encuadra en una lógica inductivo-deductiva, lo que significa que los datos empíricos van a dialogar con los marcos teóricos para permitir un desarrollo progresivo de interpretaciones. Este trabajo no busca probar una hipótesis pre-existente, sino construir sentidos que reconozcan el papel activo de los sujetos como productores de conocimiento a través de su experiencia y relatos.

Para finalizar, debo mencionar las consideraciones éticas que acompañan el trabajo de campo. Estas entrevistas se realizaron con el consentimiento de los participantes, se procuró la actitud respetuosa, empática y transparente durante la realización al reconocer el valor del otro como interlocutor válido en la construcción del conocimiento. En este caso, la experiencia de campo no solo permitió recolectar datos, sino también construir un vínculo humano y comunicacional que enriqueció la interpretación de los resultados y reforzó el sentido de comunidad que atraviesa el objeto de estudio.



## **El material empírico y realización de entrevistas**

A lo largo de este proyecto el interés es la transformación de los medios de comunicación analógicos (televisión, radio, prensa gráfica) hacia formatos digitales (streaming, podcast, portales web), con especial énfasis en el rol de internet.

En función de ello, se utilizó una técnica principal: la entrevista en profundidad al equipo de *Sunchales Día por Día* con el objetivo de indagar cómo se vivió el proceso de migración hacia plataformas digitales desde adentro del medio, qué desafíos enfrentan y cómo se reconfiguraron sus rutinas profesionales. Esta técnica me permitió obtener información significativa sobre el modo en que los propios actores del campo mediático interpretan y resignifican los cambios que experimentan. Al tratarse de un proceso complejo opté por una mirada flexible que privilegia la profundidad del análisis sobre la amplitud de los datos.

El guionado de las preguntas tuvo como intención, coherente con el enfoque cualitativo de la investigación, propiciar un espacio de diálogo que habilitara la aparición de casos de análisis que tal vez no tuve en cuenta al inicio de la propuesta temática.

Por otro lado las preguntas se desarrollaron teniendo como necesidad principal reflejar el impacto pandémico en la rutina del medio desde las diferentes perspectivas profesionales de manera que cada entrevistado tuviera la libertad de expresar su experiencia. Además se procuró identificar cómo las redes sociales y las plataformas digitales modificaron los vínculos entre el medio y la comunidad.

Para comenzar, en el guión se generó un primer momento de presentación para que exista un contexto de historia personal y cuál era el rol de cada uno dentro del medio y así exista un clima de confianza para el relato fluido referente al trabajo. Luego se introdujeron interrogantes más específicos sobre el impacto de la digitalización y la pandemia, evitando encasillar las respuestas en categorías que predefinan la idea.

El primer contacto con el medio fue vía Whatsapp con Gustavo Sturbia, técnico y locutor, al cual le presenté una versión resumida de la idea principal del trabajo. La propuesta de las entrevistas fue bien recibida y había entusiasmo ya que se había elegido un medio de una ciudad “chica” y no a otros medios más grandes. Luego de algunos intercambios de mensajes coordinamos para visitar el estudio con el objetivo de conocer personalmente al equipo y hacer un primer acercamiento. La tarde del 28 de agosto del 2025 me recibió Mónica Scaglia. Se dió una charla muy fluída en la cual pude ampliar la idea del trabajo, aclarar dudas al



respecto y con unos mates de por medio empezar a coordinar la fecha para las entrevistas al equipo.

Más adelante, la mañana del 4 de septiembre de 2025 volví al estudio de transmisión de *Sunchales Día por Día*. Esta vez me recibió Gustavo que ya estaba comenzando la emisión en radio. Me invitó a sentarme en la mesa principal, mientras saludaba a los oyentes, hacía un resumen del clima, noticias generales y lo más relevante de la grilla del día. Cerca de las 8:30 A.M. llegó Mónica Sturbia (periodista), la cual luego de saludarme acomodó su computadora, agenda y me preguntó si quería café o mate. La siguiente persona en llegar fue Paula (técnica y community manager), también me dio la bienvenida y luego se sentó al lado de Gustavo en el área de control, preparó el set para prender el streaming y en pocos minutos pude observar cómo comenzaba el programa del día.

Mientras cebaba unos mates, Paula me acercó un micrófono y auriculares, acomodó una cámara para que “ponchara” mi sector y me sumaron al programa del día. Fui parte de la dinámica de trabajo, a lo largo de la transmisión se entablaron distintos temas y se comunicaron noticias que se enriquecían con la escucha en vivo de los audios que mandaban los oyentes. En una pausa publicitaria y bloque musical, pude realizarle la entrevista a Gustavo para abordar la visión más técnica del trabajo. Pude continuar el resto del programa participando desde la mesa en vivo hasta su finalización. Cuando se dio por terminada la transmisión, Paula se sentó conmigo a desarrollar su entrevista para luego continuar con Mónica.

Las tres entrevistas fueron grabadas en audio, con algunas anotaciones extras como ayuda memoria y a modo de notas de campo. No hubo condicionamiento en cuanto a las preguntas, al contrario buscaban ampliar sus respuestas para que pueda tener más material para sumar al trabajo. Fui invitada a volver al espacio cuando quisiera, ya sea respecto a este trabajo o para presentar alguna propuesta temática en el programa.

Una vez realizada las entrevistas se llevó a cabo la desgrabación del material, re-lectura de respuestas para interpretar la relevancia de los contenidos para mi propuesta principal.



---

### **Material empírico.**

Como he mencionado anteriormente, el día Jueves 4 de septiembre fueron realizadas las entrevistas, en el estudio del medio multiplataformas *Sunchales Día por Día*, a Mónica Scaglia (periodista), Gustavo Sturbia (técnico y locutor) y Paula Sturbia (técnica y RR.SS). Las entrevistas fueron registradas en grabación de audio y también desgrabadas a formato texto.

Con un primer análisis de las respuestas los tres entrevistados coinciden en que la digitalización, en conjunción con la pandemia, transformó a los medios locales. Coinciden en que este contexto aceleró cambios que recién empezábamos a vislumbrar (específicamente la prensa escrita mudándose a portales webs) y llevó al conjunto total de medios tradicionales a incorporar redes sociales, streaming y plataformas digitales como método de supervivencia. A grandes rasgos, entienden al proceso como algo positivo porque permitió que los medios locales pudieran acercarse al nivel de los nacionales y a aquellos programas de streaming virales. Aunque también reconocen que la modernización trajo consigo desafíos como la necesidad de actualizarse constantemente, la presencia cada vez más tenue de la radio ante los consumos masivos y personalizados que traen plataformas como Spotify. También nombraron la falta de formación formal en herramientas digitales como obstáculo para el desarrollo mediático porque genera que cada profesional tenga que autogestionar el aprendizaje.

En un primer intento de relacionarlo a la parte teórica del TIF, los testimonios recolectados pueden vincularse con las ideas de Marshall McLuhan sobre los medios como extensiones de los seres humanos y que modifican nuestras formas de percibir la realidad y de relacionarnos entre nosotros. También las opiniones reflejadas en las entrevistas, en especial la de Paula Sturbia, se relaciona con la idea de que los usuarios ya no son solo receptores sino que sus interacciones influyen en las decisiones en cuanto a la producción de contenidos. Asimismo, los entrevistados muestran “preocupación” por la inmediatez de las noticias y esto se vincula con lo que plantea Manuel Castells respecto a la “sociedad red” y la lógica de la instantaneidad en la circulación de la información. En este sentido, los relatos permiten ver cómo estas teorías, pensadas en contextos globales, se verifican también en la práctica cotidiana de los medios locales. En las próximas páginas se mencionan los hallazgos principales detallados del análisis de las entrevistas.



## **La transformación en los roles y rutinas laborales. El paso a la hibridez mediática**

Para comenzar es importante ampliar individualmente la información de los entrevistados para entender desde qué lugar se posicionan. Comienzo por Mónica Scaglia, periodista cuya trayectoria comenzó como productora y administradora, sin el objetivo de ocupar un rol ante el micrófono. Pero durante la pandemia se presentó en las calles como cronista y entrevistadora para poder realizar aquellas coberturas en vivo que eran necesarias para dialogar con los ciudadanos y registrar el impacto social de las reglas de aislamiento. Con el paso del tiempo, Mónica se convirtió en la principal figura visible del medio, y se define a sí misma como “*comunicadora*”, una noción que refleja la ampliación del rol profesional en el ecosistema digital.

La segunda entrevistada es Paula Sturbia quien ocupa el cargo de manejo técnico del programa streaming y la gestión de las redes sociales del canal. Si bien su trabajo no se enmarca en la estructura tradicional del periodismo, sino que articula la operación de equipos, la programación en vivo y la curaduría de contenidos digitales su testimonio es relevante para evidenciar la aparición de nuevas funciones dentro de los medios locales, donde la figura del *community manager* se integra al equipo periodístico como parte esencial de la estrategia de circulación.

Por último cuento con el testimonio de Gustavo Sturbia, locutor de radio y responsable de la parte técnica del canal, quien aportó una mirada más estructural sobre los cambios que atravesó el medio. Desde su experiencia, destacó cómo la digitalización redujo los tiempos y los espacios de trabajo, y cómo las herramientas actuales —desde softwares de transmisión hasta plataformas de edición en línea— simplificaron la producción, permitiendo operar desde espacios físicos mínimos.

En los tres casos noté una reconfiguración profesional como consecuencia de la pandemia, un punto que al principio no había tenido en cuenta como punto a analizar y el cual ilustra cómo la pandemia y la digitalización impulsaron una resignificación de los roles tradicionales dentro del periodismo. Para este medio la figura del periodista clásico (tal vez separado del técnico, productor y operador) se diluye en un actor multifunción. Mónica resume este proceso en una frase que condensa el espíritu del cambio: “Soy el resultado de la pandemia”. Esto se apoya también en el testimonio de Paula quien sin formación académica previa en comunicación, asumió la responsabilidad de operar transmisiones, editar clips y gestionar las redes, convirtiéndose en una “*aprendiz constante*”. Esta experiencia refleja un modelo laboral



caracterizado por la flexibilidad y autogestión, dos rasgos centrales del ecosistema digital contemporáneo dentro del cual se enmarca este trabajo.

Entonces lo que antes eran tareas diferenciadas dentro de un mismo medio, había un área de redacción, quienes trabajaban de locución, el equipo de técnicos, sonidistas, camarógrafos, etc, y aquellos que trabajaban en las redes sociales para la difusión de contenidos. En el caso sunchalense, Mónica no solo comunica frente a cámara, sino que también edita, publica y responde mensajes del público en redes; Paula no sólo transmite, sino que decide qué contenidos se recortan para redes; Gustavo no solo opera, sino que analiza audiencias en tiempo real. Esta combinación de saberes amplía las fronteras al redefinir las rutinas laborales, cada integrante opera múltiples lenguajes y plataformas. *Sunchales Día por Día* no es solo una radio, o un programa de televisión sino que sostiene un entorno en constante mutación donde se presentan en diferentes plataformas combinando tareas creativas, técnicas y sociales dentro de un mismo proceso de producción.

*Sunchales Día por Día* nació como un proyecto de comunicación local centrado en la radio y la cobertura de noticias locales, con un fuerte arraigo familiar y vínculos con el entramado social de la ciudad. Con el tiempo fue incorporando otros soportes (se sumó a la grilla de Wiltel para la televisión y Facebook) hasta que la aceleración de la digitalización y especialmente durante de la pandemia de COVID-19 impulsó a transformarse en un medio multiplataforma: mantiene emisión radiofónica y producción local, pero amplió su presencia en Facebook e Instagram, desarrolló streaming en vivo, creó canales para difusión por WhatsApp y empezó a producir piezas audiovisuales para YouTube/Twitch.

Este tránsito implicó una reorganización técnica (sumando equipamiento y software de streaming), cambios en roles (tuvieron que sumar a una Community Manager) y una mayor interacción con la audiencia, que pasó de ser mera receptora a aportar contenido, audios y novedades de la comunidad en tiempo real.

El medio *Sunchales día por día* se encuentra presente en redes sociales (Instagram, Facebook y Tik Tok), radio, televisión, stream y portal web. No solo comunican noticias a nivel nacional y local sino que también cubren eventos en la ciudad de Sunchales y alrededores. Su elección como caso de estudio se debe a que, durante la pandemia, lograron adaptarse al proceso de digitalización migrando a plataformas que se adaptaban a las necesidades del momento. Para Paula Sturbia la adaptación se debió a que:



Las personas dejaron de salir a ver qué estaba pasando y los únicos que podían salir eran los medios de comunicación que estaban habilitados, para hacer reportes sobre el tema, salir a la ciudad. Eran los únicos que estaban autorizados. Y las personas lo único que hacían era estar con computadoras y teléfonos, en pandemia, así que fue fundamental las redes sociales, que el medio de comunicación tenga redes sociales para poder llegar ahí (Paula Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre 2025).

La digitalización fue una herramienta para continuar con el nexo de los medios con su público, ante determinadas reglas de aislamiento social los medios tuvieron que buscar alternativas para continuar comunicando.

Si bien este avance tecnológico no inicia con la pandemia, ya estaba sucediendo paulatinamente en otras áreas de la sociedad. Como explica Carlos Trilnick (2011):

El cine fue posible porque antes se había experimentado con imágenes y movimiento y porque la fotografía había conseguido fijar la imagen en una superficie material. La televisión se hace realidad porque ya se había encontrado la forma de utilizar el aire y los cables como conductores de información y la electromecánica había hecho posible la transmisión de imágenes y sonidos a distancia. Los medios digitales se hacen presentes por una conjunción de todos estos factores sumados a los avances en los campos específicos de la electrónica, la digitalización y el procesamiento de datos, que hasta mediados del siglo XX no formaron parte del paisaje mass mediático, sino que estuvieron centrados en la investigación de laboratorio, y sus aplicaciones, como se manifiesta en toda innovación tecnológica, fueron exclusivamente de uso militar y, en un segundo plano, administrativo y artístico. (p. 74)

Como mencionamos antes, la digitalización de los medios no es un proceso simple, lineal ni mucho menos concluido. Es una integración de factores que se retroalimenta con las necesidades de la sociedad y que aún no ha terminado.

Específicamente en nuestro caso, según Gustavo Sturbia, internet ayudó a posicionarse y llevó a todos los medios a un mismo nivel en cuanto a posibilidades ya que el mismo servicio de internet que tienen las grandes ciudades llega a ciudades más pequeñas como Sunchales. “Antes se presentaban delante de grandes radios de Buenos Aires, Rosario, Santa Fé, te mandaban en CD los grupos musicales por ejemplo mandaban a los 5 o 6 medios, el medio de difusión y en el interior, adentro, había que esperar que llegue. Hoy no. Hoy en el mismo



momento que un cantante está subiendo un tema nuevo ya ni siquiera es inédito, entendes? Porque al mismo momento que lo está subiendo en cualquier lugar del mundo lo podemos estar escuchando acá y estar subiendo nosotros también al tener internet”.

Hay algunas discrepancias en cuánto a opiniones dentro del mismo medio. Por un lado hay un debate en cuanto al impacto desigual de la pandemia: mientras algunos medios supieron adaptarse y ganar espacio, otros quedaron relegados. Por otro lado, esta inmediatez que lo digital trae impone interrogantes sobre la calidad de la información. Mónica Scaglia enfatiza la responsabilidad de los comunicadores para decidir qué debe ser noticia en un contexto saturado de contenidos. Además, Gustavo Sturbia (técnico y locutor) alerta sobre la concentración mediática que amenaza la autonomía de los medios pequeños, mientras Paula Sturbia (técnica y RR.SS) y Mónica (Periodista) señalan la dificultad de sostener económicamente un medio digital en el interior, a pesar del alcance que logran en redes.

### **La pandemia para Sunchales Día por Día**

Este punto es clave en este trabajo, y para nuestro caso de estudio todos los entrevistados coinciden en que el 2020 fue un antes y un después. Mónica dice: “La pandemia lo cambió todo, nos adelantó diez años en tecnología”. Gustavo afirma que “fue positiva, nos modernizó y nos puso al mismo nivel que medios grandes” y, por último, Paula señala que “fue el momento en que las redes se volvieron imprescindibles”.

Entonces *Sunchales Día por Día* es un ejemplo de la pandemia como acelerador de transformaciones tecnológicas, organizacionales y narrativas, un catalizador de procesos que ya estaban en marcha. Todos los entrevistados tienen como opinión común que el aislamiento social forzó una digitalización inmediata, obligando a los medios locales a incorporar herramientas digitales para lograr sostener su vínculo con las audiencias. Mónica Scaglia logra resumir esta idea afirmando que:

La pandemia lo cambió todo, nos adelantó diez años en tecnología en poco tiempo. (...) Nos lanzó a todos, de una u otra manera, a lo digital. Se vio en el crecimiento de cambio de los celulares, de computadoras, de televisores. En todos los formatos, en la comunicación y en lo tecnológico (Mónica Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre 2025).

Esto demuestra que, ante tiempos de crisis, hay una reconfiguración acelerada de los ecosistemas mediáticos, los contextos de incertidumbre suelen corresponder a cambios



estructurales porque las rutinas tradicionales se vuelven inviables y, en este caso, los medios deben reinventarse para sobrevivir.

En *Sunchales Día por Día* esa reinención significó sumar transmisiones en vivo vía streaming, entrevistas por videollamadas, y la reorganización interna de tareas. Respecto a esto, Paula Sturbia quien está a cargo de las redes sociales, relata cómo la emergencia sanitaria la llevó a asumir nuevas responsabilidades:

Si bien, se veía que se venía digitalizando todo porque ya los diarios empezaban a tener páginas web. Incluso nosotros habíamos hecho un par de vivos pero nada muy necesario al 100%. Y la pandemia hizo eso, que de una semana a la otra los medios no tengan otra opción que no sea digitalizarse.(...) La radio se maneja con whatsapp, la gente manda un mensaje, la gente manda un audio porque está apurada como para ponerse a escribir. Entonces la pandemia hizo eso, aceleró al 100% esa digitalización.

Hizo un giro 360 (Paula Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre 2025).

Si bien socialmente interpretamos a las transformaciones durante la pandemia como algo abrupto, una ruptura “de golpe”, también debemos de pensar que pasamos por una continuidad acelerada de procesos previos de digitalización. Entonces la diferencia radica en la velocidad y la amplitud con que estas adaptaciones se dieron. Para entenderlo debo de retomar el concepto de Castells (2009) de sociedad red, en la cual las crisis funcionan como lugares de reorganización, donde aquellos nodos con mayor capacidad de adaptación constituyen y reafirman su relevancia dentro del sistema. *Sunchales Día por Día* es un claro ejemplo de este comportamiento: tuvo la capacidad de integrar múltiples plataformas (radio, streaming, redes sociales, canal televisivo local) permitiendo sostener su presencia informativa en un contexto donde lo digital se saturó. En este caso, la transición hacia las plataformas digitales no implicó un abandono del periodismo tradicional, sino una hibridación entre lo analógico y lo digital, entre la voz radial y la imagen en transmisión en vivo, entre la entrevista presencial y la videollamada en tiempo real.

### **Desafíos estructurales de la modernización tecnológica: igualdad técnica frente a la desigualdad económica**

El proceso de digitalización en medios locales revela también nuevas formas de desigualdad en lo que respecta a la economía. En *Sunchales Día por Día* los entrevistados destacan que el



acceso a la tecnología acortó las distancias ante los grandes medios pero al mismo tiempo dejó en evidencia la dependencia de recursos económicos y de formación.

Sobre esto Gustavo Sturbia interpreta el impacto de la digitalización desde una mirada más optimista en términos tecnológicos pero destaca la falta de capacitación profesional:

Los programas avanzaron bastante, y a nivel humano no tanto. Vos te metés en instagram o en facebook y vas a encontrar un montón de publicidad de gente que te enseña. (...) Todas las alternativas son publicidades, ¿no?. Eso por un lado. En las redes tenés todo eso pero después en la realidad, por ejemplo acá, tenés a ATILRA que, a veces, puede dar un curso. En Santa Fe están dando un curso de un vMix en tal instituto. Es muy lerdo eso, debería haber mucho más y más rápido. Todos los días tendríamos que poder decir voy a Rafaela o acá mismo Sunchales, una universidad para aprender. Eso está mucho más pausado (Gustavo Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre 2025).

Durante este análisis podemos dilucidar a la digitalización como un factor democratizador en lo que respecta a la producción mediática. En términos de McLuhan (1965) el medio técnico amplía las capacidades humanas y funciona como una extensión de sí que llega a redistribuir el poder comunicativo. Puedo interpretar las palabras de los entrevistados para concluir que *Sunchales Día por Día* puede operar con los mismos recursos técnicos que una emisora nacional por tener la capacidad de adaptarse a las herramientas digitales. Sin embargo, esta igualdad técnica no se traduce necesariamente en igualdad de condiciones económicas. El propio Gustavo reconoce durante la entrevista que a la hora de buscar personal el problema no radica en la falta de capacitación sino porque los medios están pasando por un momento complicado y no todos llegan a pagar el servicio. Un punto crítico sobre la digitalización es que si bien redujo barreras tecnológicas no llegó a derrumbar las asimetrías económicas del sistema mediático. Tal como advierte Castells (2009), la conectividad no implica automáticamente inclusión, sino que reproduce las brechas existentes en función de los recursos y las capacidades de cada nodo dentro de la red.

Al mismo tiempo las demás entrevistas revelan un consenso respecto a esta brecha de habilidades digitales que menciona Gustavo. Tanto Mónica Scaglia como Paula Sturbia mencionan que la llegada de herramientas digitales durante la pandemia no fue acompañada por capacitaciones formales



(..) Empecé a ver que otros medios transmitían en vivo por facebook o por otros lugares y dije, bueno, tenemos que hacerlo. Y arranqué a hacer todo con la computadora, a través de un programa de streaming que es vMix. Y lo empecé a investigar pero por curiosidad, nada más, yo ya había empezado a estudiar Diseño Industrial que nada que ver con el tema. Pero me gustaba, me sentaba horas fuera del programa, me sentaba a investigarlo, veía tutoriales, miraba tiktoks de cómo usarlo y demás. Ya ahí me quedé y empecé a hacer esa parte de lo que es streaming, lo que es imagen, la parte gráfica (P. Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

La pandemia lo cambió todo, nos adelantó diez años en tecnología en poco tiempo. Y llegó a todas las casas e internet mismo llegó a todas las casas. Antes tal vez nos resistíamos a dejar de usar el teléfono fijo y en pandemia lo borró completamente. Nos lanzó a todos, de una u otra manera, a lo digital. Se vió en el crecimiento de cambio de los celulares, de computadoras, de televisores. En todos los formatos, en la comunicación y en lo tecnológico. También afectó la interpretación de la gente sobre lo que uno le iba contando. Es un antes y un después. Un cambio absoluto (M. Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

La coincidencia entre los tres entrevistados refleja en el concepto de competencias transmedia:

Las competencias transmedia no se aprenden en la escuela ni en cursos reglados, sino en la práctica diaria de interacción con los medios. Son conocimientos empíricos, contruidos de manera informal, muchas veces colaborativa, y ligados a la experiencia de producción y circulación de contenidos” (Scolari, 2013, p. 234).

En el caso de los medios locales, esta autogestión del conocimiento se vuelve condición de supervivencia ante la ausencia de programas de formación específica. Sin embargo, también refuerza la precarización laboral: la figura del comunicador multitarea surge tanto por la necesidad de adaptarse como por la falta de recursos para sostener equipos especializados. De esta manera los testimonios recolectados permiten que se pueda plantear una paradoja en las estructuras donde la tecnología tiende a igualar pero la economía a concentrar. En esa



diferencia entre la expansión digital y la fragilidad económica que sufren los medios locales es donde queda futuro por definir.

### **El efecto de la digitalidad directamente a las noticias**

Una disyuntiva que se presenta a la hora de hablar sobre el avance de lo digital sobre los medios de comunicación es la veracidad que pierden las noticias ante la vorágine de información en la que vivimos. El escritor y filósofo Eric Sadin (2020) introduce el concepto de lo digital como potencia aletheica entendiendo a “la *aletheia*, la verdad, en el sentido en que la definía la filosofía griega antigua, que la entendía como develamiento, como la manifestación de la realidad de los fenómenos más allá de sus apariencias”. Para el autor, las tecnologías digitales asumen la tarea de revelar a los seres humanos la realidad con mayor detalle, precisión y rapidez que los propios sujetos humanos. Bajo esta línea de pensamiento lo digital se configura como un *tecno-logos*.

“Lo digital se erige como un órgano habilitado para peritar lo real de modo más fiable que nosotros mismos, así como para revelarnos dimensiones hasta ahora ocultas a nuestra conciencia. Y en esto asume la forma de un tecno-logos, una entidad artefactual dotada del poder de enunciar, siempre con más precisión y sin demora alguna, el supuesto estado de las cosas. Podríamos afirmar que entramos en el estadio consumado de la tecnología, que ya no designa un discurso que versa sobre la técnica sino un término que se haría acto por su facultad de proferir el verbo, el logos, pero con la única finalidad de garantizar lo verdadero” (Sadin, 2020, p.18).

Este imaginario tecnológico que está muy presente en el discurso contemporáneo sobre realidad tecnológica busca instalar la idea de que los algoritmos serían capaces de ofrecer el acceso más puro y transparente a nuestro mundo eliminando el error y la demora humana.

Sin embargo cuando la presencia de veracidad se presenta ante actores del campo comunicacional salen a la superficie tensiones y contradicciones que cuestionan este poder *aletheico*. La entrevistada Mónica Scaglia dice con claridad que actualmente “cualquier cosa termina siendo noticia” aludiendo al modo en que las redes sociales potencian la viralización de eventos triviales y efímeros, al punto de presentarlos como equivalentes a hechos de índole relevante para el público. En su reflexión, Scaglia advierte sobre la importancia de reconocer la responsabilidad profesional del comunicador: la tarea de decidir qué debe ser noticia, qué tiene valor social, qué merece instalarse en la agenda pública. El ejemplo anecdótico de la



banalización de un agujero en una media transformado en titular tiene la función de sintetizar la tensión: si la verdad digital consiste en el registro inmediato de todo, la verdad humana exige la capacidad de jerarquizar, contextualizar y orientar el sentido de la información.

Este enfrentamiento entre la verdad humana y la verdad digital se puede comprender mejor si se analiza como un conflicto entre dos administraciones de la verdad. En primer lugar, la administración algorítmica que está basada en la acumulación masiva de datos y en una lógica cuantificable. Entonces lo que se viraliza, lo que genera clicks, lo que un algoritmo destaca es lo que se interpreta como “lo verdadero”. Es común actualmente escuchar en una conversación casual de amigos la frase: “Lo vi por todos lados, tiene que ser verdad”. Pero por el otro lado, la administración comunicacional humana se sostiene en valores históricos del periodismo, verificar la fuente, la jerarquización y el compromiso con el interés público. Mientras que Sadin (2020) plantea que ante este crecimiento de lo digital crece el riesgo de un anti humanismo radical donde la mediación tecnológica reemplaza a la experiencia subjetiva, la voz de Scaglia recupera una necesidad de mantener un criterio ético y social en la construcción de noticias.

Para contrastar la verdad no es solamente “dar un dato” sino que alrededor de una noticia se atraviesan disputas culturales, sociales y políticas. Entonces lo digital ofrece nuevas herramientas de registro y circulación pero no asegura la relevancia del contenido ni su valor democrático. no garantiza por sí mismo la relevancia del contenido ni su valor democrático. Los comunicadores locales entienden su rol como guardianes de la agenda, responsables de distinguir entre el ruido y la información significativa para la comunidad.

De esta manera, la contradicción entre la verdad digital y la verdad humana no debe leerse como un antagonismo irreconciliable sino como un campo de tensiones donde se definen los modos de narrar y de informar. Monica Scaglia plantea:

Nuestra responsabilidad como comunicadores es decirle a la señora que está leyendo en instagram que le están aumentando el agua, que el foco de la esquina de la calle necesita un cambio, que la calle tiene pozos y hay que salir a reclamar. Nosotros decirle qué tiene que ser noticia. El médico tal descubrió tal cura. Algo importante, porque sino cualquier cosa es noticia. No es información, pero sí es noticia (M. Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).



Podemos plantear que la potencia tecnológica podría complementar el trabajo periodístico pero solo si se articula a los criterios de responsabilidad social y la capacidad crítica que tienen los humanos. De lo contrario estamos en riesgo de que tanta abundancia de datos termine por diluir el sentido de la información para reemplazar la construcción de lo público por un flujo interminable de anécdotas irrelevantes y que lo importante carezca de sentido.

Otro efecto directo de la digitalidad es la temporalidad corta en la cuál las noticias duran menos tiempo. La “ventana” de lo novedoso se achicó a un marco de 48 horas, lo que significa que el ciclo vital de una noticia se reduce drásticamente antes de ser desplazada por otra. La sensación de hiperconectividad en la cual estamos todo el tiempo en un estado de urgencia permanente se vincula directamente con la lógica de las redes sociales y los portales digitales, donde el flujo informativo es continuo y el valor de una información se mide, casi exclusivamente, por la actualidad. En términos de Castells (2009), el tiempo de las redes es un “*tiempo atemporal*”, dentro del cual los eventos que suceden dejan de estar ordenados cronológicamente sino integrarse en un pseudo presente continuo. La inmediatez digital achica el tiempo en que una noticia se produce, circula y es recibida. La experiencia comunicacional está marcada por una simultaneidad constante.

Dentro del material de las entrevistas la siguiente afirmación nos permite demostrar esta problemática que se presenta ante el medio: “Si no lo publicás enseguida, ya deja de ser noticia. A las dos horas, la gente ya vio el video, el meme o el tuit. Después es viejo. Tenés que estar todo el tiempo encima” (Mónica Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre 2025). La afirmación de Mónica coincide con lo que Scolari (2013) denomina “lógica de la convergencia acelerada”: los medios ya no compiten por exclusividad sino por velocidad.

En este contexto, la credibilidad y la profundidad informativa muchas veces quedan subordinadas al ritmo de publicación. La urgencia por “llegar primero” produce una tensión permanente entre la calidad narrativa y la inmediatez técnica. Esta dinámica puede observarse en el propio trabajo de los periodistas locales, que deben generar contenido rápidamente para no quedar fuera del circuito informativo.

### **Reconfiguración de los espacios: hibridez, interacción y nuevas tensiones en los medios locales**

Desde una mirada teórica, este medio es un ejemplo de lo que Martín-Barbero (1987) define como un desplazamiento “de los medios a las mediaciones”, en el cual lo que sucede



culturalmente influye en las transformaciones del ámbito tecnológico. La pandemia no introdujo simplemente nuevas herramientas: modificó las prácticas y los significados que organizan la experiencia comunicacional. En este contexto, los medios locales dejaron de ser sólo espacios de transmisión para convertirse en un lugar de contención y socialización digital.

Ante la imposibilidad de llevar a cabo tareas presenciales este medio tuvo que considerar nuevas lógicas de producción informativa. Los espacios como la cabina, el estudio, las oficinas de redacción se redujeron a un ámbito virtual. Esto transformó la dinámica de trabajo y las formas de interacción entre los comunicadores y su audiencia. Quien describe este escenario en su entrevista es Gustavo Sturbia, técnico y operador: “Nosotros cuando regresamos de la pandemia regresamos con otro concepto de hacer radio, televisión, streaming. (...) Antes tenías que venir al estudio; ahora le podés mandar un link a uno, un link a otro y ya te podés juntar”. Podemos también analizar esta reconfiguración del espacio de producción mediática no solo desde las rutinas técnicas porque también surgen entornos de producción más flexibles, descentralizados y accesibles. El testimonio de Gustavo Sturbia, operador técnico de *Sunchales Día por Día*, ilustra de manera concreta este proceso de desmaterialización tecnológica:

Hoy se puede adaptar una persona mucho mejor que en los noventa, por decirte. Al estar todo digitalizado tenés que saber usar una computadora. Antes se usaba un disco, un cassette, había muchos más dispositivos sólo para reproducir música. Antes había que recopilar discos, usar la casetera, tenías un reproductor de videos, digamos era mucho más amplio el espacio físico. Por eso, si vos ves una radio de los ochenta y noventa de un medio de comunicación era físicamente mucho más grande y hoy en un departamentito de 2x2 te hacen una radio o un streaming (Gustavo Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

El relato permite observar cómo la tecnología digital puede simplificar los procesos de producción. Actualmente las distancias físicas y simbólicas que fragmentaban determinados niveles de comunicación mediática. En términos teóricos, el medio actúa como una extensión del hombre (McLuhan, 1964) en el cual cada nueva tecnología amplía las capacidades humanas y en el caso de la comunicación reorganiza la estructura espacial en la que se producen los mensajes. Entonces lo que antes necesitaba un gran despliegue a nivel técnico y



físico hoy puede resolverse en un pequeño espacio que esté medianamente equipado.

La combinación de soportes da lugar a lo que Scolari (2013) denomina *hipermediaciones* refiriéndose al espacio donde los medios tradicionales (radio, televisión) conviven con nuevas plataformas (streaming, redes sociales, WhatsApp, YouTube). En *Sunchales Día por Día*, esta hibridez es visible en la coexistencia de múltiples canales: radio, televisión local, transmisión por streaming, redes sociales y difusión vía WhatsApp. Por otro lado, desde la perspectiva de Castells (2009), la reorganización del espacio responde a la lógica de la *sociedad red* en la cual la información circula sin un centro fijo, y cada nodo (como por ejemplo el medio local analizado en este trabajo) puede conectarse al sistema global a través de su infraestructura digital. Sin embargo, esta descentralización no implica homogeneidad. Mónica Scaglia advierte que los algoritmos no son neutrales y que tienden a favorecer a los grandes medios del centro del país:

Creo que tenemos un gran inconveniente en común todos los medios locales y es que el algoritmo favorece a medios que son, por ejemplo, de Buenos Aires. Y por más que yo te haga el streaming, la nota, sino estás en Buenos Aires el derrame de búsqueda, no llega hasta acá. Tal vez tiene que ver con que hay más plata, pero ya ese es otro tema que no viene a nuestra conversación (Mónica Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

Esta observación es crucial, porque evidencia que la aparente democratización digital convive con una estructura de visibilidad desigual. Las plataformas amplían el alcance pero también condicionan la circulación, generando lo que podríamos llamar una *centralización algorítmica* del discurso mediático. Por otro lado, la interacción entre medio y público también se reconfigura. Las audiencias ya no son receptoras pasivas, sino actores activos que participan, comentan y producen contenido. Paula Sturbia describe esta dinámica cotidiana:

La pandemia hizo eso, que de una semana a la otra los medios no tengan otra opción que no sea digitalizarse. Eso llevó a que todos con redes sociales, todos con su whatsapp. La radio se maneja con whatsapp, la gente manda un mensaje, la gente manda un audio porque está apurada como para ponerse a escribir. (...) La gente no se quiere quedar 15 minutos escuchando de lo que se está hablando en la radio. Pero porque la gente ya viene con esa actualización de “Quiero ya, quiero



el resumen” “Tengo diez minutos hasta que llego a mi trabajo, quiero que me pongas la canción que yo quiero escuchar” Entonces, la radio no tiene ese formato pero el canal de streaming si (Paula Sturbia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

El intercambio inmediato con oyentes y espectadores es un claro ejemplo de cultura participativa de Jenkins (2008) en la cual los consumidores se convierten en prosumidores que co-construyen los contenidos. La instantaneidad de la respuesta del público obliga a los comunicadores a adaptar los temas, formatos y estilos de manera constante. La interacción, por lo tanto, se convierte en un componente estructural de la producción mediática, alterando las jerarquías tradicionales entre emisor y audiencia.

Sin embargo, este nuevo escenario también genera tensiones entre planificación profesional y reacción improvisada. Paula reconoce que muchas de las decisiones sobre qué publicar o repetir en redes se toman “probando lo que pega”, siguiendo métricas de interacción y visibilidad, mientras que Mónica enfatiza la necesidad de mantener criterios periodísticos sólidos “Nuestra responsabilidad como comunicadores es decirle a la señora que está leyendo en Instagram que le están aumentando el agua, que el foco de la esquina de la calle necesita un cambio (...) porque sino cualquier cosa es noticia. No es información, pero sí es noticia” (Mónica Scaglia, comunicación personal, 4 de septiembre de 2025).

Aquí se evidencia una tensión estructural entre la lógica algorítmica que premia lo viral y lo inmediato y la ética periodística que busca jerarquizar y contextualizar la información. En términos teóricos, esta tensión puede leerse como una disputa entre la lógica de la velocidad (Scolari, 2013) y la lógica del sentido (Martín-Barbero, 1987). Mientras la primera responde a métricas y temporalidades digitales, la segunda defiende la mediación cultural como espacio de interpretación crítica.

Finalmente, las entrevistas revelan diferentes percepciones en cuanto al futuro del medio en el ecosistema híbrido. Mantener la versión tradicional de radio, para Paula y Gustavo, es un intento de sostener un formato en retroceso que actualmente está siendo absorbido por el streaming y las redes, mientras tanto Mónica opina que la radio puede mantenerse si se reinventa como parte de un multiplataforma.

No es posible pensar los medios analógicos como extintos sino como un soporte o base en transformación que buscan reconfigurarse dentro del nuevo ecosistema comunicacional. En



este sentido, la hibridez mediática no destruiría lo anterior sino que le daría un nuevo significado más amplio donde lo analógico y lo digital están coexistiendo.



## **Conclusiones**

En este capítulo final están reunidos los principales hallazgos del análisis del caso elegido. Están organizados en torno a las diferentes transformaciones que atravesó el medio local *Sunchales Día por Día* durante el proceso de digitalización que lo atraviesa.

En primer lugar, se sintetizan aquellos cambios más relevantes identificados en las entrevistas, pudiendo destacar las tensiones que se presentan. Luego, se desarrolla una reflexión sobre el impacto de estos procesos en los medios locales, atendiendo tanto posibilidades como limitaciones. Y para cerrar, se presenta la contribución de este trabajo al campo de los estudios de la comunicación y a la formación académica de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales.

### **Principales hallazgos:**

Durante este trabajo se ha realizado el análisis del caso de estudio Sunchales Día por Día que permitió identificar una serie de transformaciones que llegan a sintetizar las dinámicas actuales de los medios locales que forman parte del ecosistema digital. En primer lugar, la pandemia de COVID-19 funcionó como un acelerador de procesos y no tanto como un originador de cambios. Las entrevistas realizadas revelan que la digitalización ya se encontraba en marcha pero que la urgencia sanitaria obligó a tomar decisiones respecto a implementar nuevas prácticas en cuanto a cómo seguir formando parte del ecosistema comunicacional. Por lo que implementaron transmisiones por streaming, entrevistas por videollamada, fortalecimiento de redes sociales y reorganización del trabajo técnico. Por más que la pandemia no inició el cambio si comprimió temporalmente esos procesos que se pensaba que iban a pasar años de gestación a implementación. Entonces, la pandemia no solo es un punto de inflexión sino también un acelerador de procesos que ya estaban en curso.

También se observa una reconfiguración de los roles profesionales. Al analizar un modelo anterior a la digitalización, más tradicionalista, existe una división de tareas, hay un operador, un locutor, un periodista, camarógrafos, productores, etc. y cada uno se ocupa de sus área y tareas a cargo. Actualmente esa división se diluye progresivamente para dar lugar a figuras multifuncionales. Mónica Scaglia narra cómo pasó de estar detrás de cámara a convertirse en comunicadora integral; Paula Sturbia describe un aprendizaje que articula operación técnica, gestión de redes y curaduría digital; Gustavo Sturbia combina locución, operación técnica y



análisis de audiencias. Este fenómeno refleja un perfil laboral caracterizado por la hibridez, formando parte de la convergencia mediática y de las necesidades del ecosistema digital.

En tercer lugar, se identifica una igualación técnica entre los medios grandes y los locales en cuanto a herramientas digitales (software de edición, plataformas para transmitir, redes sociales). Esto se refleja en la reducción de la brecha tecnológica, permitiendo que un medio de una localidad pequeña pueda producir y compartir contenidos de calidad similar a la de grandes conglomerados de la comunicación. Sin embargo, esta igualdad técnica no llega a eliminar la desigualdad económica, los casos entrevistados coinciden en que la economía del medio continúa siendo un desafío estructurante ya que perciben ingresos limitados, dependencia de anunciantes locales, competencias con plataformas globales y condiciones laborales precarizadas.

Otro hallazgo relevante a resaltar es que predomina, actualmente, un aprendizaje autodidacta y reactivo a aquellas necesidades que tiene cada medio. Si bien existen herramientas digitales, en el caso de los trabajadores del medio estudiado, coinciden en la falta de capacitación formal, cursos accesibles o formación sistemática para la producción digital. Esto llega a generar desigualdades internas y evidencia la brecha entre la velocidad del cambio tecnológico y la capacidad de aprendizaje que lo acompaña.

Además, se consolida esta noción de medios multiplataformas o híbridos en los cuales conviven radio, streaming, redes sociales, portales web y hasta televisión local. La lógica que actualmente constituye la manera en que los comunicadores dan información responde a la realidad de que cada contenido se adapta a distintos soportes en función del formato, alcance y lenguaje.

También, claramente, emergió el papel central de la participación activa de la audiencia. En el caso de *Sunchales Día por Día*, los oyentes/espectadores se integran a la producción en tiempo real a través de audios, mensajes, imágenes y comentarios que aportan a la información diaria. Esta manera de interactuar modifica la dinámica del medio y refuerza el vínculo de mayor horizontalidad entre comunicadores y su comunidad.

Además de hallazgo, se identificaron tensiones que atraviesan a los medios locales. Una de ellas es la tensión entre los criterios profesionales del periodismo y las lógicas virales que imponen las plataformas digitales. En la actualidad, la acelerada difusión de contenido y la alta competitividad por la atención llegan a desplazar a los medios a un entorno donde, según



los entrevistados, importa más “llegar primero” que “llegar mejor”. Hay una necesidad de producir contenido inmediato, que genere actividad de la audiencia y que circule con facilidad por la web. Existen entonces presiones sobre la calidad narrativa o la jerarquía de la información, Para los periodistas locales es una constante negociación entre el rol profesional (orientado al interés público) y las métricas de rendimiento de los entornos digitales. Esta tensión fueron identificadas en las reflexiones de Mónica Scaglia, quien insiste en la importancia de sostener un criterio moral y/o ético para definir qué si es noticia y qué simplemente responde a lo efímero y superficial perteneciente a la dinámica algorítmica.

La segunda tensión identificada tiene que ver con un conflicto entre la identidad local de los medios comunitarios y las lógicas globales de las plataformas. La sociedad actual produce un escenario en el cual las audiencias son globales (es decir que conectamos con gente de toda la Tierra que tenga acceso a internet) pero la visibilidad depende cada vez más de algoritmos que podrían privilegiar contenidos de grandes centros urbanos, lenguajes estandarizados y formatos pensados para la masividad. Esto genera un desbalance en la estructura del medio estudiado el cual reconoce con claridad que aunque la digitalización los iguale técnicamente (como se dijo anteriormente, cualquier medio puede transmitir en vivo, editar contenido y compartir contenido en redes) la desigualdad económica y la concentración mediática los limita en cuanto a capacidad de competencia. En este sentido, la experiencia de *Sunchales Día por Día* confirma que la digitalización no llega a eliminar esa asimetría sino que puede reconfigurar, puede democratizar herramientas pero no llega a garantizar equidad de visibilidad, sostenibilidad económica o acceso a audiencias.

Para dar un cierre, estos hallazgos permiten reafirmar que la digitalización no reemplaza, o por lo menos no hasta el momento, a los medios tradicionales sino que los transforma en sistemas híbridos donde conviven prácticas analógicas y digitales. La radio, la transmisión en vivo, el portal de noticias y el uso de redes sociales no representan soportes individuales sino, por así decirlo, superposiciones de herramientas que se articulan para sostener la presencia pública del medio. Estas primeras conclusiones presentadas muestran que la transformación mediática actual no puede comprenderse únicamente desde la adopción de tecnologías, sino como un proceso cultural más amplio donde se reconfiguran roles, prácticas, identidades y vínculos entre los medios y sus comunidades.



### **Reflexión sobre el impacto de la digitalización y la pandemia en los medios locales.**

Como mencioné anteriormente, la pandemia no solo introdujo nuevas herramientas sino que obligó a los medios a modificar las prácticas, las rutinas y los sentidos. Por otro lado, el medio local elegido se consolidó como un espacio de contención, socialización y memoria colectiva para cumplir con un rol comunitario esencial. Además puedo incluir en esta reflexión que la digitalización amplió la capacidad de producción y circulación pero expuso la fragilidad económica a la cual se deben enfrentar los medios locales y la dependencia de plataformas externas. Podría dar como una confirmación de la hipótesis de que la digitalización no reemplazaría los medios tradicionales sino que los reconfiguraría.

Entonces la evidencia, obtenida en las entrevistas, confirma que la pandemia no solo introdujo nuevas herramientas para los medios sino que obligó a transformar prácticas, rutinas y significados. *Sunchales Día por Día* se consolidó como un espacio de contención, de socialización y de memoria colectiva durante el aislamiento en la pandemia. El medio no sólo transmitió noticias sino que acompañó emocionalmente a la comunidad, explicó medidas sanitarias, conectó a vecinos y funcionó de puente simbólico cuando lo presencial se encontraba restringido, para esto la digitalización se volvió imprescindible.

Además, durante este proceso hacia la digitalidad, se ampliaron las capacidades de producción y circulación ya que se diversificaron formatos para llegar a más públicos y sostener el flujo constante de información. Sin embargo, también quedó expuesta la fragilidad económica que enfrentan los medios locales. La dependencia de las plataformas externas, la saturación informativa y la competencia desigual frente a medios de mayor escala son evidencia de que la digitalización no llega a eliminar los problemas de estructura que tiene el sector de la comunicación. La radio no desaparece; se transforma en radio-stream. Las noticias ya no son únicamente escritas sino que circulan en multiplataformas. La audiencia ya no es pasiva y participa en tiempo real. Los límites entre soportes, lenguajes y roles se vuelven permeables, dando lugar a un ecosistema mediático híbrido donde coexisten lógicas del pasado y dinámicas del presente.

### **Contribución al campo de los estudios de la comunicación y la Licenciatura en MAD**

Este trabajo aporta un caso empírico local que permite comprender cómo los grandes procesos globales (digitalización, convergencia y cambios culturales) se manifiestan en contextos



locales concretos. Al analizar la experiencia de *Sunchales Día por Día*, un medio de una ciudad intermedia, se ilumina un segmento que frecuentemente es relegado en estudios de comunicación que tienden a centrarse en grandes empresas mediáticas o conglomerados urbanos. Asimismo, es un ejemplo de que los medios locales son actores centrales en la construcción de ciudadanía digital: informan, contienen, acompañan y conectan a sus comunidades. En un contexto hiperconectado pero desigual, su rol no solo persiste sino que adquiere renovada relevancia. La contribución teórica radica en la intención de articular conceptos que fueron trabajados a lo largo de la carrera con la práctica profesional. Esta integración busca mostrar que la teoría no es algo meramente académico sino que puede ser usada para interpretar fenómenos concretos. Desde la perspectiva de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales, este trabajo refuerza la importancia de pensar la comunicación como una práctica cultural, social y política, no meramente técnica. La experiencia analizada evidencia la necesidad de formación en narrativas multiplataformas para quienes quieran trabajar en medios de comunicación, fomentar las habilidades de gestión digital, comprender las comunidades digitales locales e implementar estrategias para sostener medios en contextos de precarización económica.



---

## **Bibliografía**

- Aguerre, N. (2019). *Arte y medios: narrativa transmedia y translector*. Universidad Nacional de La Plata (UNLP).
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2000). *Hacia un sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Buenos Aires: Norma.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Prometeo.
- Bustamante, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: Las industrias culturales en la era digital*. Gedisa.
- Castells, M. (1996). *La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. 1: La sociedad red)*. Alianza Editorial.
- Franquet, R. (2003). La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (55), 50–58.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Lévy, P. (1997). *Cibercultura: El segundo diluvio*. Ediciones Cátedra.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Miró, E. M. (2020). *De lo impreso a lo digital: El proceso de migración del periódico El Universitario de la UNNOBA* [Tesis de grado, Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires].
- Peñañiel Sáiz, C., Echegaray-Eizaguirre, L., & Ronco, J. M. (2013). La reinención de los medios tradicionales en el entorno digital: nuevos lenguajes, rutinas y formas de relación. *Razón y Palabra*, 18 (85), 1–25.
- Peñañiel Sáiz, C. (2016). Reinención del periodismo en el ecosistema digital y narrativas transmedia. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (12), 163–182.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Gedisa.



Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janés.

Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Paidós.

Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

Vargas, L. D., Moyano, L., Romero, L., & Adriana, F. (2017). Internet: Portafolio/blogs: límites y alcances en el campo de la Comunicación/Educación. *XVI Encuentro de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS)*, Valparaíso, Chile. Revista FELAFACS.

Viada, M. M., Massa, J. M., Rodríguez, S., & Mercol, G. (2020). *Medios digitales: estrategias para generar credibilidad en tiempos de noticias falsas*. Universidad Nacional de Córdoba.