

UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA



Facultad de Ciencias de la comunicación

Licenciatura en periodismo

TESIS DE GRADO

Título de la tesis

EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA
SUBJETIVIDAD DE LAS AUDIENCIAS A TRAVÉS DEL TIEMPO

TUTOR: Maria Julia Rizzoto

ALUMNA: Francesca Rigiero

Resumen:	2
Introducción:	3
Planteamiento del problema:	4
Objetivos generales y específicos:	5
Tipo de investigación:	5
Momento técnico metodológico:	6
Técnica de recolección de datos:	7
Cap. 1 Las audiencias generacionales: nuevas y viejas audiencias:	8
Cap. 2 Los cambios tecnológicos y los medios de comunicación:	10
Cap. 3 Las audiencias y los cambios tecnológicos ligados a la información:	15
-Desarrollo de las entrevistas y diseño de los gráficos:	20
-Conclusiones finales:	30

Resumen:

Dentro de este tema nos interesa comprender a las audiencias y su relación con los medios para consumir información, ya sean digitales, televisivos o en formato papel como los periódicos. Con el fin de comprender cuales son los intereses que guían a las distintas audiencias a buscar información y qué efecto tienen estos sobre la subjetividad de dichos individuos.

Con el paso del tiempo los medios informativos han ido evolucionando y cambiando sus formatos, con el fin de satisfacer a los espectadores que consumen la información que estos brindan. Por lo tanto, ambos se han ido reconstruyendo de forma conjunta y podemos establecer una clara relación entre las audiencias y los medios informativos.

Si bien es claro el vínculo entre ambos factores, nuestra intención es ir mas allá y comprender el impacto que los medios han causado en las audiencias a través del tiempo, especialmente en la subjetividad de estas generaciones que han crecido junto a estos.

Los medios de comunicación fueron surgiendo debido a las diferentes revoluciones tecnológicas, por ejemplo, la imprenta, la radio, la televisión, el teléfono, etc.

En nuestros días, la comunicación en todas sus formas es llamada el “cuarto poder” de la sociedad, una subida de categoría debido a su influencia en la vida cotidiana y en la subjetividad de todos los seres humanos.

Durante épocas pasadas, los medios de comunicación solo estaban dirigidos a un público receptor. Era, por tanto, una manera de influenciar de forma unidireccional, donde no existían diversidad de opiniones, solo las dictadas por ellos.

Esto ha cambiado, por suerte para la sociedad, gracias a la revolución digital y la democratización de la información. A través de los años, se han creado mecanismos

para que los usuarios no sean solo receptores, sino audiencias activas dispuestas a interactuar con el medio.

A partir de los grupos etarios seleccionados, realizaremos una infografía de producción propia, para ejemplificar a los medios de comunicación a través del tiempo. Logrando así un recorrido histórico sobre los formatos pertenecientes a cada época y su impacto en la sociedad.

De esta forma vislumbramos cómo las audiencias fueron y son fundamentales para la innovación de cada formato y cómo los medios repercutieron en la subjetividad de estas.

Introducción:

El aspecto que nos interesa comprender son las relaciones que se establecen entre los medios de información y la subjetividad de las audiencias en distintas épocas signadas por los cambios tecnológicos desde los medios gráficos, televisivos a la digitalización.

Los medios de comunicación y las tecnologías ligadas a los mismos fueron transformándose a través del tiempo, lo que nos lleva a preguntarnos ¿qué impacto tuvieron estos cambios en las distintas audiencias y su subjetividad?

La información forma parte de la cotidianeidad de las personas, para llegar a ella se fueron elaborando distintos medios de información accesibles a los intereses de las personas.

Los medios de comunicación han crecido a grandes rasgos, y un gran ejemplo es el nuevo periodismo digital, que, si bien muchas veces se habló de que este desplazaría los antiguos medios, la realidad es otra. Quizás los medios antiguos como la radio o el diario no tienen la misma popularidad que años atrás, pero estos siguen coexistiendo con el mismo objetivo de los actuales: informar.

Nuestro problema de investigación refiere a las audiencias a lo largo del tiempo que han encontrado diversas formas de informarse, a través de los diferentes medios de comunicación, que fueron adaptándose a los avances tecnológicos. Todas las

generaciones: pasadas y presentes, tienen algo en común y es que existe una estrecha relación entre la sociedad y la tecnología, por ello todo el mundo busca comunicarse e informarse.

Uno de los grandes cambios surgidos en el mundo de la comunicación, es la manera de pensar y hacer periodismo. El primer gran síntoma es que nos encontramos en una nueva era: la increíble velocidad en que fluye y transcurre la información en tiempo real. Si bien esta contiene un aspecto negativo, ya que el flujo informativo se ha comido el tiempo de la corrección; ahora se corrige sobre el texto publicado, porque se trata de ser el primero en publicar, sin importar qué y cómo se diga. La parte positiva de esta inmediatez de hechos, es que la sociedad cuenta con una mayor capacidad para estar informada.

Pero en esta tesis no vamos a plantear un versus entre el periodismo de antes y el de ahora, sino que vamos a reflejar y mostrar, de la forma más explícita que podamos, como las audiencias se han ido formando a lo largo del tiempo, con sus pro y contras, resaltando aquellas cosas positivas que contenía el periodismo de antes y el de ahora, y así mismo las negativas.

Planteamiento del problema:

- **Pregunta de investigación (pregunta que guiará el estudio):** ¿Cómo las audiencias fueron apropiándose de los avances tecnológicos ligados a la transmisión de información y qué implicancias tuvieron en su subjetividad?

- **Formulación del problema:** introducción donde se describa el problema, alcances, contexto. Nuestro problema de investigación ligado estrechamente a la información periodística y a su transmisión por distintos medios ya sean digitales, televisivos o formato papel no pretende ser una respuesta teórica a una problemática de tipo histórica, sino que nos remitimos a que el medio por el cual la gente se informa produce sobre ellas una reacción particular, no es lo mismo ver un video en formato digital sobre un hecho ilícito que ver una foto relatada en formato papel.

Por lo cual las distintas audiencias fueron vivenciando la información de acuerdo a los medios que la hacían llegar, lo que creemos que influye en las subjetividades y en la cotidianidad de las personas (miedo ante un video de robo, en el video se ve el robo a

un anciano en la parada de colectivos lo que puede llevar a que un anciano no quiera tomarse el colectivo).

Esta investigación pretende alcanzar dos audiencias generacionales y una intermedia: una adulta (50 a 80 años) una juvenil (18 a 30 años) para poder discernir este impacto de la información, y un grupo intermedio (30 a 50 años). Para tal objetivo nos remitiremos a entrevistar a una población de estudio con personas adultas y jóvenes de la ciudad de San Lorenzo, así mismo, pretendemos tener presente el acercamiento que la noticia tiene en las audiencias, dado que una noticia que implica a la ciudad donde vives no es comprendida ni produce el mismo impacto que una relatada en otro país, cuestión que la digitalización ha favorecido.

Objetivos generales y específicos:

-Objetivo general: Entender cómo las audiencias fueron apropiándose de los avances tecnológicos ligados a la transmisión de información y qué implicancias tuvo en su subjetividad.

-Objetivos específicos: Vislumbrar la forma en que los medios adaptan la información de acuerdo a las audiencias para generar contenido que sea de su interés. Conocer por medio de entrevistas a adultos mayores cómo fue su acceso a las distintas tecnologías para informarse y qué produjo en ellos esta nueva manera de abordar la realidad. Conocer cómo las generaciones o audiencias jóvenes se informan y las consecuencias que tienen en su cotidianeidad y subjetividad.

Tipo de investigación:

Inicialmente pretendemos realizar una investigación científica, ya que, en la misma por medio de la bibliografía trabajada, analizaremos la información recabada en nuestro trabajo de campo (entrevistas a adultos y jóvenes) construyendo nuestro conocimiento para comprender la temática trabajada, adquiriendo nuevos criterios que nos guiarán en la construcción de estos saberes.

Será así mismo de tipo cualitativa, dado que no nos basaremos en datos numéricos ni estadísticos, sino que tendremos presente realidades dinámicas basadas en opiniones, comportamientos y percepciones de los y las sujetos de investigación. También será

aplicada dado que la misma tiene como propósito, no sólo aportar al análisis y conocimiento propiamente dicho en las investigaciones científicas, sino también visibilizar una realidad y problemática actual en base a los resultados obtenidos. El trabajo de campo lo llevaremos a cabo en el Departamento San Lorenzo (provincia de Santa Fe) en el transcurso aproximado de 3 meses, para luego ahondar en el análisis buscando entrever cuál es la relación que se establece entre medios tecnológicos - informáticos y las audiencias y sus subjetividades.

Por lo tanto, llevaremos a cabo una investigación de tipo transversal: científica, cualitativa y aplicada con una base en el trabajo de campo, donde abordaremos tres grupos etarios que se han ido interrelacionando a lo largo del tiempo.

Momento técnico metodológico:

-Estrategia de encuentro con la realidad y selección del diseño:

Como punto de partida trabajaremos la bibliografía para lograr introducirnos en la elaboración de las preguntas que integrarán las entrevistas a los sujetos seleccionados para abordar el trabajo de campo. De esta forma, simultáneamente vamos a enriquecer nuestras preguntas con la información que nos brinde el análisis de nuestras fuentes. Continuaremos con el trabajo de campo propiamente dicho a partir del acercamiento a la realidad y problemática concerniente a nuestra investigación por medio de las entrevistas. A partir de los datos recolectados organizaremos la información obtenida de acuerdo a los intereses de nuestra problemática.

Por último, analizaremos lo anterior a partir de la bibliografía que trabajamos llegando a los resultados esperados, teniendo como base nuestras hipótesis de trabajo.

-Contexto: En base a los tres grupos etarios seleccionados, pretendemos realizar una investigación transversal que abarque el pasado y el presente de acuerdo a nuestros sujetos de investigación.

Así mismo estará contextualizada en el periodismo multimedia, en relación a nuestros intereses basados en la información que reciben las audiencias por distintos medios y formas. Lugar: Departamento San Lorenzo, provincia de Santa Fe..

-Universo y población: Sujetos que coincidan con los grupos etarios que mencionamos: dos audiencias generacionales y una intermedia: una adulta (50 a 80 años) una juvenil (18 a 30 años) para poder discernir este impacto de la información, y un grupo intermedio (30 a 50 años) Nuestra población de estudio comprendería a personas adultas y jóvenes de la ciudad de San Lorenzo, provincia de Santa Fe.

Técnica de recolección de datos:

Entrevistas semiestructuradas de corta duración y encuestas para complementar nuestra información. Preparación de instrumentos de recolección de datos: grabación de las entrevistas, desgravación, redacción de las mismas, y encuestas.

-Preguntas que guiarán nuestro trabajo de campo:

(50 a 80 años)

¿Cuáles son los medios por los cuales te informas en la actualidad?

¿Como solías informarte en tu juventud?

¿Qué diferencia percibes entre los medios digitales y los contemporáneos?

¿Cómo influyen en vos las imágenes y videos que ves en las noticias?

¿Pudiste adaptarte a los nuevos formatos para informarte?

(18 a 30 años)

¿Cuáles son los medios por los cuales te informas en la actualidad?

¿Cómo influyen en vos las imágenes y videos que ves en las noticias?

¿Cuál es tu opinión sobre los medios tradicionales, dando una vista hacia el pasado?

(30 a 50 años)

¿Cuáles son los medios por los cuales te informas en la actualidad?

¿Cómo influyen en vos las imágenes y videos que ves en las noticias?

Al estar en medio de dos audiencias que fueron trascendiendo, ¿Con que plataforma te sentís mas identificado/a a la hora de acceder a la información? (medios antiguos o actuales), ¿Existe un balance entre ambos?

En relación a las preguntas, planteamos mostrar diferentes noticias con videos e imágenes, que representen diferentes temáticas, en base a eso, ver las reacciones y

comentarios de estos diferentes grupos frente a las noticias, con el fin de ver cómo afecta en su subjetividad.

Cap. 1 Las audiencias generacionales: nuevas y viejas audiencias:

-En este capítulo vamos a definir qué entendemos por audiencias, basándonos en diversos autores citados a continuación. Dentro de las audiencias vamos a desarrollar los tres grupos que mencionamos en el referente empírico. Vamos a dar un peneo por el contexto social en que viven estos grupos etarios. Además, integraremos la infografía que guiará el capítulo 2.

Audiencias:

La audiencia es imprescindible para que exista el periodismo. Podemos establecer un vínculo claro donde la audiencia espera de los periodistas que estos satisfagan su necesidad de información, a través de contenido que sea de su interés, donde a su vez estos informantes esperan cumplir con dichas expectativas. Este mecanismo se ha ido fragmentando, personalizando y duplicando a lo largo del tiempo.

Podemos definir a las audiencias como aquellos espectadores sedientos de información, que recurren a los diferentes medios para saciar su sed a través de diversos contenidos que sean de su “agrado”. Pues, si la información que se le brinda al consumidor no es de su interés, este lo rechaza inmediatamente.

El impacto que haya causado la información en la “subjetividad” del usuario, definirá si este lo elige o lo rechaza. En este aspecto tendrá mucho que ver la edad del consumidor y a la generación que pertenezca. De por sí, todos los seres humanos son diferentes y cada uno goza de diversos contenidos, es en este punto donde la tarea de los medios se vuelve un desafío.

Los medios buscan satisfacer las demandas de los consumidores brindándoles contenidos que sean de su agrado, sin embargo, la apreciación sobre una noticia por parte de una persona juvenil no será la misma que la de un adulto mayor. El impacto en la subjetividad de cada uno será diferente.

Los formatos por los cuales se transmite la información han ido evolucionando a través del tiempo y junto a ellos las audiencias. Es por esta razón , que nos interesa abarcar a las generaciones que acompañaron al periodismo en papel y que lo siguen haciendo hoy con la digitalización, junto con los nativos digitales.

Ya que son los usuarios los que determinan el interés de una noticia y los que deciden darle visibilidad una vez recibida la información a través del feed-back o respuesta, por medio de un tweet o un me gusta, los cuales serían los ejemplos más comunes y utilizados hoy en día. A través de estas respuestas los periodistas y la audiencia pueden desarrollar relaciones recíprocas beneficiosas para todos.

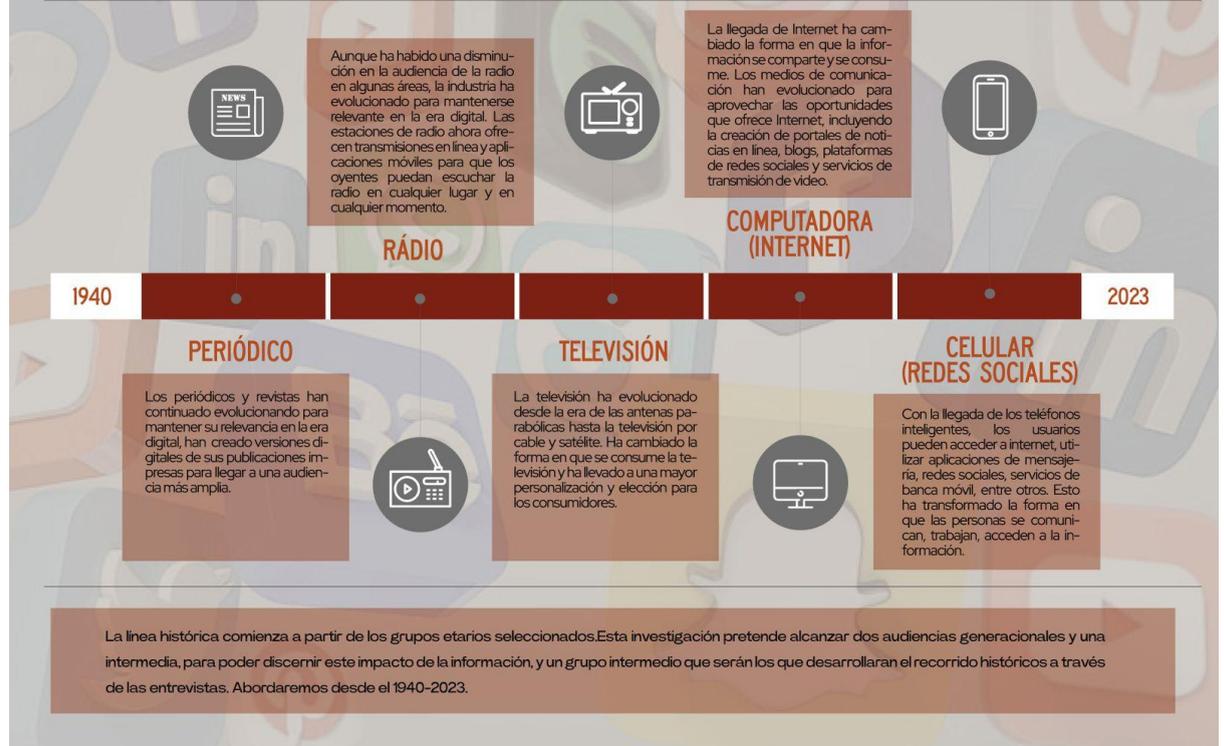
Así mismo los lectores son conducidos por una serie de elementos en los que se incluye el tiempo, el sitio y el periodo histórico, que lleva a la audiencia a identificarse con los medios o con un medio determinado. Dentro del entorno la audiencia crea una red de relaciones sociales, que deriva en una comunicación social, donde las personas interactúan con diferentes intenciones, motivaciones y habilidades.

Esta comunicación es un proceso, lo que significa que está en desarrollo y sin finalizar, porque la sociedad no se queda estática y cambia constantemente. Los usuarios ya no son seres pasivos que se limitan a recibir la información.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A TRAVÉS
DEL TIEMPO

Esta infografía pretende vislumbrar el tema que desarrollaremos y reflejar la construcción entre lo que fueron y son hoy en día.



Cap. 2 Los cambios tecnológicos y los medios de comunicación

- Formato papel-periódicos: prensa escrita.
- Era de la radio.
- Era de la televisión.
- Consumo digital: (Internet-computadoras-celulares-redes sociales).

Dentro de estos subcapítulos, desarrollaremos que abarca cada uno de estos ítems.

A lo largo del tiempo, los medios de comunicación se han ido adaptando a los cambios tecnológicos, culturales y sociales. Evolucionado y adaptándose a las necesidades de la sociedad, para que su trabajo de transmitir información sea mucho más óptimo. Sin embargo, estos no han tenido la misma efectividad en todos los períodos de la historia y por eso, se han ido reconstruyendo para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Cada medio ha encontrado maneras de mantener su relevancia y llegar a una audiencia más amplia, ya sea a través de la transmisión en línea, la programación de podcasts o la creación de plataformas de redes sociales.

-Prensa escrita:

La vida de la prensa escrita en Argentina tiene que ver directamente con el desarrollo de la Nación. De allí en más se inicia un proceso literario-periodístico que culmina en los periódicos que hoy conocemos, y que logró mantener su relevancia mediante periódicos y revistas en formatos digitales.

El uso de la prensa escrita ha tenido un peso significativo en la sociedad a lo largo del tiempo. Aunque en la actualidad la forma en que las personas obtienen información ha evolucionado, esta sigue siendo relevante y continúa desempeñando un papel importante en la formación de la opinión pública e influyendo en el comportamiento y subjetividad de las audiencias.

Los periódicos y revistas han proporcionado noticias, análisis, comentarios y opiniones sobre una amplia gama de temas, desde política y economía, hasta cultura y entretenimiento. Permitiéndoles a los ciudadanos mantenerse actualizados sobre los acontecimientos locales, nacionales e internacionales.

La imprenta se destaca por su capacidad para moldear la percepción y las actitudes de las personas. La elección de las historias que se publican, los titulares y la forma en que se redactan los artículos pueden afectar la interpretación, la subjetividad y la opinión de los lectores.

Sin embargo, es importante destacar que la influencia no es absoluta. Con la llegada de Internet y las redes sociales, las audiencias ahora tienen acceso a una amplia gama de fuentes de información y pueden buscar diferentes perspectivas sobre un tema. Esto ha llevado a un aumento en la diversidad de opiniones y ha permitido que los individuos cuestionen la información que se les presenta.

-Radio:

La aparición de la radio fue un suceso importante para los medios de comunicación, al igual que la invención de los primeros medios audiovisuales. Este espacio, ha tenido un

impacto significativo en la historia Argentina desde su introducción en el país, ya que fue uno de los primeros medios de comunicación de masas.

Durante el siglo XX, especialmente en las décadas de 1930 y 1940, la radio se convirtió en una fuente importante de información y entretenimiento para la población. Permitió una mayor conectividad y un acceso más rápido a las noticias, eventos y programas culturales.

Durante décadas, las familias se reunían alrededor del receptor para escuchar sus programas favoritos y disfrutar en el hogar. Se transmitían programas de variedades, radionovelas y eventos deportivos en vivo.

Por otro lado, la radio jugó un papel fundamental en la formación de la identidad cultural argentina. Transmitía programas de música, tango, teatro y noticias que reflejaban la realidad y los intereses del pueblo. Como también, la educación y la alfabetización, a través de programas educativos y formativos. Este espacio, ayudó a brindar acceso a la educación para personas que de otra manera no hubieran tenido la oportunidad de acceder a ella.

También, fue utilizada como herramienta de propaganda política. En particular, durante la llamada "Década Infame" (1930-1943) y la última dictadura militar (1976-1983), el gobierno utilizó la radio para difundir su ideología y controlar la información que llegaba a la población.

Con el paso del tiempo, la industria radial ha sufrido una disminución en su audiencia, sin embargo esta ha evolucionado para mantenerse relevante a través de los cambios tecnológicos. Experimentó cambios significativos como la introducción de la radio FM y la digitalización de las transmisiones, que permitieron una mejor calidad de sonido y una mayor diversidad de opciones de programación.

Con la llegada de Internet, muchas emisoras de radio comenzaron a transmitir en línea a través de aplicaciones móviles, para que los oyentes puedan escuchar en cualquier lugar y momento. Además, ha encontrado un nuevo nicho en la programación de podcasts, que ha experimentado un gran crecimiento de popularidad en los últimos años, ampliando aún más su alcance y audiencia.

-La televisión:

La televisión ha evolucionado desde la era de las antenas parabólicas hasta la televisión por cable y satélite. Desde su introducción en la década de 1950, se convirtió en un medio de comunicación masivo que ha moldeado la cultura, la política y la sociedad argentina.

Ha desempeñado un papel fundamental en la difusión de la cultura y el entretenimiento, a través de programas como telenovelas. También, ha sido un medio crucial para informar a la población, ya que se convirtió en una fuente importante de noticias para los argentinos.

En muchos momentos críticos de la historia como los golpes de estado o las crisis económicas, los noticieros han desempeñado un papel clave en la cobertura de eventos históricos y sociales.

Durante diferentes períodos, los gobiernos han utilizado la televisión para transmitir mensajes políticos y propaganda. Los discursos presidenciales, los debates y los programas de entrevistas han sido formas en las que los grandes líderes han utilizado para comunicarse con la población.

Por otro lado, a medida que los programas han ido evolucionando a lo largo de los años, han abordado temas como la igualdad de género, los derechos humanos y la diversidad. Transmitiendo mensajes e influyendo en la opinión pública, contribuyendo a la transformación de la sociedad argentina.

-Computadoras:

A lo largo de la historia, las computadoras se han convertido en herramientas indispensables en diversos ámbitos de la sociedad.

La introducción de las computadoras en Argentina se remonta a la década de 1950, cuando las primeras máquinas comenzaron a ser utilizadas en instituciones académicas y empresas. En ese momento, eran grandes y costosas. Su uso estaba limitado a unas pocas organizaciones con recursos suficientes para adquirirlas.

En la década de 1970, la dictadura militar en Argentina implementó políticas económicas proteccionistas, que dificultaron aún más el acceso a las computadoras importadas. Esto llevó al desarrollo de la industria nacional de tecnología de la información, con empresas argentinas produciendo y comercializando equipos informáticos.

Durante las décadas de 1980 y 1990, Argentina experimentó un crecimiento significativo. Las PC se volvieron más asequibles y accesibles para el público en general, lo que llevó a una mayor adopción tanto en hogares como en empresas. Las computadoras se convirtieron en herramientas indispensables para tareas de oficina, educación, investigación y entretenimiento.

La década de 1990 fue un período de reformas económicas y modernización tecnológica en Argentina. Se han promovido iniciativas para fomentar la innovación, el emprendimiento y el desarrollo de software. En los últimos años, ha continuado avanzando en el campo de la tecnología.

-Internet:

El acceso a Internet en Argentina se expandió considerablemente a partir de la década de 1990. Inicialmente, la conexión se limitaba principalmente a instituciones académicas y empresas, pero con el tiempo se popularizó entre los hogares y la población en general.

Hay que destacar que la influencia de Internet ha tenido tanto aspectos positivos como desafíos. Si bien, ha democratizado el acceso a la información y ampliado las oportunidades en diversos ámbitos, también ha planteado preocupaciones sobre la privacidad, la desinformación y la brecha digital.

Internet ha cambiado la forma en que la información se comparte y se consume, incluyendo la creación de portales de noticias en línea, blogs, plataformas de redes sociales y servicios de transmisión de video.

-Teléfonos inteligentes/Redes sociales:

La llegada de los teléfonos inteligentes, ha transformado la forma en que las personas se comunican y acceden a la información.

Los primeros teléfonos celulares, se introdujeron en Argentina a mediados de la década de 1990. En ese momento, los móviles eran costosos y solo estaban al alcance de una pequeña parte de la población. Sin embargo, su disponibilidad fue aumentando gradualmente.

A medida que avanzaba la tecnología y se establecían más antenas de telefonía móvil, la cobertura de las redes celulares se iba extendiendo por todo el país. Esto permitió que un número cada vez mayor de personas accediera a los servicios, lo que llevó a un rápido crecimiento en la cantidad de usuarios.

Los teléfonos celulares revolucionaron las comunicaciones, estos se han convertido en una parte integral de la vida cotidiana y su uso se ha extendido a todas las edades y sectores sociales. Lo que hizo posible que las personas puedan acceder a internet y a las redes sociales, en cualquier momento y lugar.

Con un aumento en la popularidad de las aplicaciones de streaming y el contenido en línea. Las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, han cambiado la manera en que las personas se conectan entre sí, comparten información y experiencias.

Los ciudadanos pueden acceder a noticias, investigaciones, datos y conocimientos, lo que ha democratizado el acceso a la información. Las redes y otras plataformas en línea, han sido utilizadas para organizar protestas, campañas de activismo y discusiones públicas sobre temas de interés social y político.

En resumen, los medios de comunicación han experimentado cambios significativos, a través de diferentes formatos utilizados a lo largo de los años. A partir de estos, han logrado un impacto cada vez más importante en la forma en que las personas perciben y entienden el mundo. Desde influenciar la manera en que vemos eventos históricos hasta moldear nuestra identidad personal y cultural.

Los medios siguen desempeñando un papel crucial en la formación de nuestra comprensión de la realidad. Sin embargo, este impacto ha evolucionado con la tecnología y la facilidad de acceso a la información, lo que presenta desafíos y oportunidades en la construcción de nuestra perspectiva en la era digital.

En la actualidad pertenecemos a una sociedad que depende profundamente de la digitalización. Esta, se ha convertido en una parte esencial de nuestra vida cotidiana. A donde vayamos la red nos acompaña, lo que plantea diversos desafíos para los medios de comunicación en la actualidad.

Por lo tanto, el periodismo enfrenta el desafío de renovarse y adaptarse a las expectativas cambiantes de las audiencias. Esto implica conocer a fondo a su público para producir contenido de calidad, con el fin de presentarlo de manera concisa y atractiva. Es por ello, que los medios desempeñan un papel cada vez más activo, tratando de captar y mantener la atención constante de las audiencias mientras se adaptan a la dinámica de Internet.

Finalmente comprendemos que nuestra sociedad se desenvuelve en un mundo hiperconectado, donde estar al tanto de las últimas noticias es más accesible que nunca. Los medios deben adaptarse a este ecosistema digital y satisfacer las expectativas de las audiencias que van cambiando a través del tiempo. La clave está en aprovechar las ventajas de Internet y la tecnología para ofrecer información actualizada de manera constante, que logre satisfacer a los diferentes públicos presentes.

Cap. 3 Las audiencias y los cambios tecnológicos ligados a la información

-En este capítulo trabajaremos con las conclusiones que saquemos de los capítulos anteriores: el impacto de la información y los medios en las subjetividades.

-El uso que los medios de comunicación hacen de la tecnología para llegar a las audiencias.

-Subjetividad y Ser-Virtual.

-Por medio del desarrollo de las entrevistas y el diseño de gráficos, nos adentraremos en el impacto que cada una de estas formas de transmitir información repercutió y repercute en las audiencias y cómo el formato en el cual se transmite la información deja huellas en los sujetos y su cotidianeidad.

-El uso que los medios de comunicación hacen de la tecnología para llegar a las audiencias.

En la Argentina, como en muchos otros lugares del mundo, la revolución digital ha transformado la forma en que las personas interactúan con las noticias. Los ciudadanos argentinos, cada vez más inmersos en la era digital, se han convertido en actores activos en el proceso de comunicación. Estos, pueden elegir las noticias que quieren ver, escuchar o leer, y pueden incluso intervenir en el contenido compartido.

Este cambio ha redefinido la relación entre los medios de comunicación y la audiencia. Antes, los ciudadanos eran receptores pasivos de información, ahora tienen el poder de seleccionar, comentar y compartir noticias en línea. Esta participación activa de la audiencia ha dado lugar a una esfera pública y digital en Argentina.

El periodismo también ha experimentado una transformación significativa en la era digital. Los medios tradicionales han tenido que adaptarse a un entorno en el que las noticias se difunden instantáneamente a través de las redes sociales. Las redacciones ahora operan las 24 horas del día para mantenerse al día con los acontecimientos y proporcionar noticias en tiempo real. Los periodistas argentinos han adoptado nuevas habilidades, como la verificación de hechos en línea y la narración multimedia, para mantenerse competitivos.

En este contexto, la confiabilidad de la información se ha convertido en un tema crítico. La rápida difusión de noticias falsas y la desinformación en línea han planteado desafíos significativos. Los medios se han visto obligados a reforzar sus prácticas de verificación de hechos y a educar a la audiencia sobre cómo discernir entre noticias veraces y falsas.

Mirando hacia el futuro, el periodismo digital en Argentina enfrenta oportunidades y desafíos continuos. La tecnología sigue avanzando, y la inteligencia artificial y el periodismo de datos están en aumento. Además, la relación entre las plataformas tecnológicas y los medios tradicionales continúa siendo un tema de debate.

Las tecnologías de la comunicación forman parte de la vida de todos, tres y hasta cuatro generaciones conviven al mismo tiempo y se las reconoce como una de las causas de nuevas formas de organización social, que han originado importantes cambios sociales.

Internet y los medios de comunicación, han evolucionado vertiginosamente posibilitando a los usuarios el acceso instantáneo a todo tipo de información,

independientemente del horario y del lugar en donde se encuentren, de un modo síncrono y asíncrono efectivo, desligados de un lugar físico, de forma inmediata y con terminales cada vez más sencillos.

Las nuevas tecnologías digitales han modificado radicalmente la interacción entre personas: muchos de los hogares, instituciones educativas e incluso lugares de acceso público, permiten la conectividad con el único requisito de disponer de un dispositivo, denominado comúnmente como Personal Digital Assistant (PDA), tal como una computadora portátil, un celular, una tablet, etc.

En la actualidad, no existen dudas acerca de la necesidad que tienen los usuarios de ser partícipes activos en esta sociedad focalizada en las tecnologías y particularmente en los portales de noticias, blogs y redes sociales. Lo que provoca la necesidad de examinar cuidadosamente cuál es el uso y las motivaciones que llevan a las personas a estar cada vez más conectadas y en constante búsqueda de información.

Algunos investigadores se han focalizado en estudiar el efecto que tienen las redes virtuales sobre los usuarios. En algunos estudios se ha concluido su uso: ***“Además de ser una herramienta efectiva para mantener las relaciones con los amigos y la familia, tiene efectos positivos en la salud psicológica de las personas, sobre todo por el hecho de que permiten interactuar, obtener soporte social y dar sentido a las relaciones y a la vida, generando así bienestar psicológico” (Kraut, Kiesler, Boneva, Curmmings, Helgeson, y Crawford, 2002).***

En este contexto, indagar sobre la importancia que los ciudadanos les otorgan a los medios de comunicación, se vuelve imprescindible para entender los motivos por los cuales estos espacios cautivan a los espectadores que las consumen.

Por este motivo considero importante poder explorar y analizar la mirada que los mismos tienen sobre esta y como su uso podría llegar a manifestarse en la subjetividad de las audiencias. ***“Las redes sociales no son estáticas, sino que por el contrario poseen características de sistemas abiertos, ya que se encuentran en un proceso dinámico de construcción y reconstrucción permanente” (Dabas, 1993).***

De acuerdo con los resultados de algunas investigaciones desarrolladas en el campo de la psicología, la percepción que tienen las personas sobre el apoyo social con el que cuentan, es uno de los factores más importantes y relevantes de la dimensión del Bienestar Subjetivo.

-Subjetividad:

La subjetividad es la percepción y valorización propia, a partir de las emociones expresa argumentos o realidades personales. Esta depende de factores y experiencias individuales, pero, al vivir en sociedad, cada individuo se impregna de la representación social que se construye a su alrededor y de la información que se consume.

Es relevante resaltar que, a pesar de que cada persona tiene su propia perspectiva subjetiva, esta también se ve influenciada por el entorno social en el que vivimos y la información que absorbemos. A medida que nos relacionamos con otras personas y nos exponemos a diversas formas de ver las cosas, nuestra subjetividad se enriquece y cambia con el tiempo

La subjetividad puede ser negativa o positiva. Desde un punto de vista negativo, puede llevar a prejuicios. De manera positiva, ayuda a la aceptación de ideas diferentes a las propias. Este se constituye de argumentos y experiencias que emanan desde la percepción personal, lo contrario a la objetividad, que representa una realidad de manera neutra evitando incluir sentimientos o puntos de vista individuales.

Es esencial diferenciar entre la subjetividad y la objetividad. Mientras que la subjetividad se fundamenta en la visión personal y las emociones individuales, la objetividad se esfuerza por mostrar la realidad de forma imparcial, sin incorporar juicios personales o sentimientos. Ambos aspectos tienen su importancia en la vida diaria y en la toma de decisiones basadas en información sólida.

En la era de la información y la comunicación, como la que vivimos hoy en día, Internet se convierte en un canal donde los individuos pueden construir y expresar su propia subjetividad de manera más accesible que nunca. Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en esta construcción, ya que son plataformas donde las personas comparten sus ideas y perspectivas diariamente. A través de Internet y los

medios, se manifiestan una amplia gama de emociones, desde la felicidad hasta la soledad o la depresión.

-Ser-virtual:

El proceso de construcción del perfil en dichas comunidades virtuales, permite al individuo organizar las características de la identidad que desea proyectar, convirtiéndose en su “ser-virtual”. Con el objetivo específico de encontrar a sus similares en las redes sociales.

Hoy día, pertenecer a una red social va más allá de la mera posibilidad de tener encuentros no-físicos cara cara. Actualmente contamos con espacios de participación donde las audiencias pueden proponer, opinar o criticar, ya sea con fotos, videos, comentarios, memes etc. Situaciones que de uno u otro modo afecta su subjetividad, ya sea para bien o para mal.

Nos encontramos frente a un espacio, donde lo personal pasa a ser de público conocimiento. Para ingresar en determinado portal o red social, basta con introducir una cuenta de e-mail y una contraseña. Cada plataforma de socialización implica el hecho de crear un perfil personal rellenando una serie de plantillas, realizar una lista de contactos y luego iniciar conversaciones con ellos.

Una vez finalizado el perfil del usuario, por delante se encuentra un historial con las últimas acciones realizadas por nuestros contactos elegidos. En el perfil básico de cada usuario, aparece una foto y sus datos mas relevantes (nombre, ciudad, edad, e-mail, redes a la que pertenece, amigos), un muro de comunicación e información sobre las últimas acciones realizadas.

El perfil diseñado es capaz de interactuar con la información que adquiere a través un “me gusta” como de “comentarios” o vía “chat”. En este punto, los diferentes usuarios se transforman en aquellas audiencias que no sólo son receptoras de la información, sino que son partícipes y capaces de dar su opinión.

Posteriormente, las “solicitudes” de activación de aplicaciones llegan al perfil del usuario. Resulta difícil no estar al día de las novedades que otorga la red. Aunque varios

portales brindan la posibilidad de decidir si desean recibir “notificaciones” o no. Al igual que nos incita a ofrecer determinado medio para aquellos que aún no lo tienen.

Esta era de las redes sociales y la construcción del "ser-virtual" redefine la forma en que las personas interactúan, se comunican y se presentan en línea, fusionando lo personal y lo público en una experiencia única y dinámica.

-Desarrollo de las entrevistas y diseño de los gráficos:

Los medios de comunicación han revolucionado nuestro mundo y han influido en la subjetividad de las audiencias a través del tiempo.

De acuerdo al material recolectado por medio de las entrevistas realizadas, comprendemos que la sociedad está compuesta por varios rangos etéreos divididos en cuatro generaciones, popularmente conocidas como: Baby Boomers, Generación X, los Millennials y la generación Z o Centennials.

Se han descrito características diferenciales para cada una de las cuatro generaciones, que componen actualmente nuestra sociedad. Cada una de estas, han sido parte de la construcción y desarrollo de las audiencias, que han ido desafiando a los mass media, para que estos sigan buscando nuevas formas de evolucionar y cautivar su atención.

Para analizar a los diferentes grupos etarios debemos mirar con perspectiva lo que ha pasado en los últimos años y en nuestro presente, ya que la digitalización ha impulsado el crecimiento y evolución de la comunicación.

Por lo tanto, cada generación presente en el consumo de los medios, ha presenciado episodios que contribuyen, a los avances tecnológicos y a la cambiante forma de comunicar.

De acuerdo a la línea del tiempo expuesta, comprendemos que las sociedades siempre han tenido la necesidad de transmitir información, desde los medios tradicionales como la radio, que fue un gran avance para informar a un grupo mayor, como también la televisión que posibilitó la transmisión simultánea de imágenes y sonidos.

Aunque, el impacto mayor surge con la aparición de internet, con él llegaron las páginas web, los blogs y las comunidades virtuales donde los usuarios interactúan, conocidas como redes sociales.

De acuerdo a la mayoría de los entrevistados los medios tradicionales como la televisión, la radio y el periodico, fueron muy populares en el pasado y si bien, siguen vigentes hoy en día, estos han pasado a un segundo plano y en su mayoría se encuentran presentes en horarios específicos como: “La hora del almuerzo y la cena”.

Debido a que el consumo en la actualidad se puede dar en cualquier momento y lugar, pasamos a ser audiencias móviles, dejando atrás el clásico televisor-mueble.

Para poder comprender este gran impacto, debemos evaluar los estilos característicos de cada generación, su consumo e interacción con los sistemas audiovisuales viejos y nuevos.

Los Baby Boomers son adultos mayores aún vivos, que pertenecen al grupo etario mas antiguo. Fueron testigos de avances tecnológicos importantes, vieron el surgimiento de la TV, el nacimiento de la computadora, internet y la telefonía celular.

Este grupo ha visto cómo la tecnología ha transformado radicalmente la forma en la que se consume información. Han vivido la transición desde los periódicos impresos hasta los medios digitales, presenciando cómo los contenidos se volvían cada vez más accesibles a través de la web.

A medida que la tecnología avanza a un ritmo vertiginoso, estos enfrentan el desafío de mantenerse al día. Para muchos, la jerga y la terminología digital pueden resultar abrumadoras, pero están dispuestos a aprender y adaptarse. Buscan conectar con sus seres queridos a través de las redes sociales y comparten contenido que resuena con sus valores y experiencias.

En la actualidad deben convivir con una sociedad muy diferente a la de su juventud, donde la tecnología mas avanzada eran los medios tradicionales. Ahora viven en una sociedad que gira en torno a lo digital, donde todos los días surgen nuevos retos para mantenerse a tono con los tiempos.

Uno de los retos principales es entender la jerga referida a la tecnología, dado que sus nietos hablan el idioma digital, literalmente dicen “hashtag, lol., etc”. También deben aprender a desenvolverse en esta sociedad cada vez mas tecnológica a través del uso de teléfonos sin teclado y establecer conversación por medio de un chat.

Estos datos son importantes porque aun cuando a los Baby Boomers deben asumir varios retos para adoptar estos mecanismos modernos, en general se atreven a involucrarse con la misma.

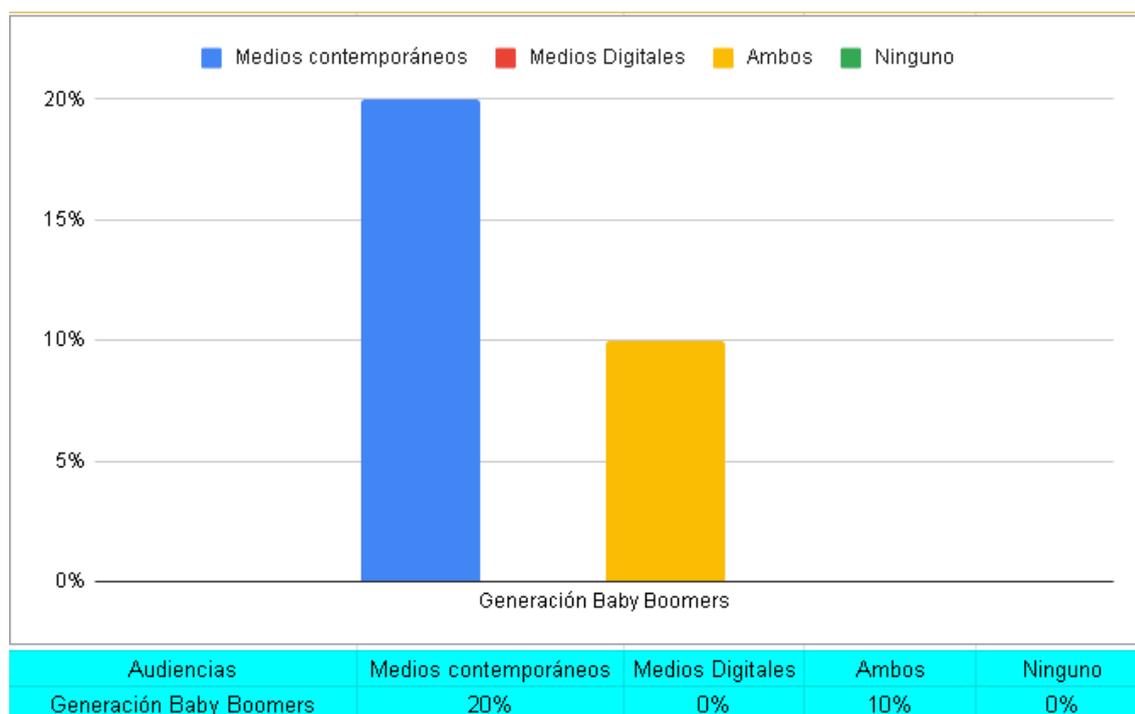
Comparten contenidos como cualquier otra generación, su red social favorita es facebook, prefieren contenidos que puedan leer con tranquilidad antes que videos demasiado cortos o visuales y utilizan estas herramientas principalmente para conectarse con sus familiares y viejos amigos.

Algunas personas mayores han demostrado la capacidad de evolucionar junto con los avances tecnológicos, mientras que otros suelen negarse. No dejan de estar informados, pero de la forma mas tradicional y sencilla posible. Como inmigrantes digitales necesitan mas tiempo para interiorizar su impulso tecnológico.

La transición de los medios tradicionales hacia la era digital ha presentado desafíos significativos para esta audiencia, quienes han tenido que adaptarse a un mundo donde el lenguaje digital es crucial. Por lo tanto , muchos adultos mayores suelen buscar ayuda a través de las generaciones mas jóvenes, con el fin de no quedar aislados de la sociedad. Para así, comprender la información que se transmite hoy en día, a través de los formatos modernos..

Las audiencias más jóvenes desempeñan un papel crucial como facilitadores en el proceso de adaptación de los Baby Boomers a la era digital. Al proporcionar apoyo y orientación, se aseguran de que esta generación no quede excluida de la comunicación y la información digital.

Los medios tradicionales siguen siendo relevantes para estas generaciones pasadas. Los periódicos, la radio y principalmente la televisión forman parte de su vida cotidiana.



Por otro lado, si hablamos de una audiencia intermedia hacemos referencia a la “Generación x”, son los hijos de los Baby Boomers y padres de los Millennials. Se caracterizan por el equilibrio entre ambas generaciones.

Este grupo ha desarrollado su vida adulta en la era digital y ha sido testigo de grandes cambios tecnológicos, en un mundo cada vez mas abierto e informatizado.

Es por ello que la “generación x” ha tenido que adaptarse con los años a la exigencias digitales, que han ido surgiendo ya en su edad adulta. A su vez este grupo consume y convive con los medios clásicos que fueron impartidos por sus padres.

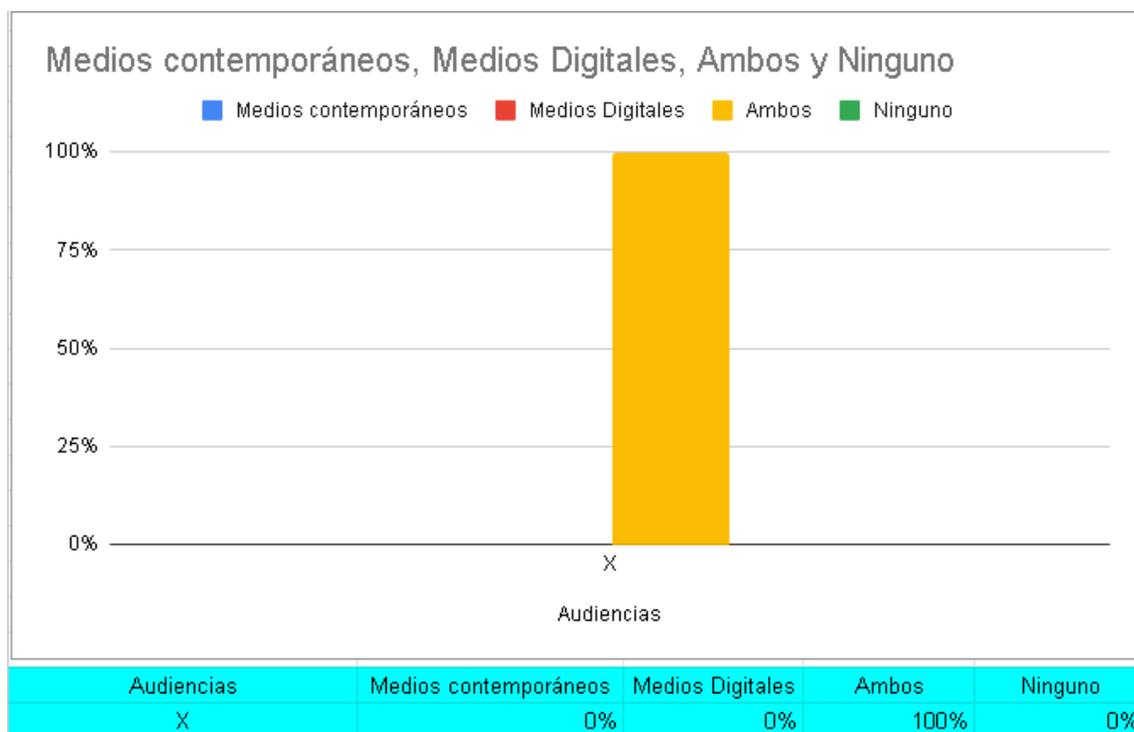
La Generación X, ubicada en el punto de transición entre lo clásico y lo digital, ha experimentado la evolución de la tecnología de una manera única y ha sido testigo de un cambio drástico en la forma en que se accede y se consume la información, desde los primeros días de las computadoras personales hasta la popularización de Internet. La adopción de la tecnología ha sido una constante en sus vidas, lo que les ha permitido navegar con fluidez en el mundo digital actual.

Las audiencias que corresponden a este grupo, utilizan los medios informativos como el noticiero de forma cotidiana y en horarios específicos, se adaptan a la programación

determinada, sin necesidad de ingresar a las plataformas digitales, para acceder a la información de manera mas veloz.

Utilizan las redes sociales mas convencionales como facebook, ya que lo consideran mas fácil y familiar, al contrario de redes sociales como instagram y twitter que son utilizadas por generaciones mas jóvenes.

Este grupo se caracteriza por utilizar los medios tradicionales y los nuevos de forma conjunta.Su adaptación a la tecnología y su capacidad para navegar por la era digital han influido en su forma de consumir noticias.



Por otro lado, un grupo que no ha pasado desapercibido son los Millennials, estos se caracterizan por su preferencia hacia un mundo altamente mediado por la tecnología, donde a través de esta construyen su identidad, con el fin de expandirse en todos los ámbitos.

Al ser un grupo mas joven poseen mucha mas adaptabilidad hacia los sistemas nuevos, que los anteriores grupos mencionados. Se consideran casi nativos digitales, no nacieron ya conectados, pero crecieron entre pantallas.

Para estos, los dispositivos digitales se presentan como la puerta de entrada principal al mundo, donde a través de sus celulares, tablets o notebooks se relacionan, se entretienen y se informan de manera constante.

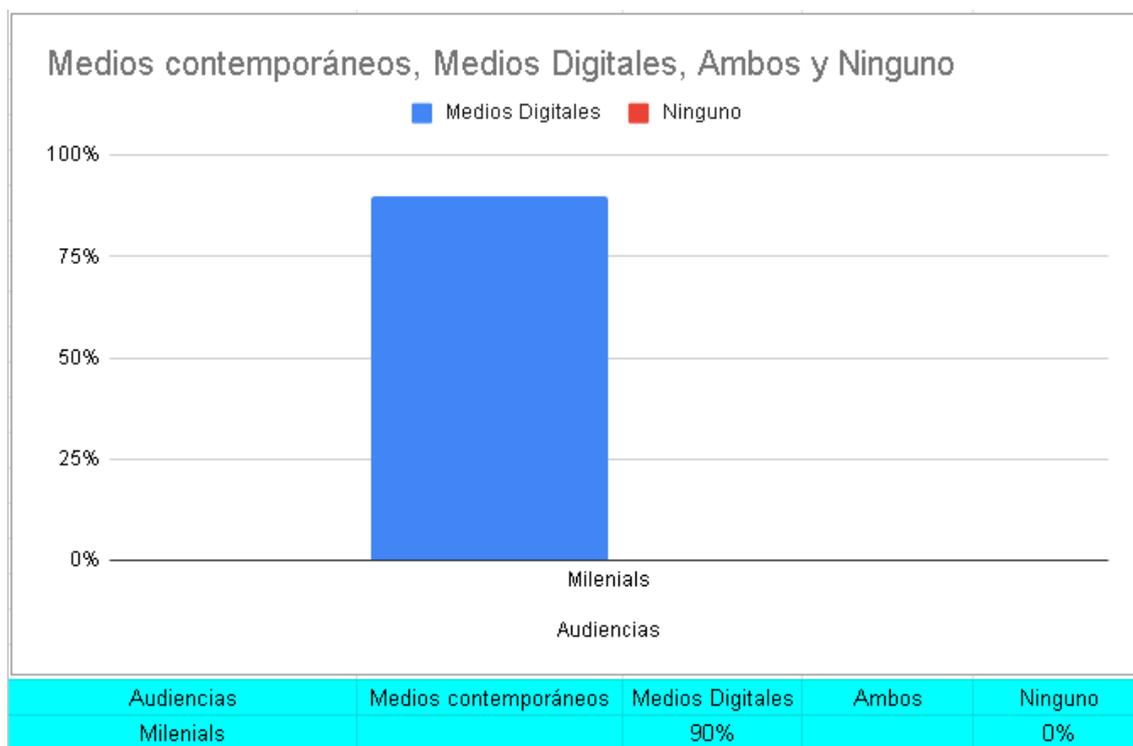
Los Millennials, quienes hoy se encuentran en sus años adultos, han crecido en un mundo donde Internet y las redes sociales son parte integral de su vida cotidiana. La digitalización ha dado forma a sus patrones de consumo, ya que están acostumbrados a acceder a la información de manera instantánea y a una variedad inmensa de contenidos en línea. Para ellos, las redes sociales como Twitter e Instagram no son solo plataformas de entretenimiento, sino también fuentes importantes de noticias y tendencias.

Además, han contribuido al auge de la comunicación visual, la cultura de los memes y la participación activa en línea.

Los Millennials han sido los pioneros en la adopción de plataformas y redes sociales. Dónde, han transformado la forma en que consumimos contenido, priorizando la interconexión y la participación en línea. Las redes sociales, se han convertido en herramientas esenciales para la comunicación y el intercambio de ideas.

Este grupo es conocido a su vez como generación “selfie”, la red social Instagram es una de las más utilizadas por esta generación. La comunicación visual que se da a través de las fotos resulta muy significativa para los millennials. y sigue la lógica de emplear menos tiempo al momento de actualizarse. Mientras que el tiempo de lectura de una noticia en un portal es de tres minutos, en Instagram los jóvenes ya están actualizados con sólo ver una foto y su epígrafe durante unos segundos.

Son creadores de plataformas para el uso posterior de las audiencias mas jóvenes, ya que utilizan los medios propios de su generación. Para ellos la tecnología es parte de su día a día y sin ella no pueden comunicarse, son dependientes de la misma.



Y aún mas dependiente de la tecnología es la generación Z o Centennial. Su comunicación está basada exclusivamente a través de los dispositivos digitales.

Este grupo está compuesto por preadolescentes y adolescentes, son verdaderamente nativos digitales debido a que utilizan dispositivos tecnológicos desde su niñez .

Para los Centennials las redes sociales, los videos en línea y la comunicación instantánea son la norma desde una edad temprana. Han presenciado la rápida evolución de las redes sociales, desde los primeros días de Facebook hasta la popularidad actual de Tik Tok.

La influencia de la generación Z en la comunicación está en constante crecimiento a medida que se convierten en una parte activa de la sociedad argentina. Esta generación desafía aún más las nociones tradicionales de consumo de medios y establece tendencias en la forma en la que accedemos y compartimos información.

Nada de la tecnología le es ajeno a los centennials. Este grupo se encuentra sobreinformado, ya que pasan la mayor parte de su tiempo frente a las pantallas. Estos, se mueven hacia las comunicaciones visuales a través de redes como: Instagram, tik tok y el Streaming, debido a que valoran el video, las imágenes y los podcast. Son una

generación muy creativa y autodidacta, que aprenden fácilmente gracias a plataformas como Youtube.

Estos utilizan el celular por encima de cualquier otro dispositivo, y lo hacen en todo momento sin importar donde se encuentren, debido a que son audiencias móviles.

Una de sus características principales es que les encanta comunicarse por medio de emojis y memes, estos conforman una parte importante en su comunicación y código que genera una brecha con las demás generaciones, a quienes les cuesta entender este tipo de mensajes.

Por otro lado, debido a la gran cantidad de estímulos a los que se exponen, su atención es muy difícil de captar, los mensajes que perciban deben ser cortos, rápidos e impactantes. Debido a que esta generación consume el doble de contenido que cualquier otro grupo.

El Gen Z pasa su tiempo en las redes sociales compartiendo ciertos tipos de contenidos en ciertos tipos de canales sociales, todo esto se hace en base a clips rápidos o micro interacciones que solo duran unos pocos segundos.

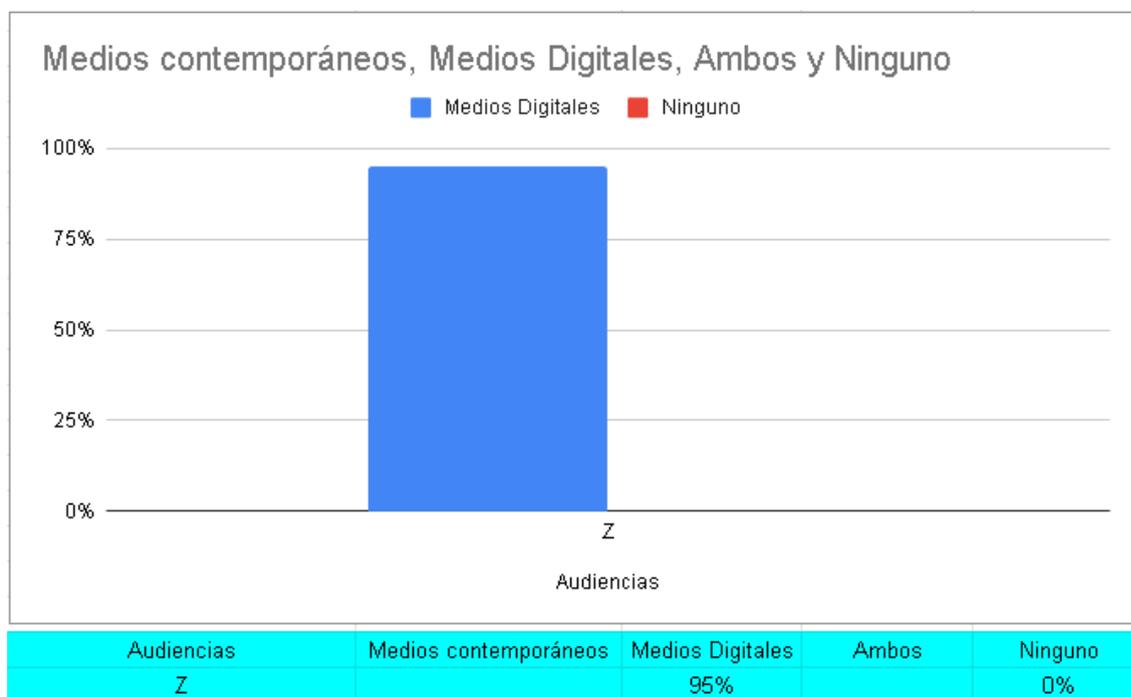
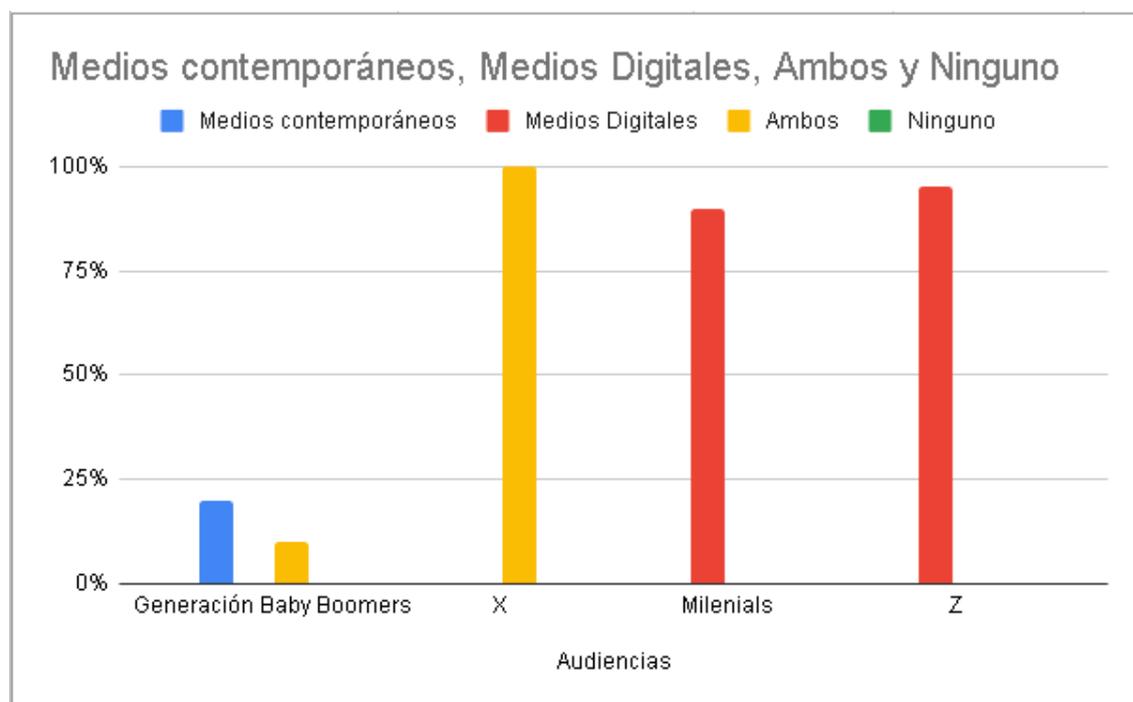


Gráfico global:



Finalmente, los medios de comunicación han dejado una marca indeleble en nuestra sociedad, moldeando la percepción y el pensamiento de las audiencias a lo largo del tiempo.

Desde los primeros días de la radio hasta la era de la información digital, cada generación ha experimentado una evolución única en la forma en la que consumen e interactúan con los medios.

Para comprender en profundidad el impacto de estas audiencias en la comunicación y los medios en Argentina, es crucial analizar la evolución tecnológica que ha tenido lugar en el país.

La digitalización ha sido un factor determinante en esta transformación, ya que ha permitido que la información y el entretenimiento sean accesibles en cualquier momento y lugar. La aparición de Internet de banda ancha en la década de 2000

revolucionó la forma en que los argentinos consumen medios, abriendo la puerta a la transmisión de video en línea, la proliferación de blogs y la interacción en tiempo real en las redes sociales.

En base a las generaciones entrevistadas, comprendemos que si bien la comunicación ha crecido a pasos agigantados, las diferentes audiencias presentes en el paso del tiempo, siempre fueron buscando la forma de seguir aprendiendo, para poder apropiarse de los mass media. Con el fin de evolucionar de forma conjunta, expuestos a la diversidad de medios, sus vías de distribución y sus cambios constantes.

Por lo tanto, cada una de estas personas, interactúan a diario con diferentes objetos de la comunicación, al ser interpelados con multitudes de mensajes mediáticos, contenidos periodísticos, sitios web, redes sociales, etc. Donde los medios de comunicación actuales suelen utilizar algoritmos para personalizar el contenido que se muestra a los usuarios, basándose en sus preferencias y comportamientos en línea.

Es por esto que, a través de la proliferación de nuevos medios, el intercambio comunicacional de las audiencias y los mass media, se activa en base a interacciones digitales, tales como likes, comentarios, publicaciones, hilos, historias y demás herramientas presentes en la actualidad.

La mayoría de los ciudadanos partícipes de esta sociedad cada vez mas digitalizada, ha aprendido a convivir con estos métodos, donde participan como consumidores activos, que pueden elegir una noticia y salirse a su antojo, e intervenir modificando el contenido seleccionado para su visionado, escucha e interacción.

Por ejemplo: cuando recibimos un meme que nos resulta interesante o gracioso y lo compartimos. Pues son sistemas que nos hacen partícipes de este proceso sin fin de la comunicación.

Además dicho mecanismo genera en las audiencias una necesidad cada vez mayor de información, donde el periodismo forma parte de esta construcción y cambio continuo. A través del cual, surgen transformaciones en las estructuras de los medios de comunicación, en sus plataformas y específicamente en sus formas de comunicar, de acuerdo a los nuevos tiempos, sus demandas y las necesidades de esta nueva realidad.

Por lo tanto, las nuevas generaciones han provocado la aparición de nuevos mecanismos para informar, ya sea en formato gráfico o audiovisual. Estos, se adaptan al contenido visualmente atractivo y corto, por ejemplo: el post en Facebook de un diario, ya no sólo informa: invita al usuario a dar su opinión, a compartir o a expresar su desagrado, también las fotos del día en Instagram y los puntos claves de algunas noticias en Twitter, son ejemplos de la evolución.

Además, las redes sociales también experimentaron cambios debido al ingreso de los medios tradicionales, para seguir actuando como fuente de información y poder subsistir ante este nuevo panorama.

Donde, el periodismo digital no queda exento al momento de repensar sus objetivos primordiales, acorde a las diferentes generaciones. Esto supone cuestionar sus bases: los tiempos de planificación, los formatos, los mensajes y canales, el lenguaje y la narrativa son todos valores frente a los consumidores.

Eso provoca a su vez una serie de modificaciones, la más importante: los periodistas deben acortar los tiempos de planificación, producción y edición de contenidos. También, incorporar nuevas narrativas que formatean a las redes sociales, ya que son las principales divulgadoras de información para los cibernautas.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el lenguaje evoluciona constantemente debido a las variaciones que la sociedad manifiesta. Contracciones en las palabras, abreviaturas, hashtags e interpelaciones informales directas a la audiencia son algunas de las características.

Actualmente, el periodismo digital se encuentra transitando este proceso de renovación. Algunos medios ya introdujeron modificaciones en sus formatos y contenidos y otros se encuentran en este proceso de cambio.

-Conclusiones finales:

Entendemos que los medios de comunicación hoy en día, se caracterizan por ser más rápidos, interactivos, diversos y personalizados. Los cuales, han experimentado cambios significativos a lo largo del tiempo y varias entre los medios de comunicación de antes y los de ahora:

En la actualidad, la tecnología digital y la internet han revolucionado la forma en que consumimos noticias y contenidos. La velocidad con la que se pueden difundir ha provocado un aumento drástico en la era actual, donde las noticias pueden propagarse a nivel global en cuestión de segundos a través de las redes sociales y los sitios web de noticias, lo que permite un alcance mucho más amplio y rápido que en el pasado.

La variedad de fuentes permite obtener una perspectiva más amplia de los eventos actuales y una mayor interacción entre los usuarios y los contenidos. Los comentarios en línea, las encuestas interactivas y las redes sociales permiten a las personas participar activamente en las discusiones y expresar sus opiniones, lo que ha ampliado la pluralidad de voces en el panorama mediático.

La forma en que consumimos información y nos comunicamos está en constante evolución, y es importante mantenerse al día para poder participar eficazmente en la sociedad moderna. Aprendiendo a utilizar aplicaciones y plataformas digitales, para así comprender los cambios en la comunicación en línea y la cultura de las redes sociales. La adaptación constante es clave para seguir siendo parte de este mundo que se encuentra en constante cambio.

En esta tesis hablamos de audiencias que fueron informadas por los primeros medios de comunicación y también de aquellas han sido parte del periodismo de hoy, el cual se ha ido transformado para satisfacer la vorágine que vivimos en la actualidad.

Con el paso del tiempo, los oyentes fueron apropiándose de los avances tecnológicos ligados a la transmisión de información. Donde, los medios, han ido evolucionando y cambiando sus formatos, con el fin de satisfacer a los espectadores que consumen los contenidos que ellos brindan .

A su vez, hemos visto las características de todas las generaciones y todas las construcciones y cambios que han realizado los mass media a través del tiempo. Donde, han logrado que los consumidores, busquen la forma de estar informados, sin importar su edad.

Por lo tanto, ambos se han ido reconstruyendo de forma conjunta y podemos establecer una clara relación entre las audiencias y los medios.

En base a nuestra investigación, comprendemos que a lo largo del tiempo todas las audiencias sin importar su edad, han buscado la forma de informarse a través de los medios de comunicación, ya sean tradicionales o digitales. Donde a su vez, estos a través de diferentes formatos han logrado cautivar la subjetividad de las audiencias, con el fin de evolucionar de forma conjunta.

Bibliografía:

Jorge Fontevecchia: “Subjetividad y periodismo”. (2014). Facultad de Ciencias Sociales UBA.

Anuar Saad Saad: “Una aproximación al discurso periodístico del periodismo, la noticia y la subjetividad. (2010). Universidad Autónoma del Caribe.

Guillermo Orozco: “Mediaciones tecnológicas y des ordenamientos comunicacionales. (2002).

Yamile Sandoval Romero, José Ignacio Aguedad Gómez: “Nuevas audiencias, nuevas responsabilidades. La competencia mediática en la era de la convergencia digital”. (2012). Revista científica de comunicación y tecnologías emergentes.

Natalia Quintas-Froufe, Ana González-Neira: “Consumo televisivo y su medición en España: camino hacia las audiencias híbridas”. (2016). El profesional de la información.

Pere Masip, Javiel Guallar, Miquel Peralta, Carles Ruiz, Jaume Suau: “Audiencias Activas y periodistas: ¿ciudadanos implicados o consumidores implicados? (2015).

Brazilian Journalism Research.

Tony Hernández-Pérez, David Rodríguez Mateos: “Medición integral de las audiencias:

sobre los cambios en el consumo de información y la necesidad de nuevas métricas en

medios”. (2016). Universidad Carlos III de Madrid.

Roberto Igarza: “Nuevas formas de consumo cultural: ¿Por qué las redes sociales están

ganando la batalla de las audiencias?”. (2010).

Ángeles Cabrera González: “La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital”. (2010). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de

Málaga. Avda. Cervantes, 2. 29071, Málaga (España).

Alvaro Liuzzi “Explorando el nuevo ecosistema de medios” (exposición realizada el día

7 de octubre de 2021 en el 12 Foro Internacional de periodismo digital en Rosario).

Pere Masip “Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias”(profesor

titular de periodismo de la Universidad Ramon Llull).

Daniel E. Aguilar Rodríguez y Elías Said Hung ”Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook”.

“Diferencias en tolerancia a la frustración entre Baby Boomers, Generación X y Millennials”, Mónica Teresa González-Ramírez, René Landero-Hernández.

