

LA ERA DIGITAL Y LA TRANSFORMACIÓN DE LOS MASS MEDIA

La influencia de las nuevas tecnologías en Bolivia y el mundo en la actualidad han afectado considerablemente a los medios de comunicación tradicionales: prensa, radio y televisión porque estos Mass media tuvieron que adaptarse a las nuevas tecnologías, incorporándose así a la era digital a través de la internet para mantener su vigencia.

El primer medio de comunicación masivo es la prensa, sus registros muestran su primera aparición en el siglo XV, aunque su producción se concretó con el inicio de la imprenta de Gutenberg. Con los años notamos una gran mejoría en las publicaciones en contenido y estructura, hasta mostrar su transformación a finales del siglo XX, gracias a los primeros periódicos que hicieron su aparición en la internet como el New York Times, de esa forma se dieron los primeros pasos a su transición en la era digital.

Estas transiciones han afectado considerablemente a los ingresos económicos de los medios de comunicación, sigamos con el ejemplo de la prensa, ya que en la actualidad podemos acceder a material gratuito que nos ofrecen los periódicos a través de sus páginas web, este hecho ocasionó que cada día se cuantifique a menos gente que compra un periódico en físico, ya que un conglomerado de ellos prefiere ver las noticias mediante sus páginas y redes sociales. Para ello simplemente debemos seguir sus blogs o darles me gusta, así nos llega información importante, relevante y lo mejor actualizado. Este hecho generó que el proceso de comunicación sufra una transición de contar con un emisor, mensaje, canal, receptor, tradicional, de tener un proceso un tanto pausado, moroso, pero preciso, pasamos a la interacción digital rápida y concreta, donde el emisor puede interactuar con el receptor y generar un debate o retroalimentación de un mensaje enviado por nuestro canal que es la internet.

De la misma forma sufrieron estas transiciones la radio y la televisión ya que los generadores de contenido o emisores pueden hacer sus transmisiones en vivo y llegar de una manera masiva a la población y a un bajo costo, además como plus vienen acompañados por imágenes gráficas como videos o fotografías tridimensionales, que logran captar una mayor atención de los receptores y generar una respuesta inmediata, que será plasmado en las interacciones a través de sus mensajes, muchas veces generarán el surgimiento de un debate y propiciarán nuevos contenidos.

Sin embargo, el medio como los periodistas debemos ver esta transición como un beneficio, ya que este tras su adaptación, podrá rebasar las fronteras, reducir los materiales que utiliza para su producción. Pero, se encontrará con el desafío de promover nuevas estrategias de marketing para lograr vender el producto y que los ingresos de todos quienes realizan el trabajo no queden afectados. Por su parte el periodista tendrá que capacitarse en nuevas tecnologías digitales,

involucrarse en contenidos actuales y generar un mayor número de seguidores para lograr que sus publicaciones gocen de muchos lectores y sobre todo ofrecer a este público un trabajo de calidad.

GRUPO 3

- **Jhovana Cahuasa**
- **Anahí Cazas**
- **Sergio Gutiérrez**
- **Sergio León**