

Ecología y coevolución mediática: transición digital en contextos periféricos*



Sandra Lorena Zúñiga Tróchez**

Recibido: 2025-11-30 • Enviado a pares: 2026-01-14
Aprobado por pares: 2026-04-22 • Aceptado: 2026-05-25
<https://doi.org/10.22395/angr.v25n49a14>

Resumen

Este artículo analiza la transición de los medios impresos hacia el ecosistema digital en Popayán, Colombia, bajo la categoría conceptual de contextos periféricos. La investigación se justifica en la necesidad de documentar procesos de transformación mediática en regiones con particularidades estructurales, como la dependencia de pautas oficiales y la influencia de entornos de conflicto, factores que condicionan la supervivencia informativa. El objetivo central consiste en examinar las estrategias de adaptación y evolución de dos modelos mediáticos con naturalezas distintas: el diario comercial tradicional *El Liberal* y el laboratorio de medios *Co.marca Periodismo Universitario* de la Universidad del Cauca. Metodológicamente, se optó por un diseño cualitativo de alcance descriptivo, fundamentado en la revisión documental de archivos históricos y la realización de entrevistas en profundidad a profesionales que lideraron los procesos de cambio tecnológico. El hallazgo principal revela una divergencia en la capacidad de respuesta ante la crisis: mientras el medio tradicional experimentó una digitalización rudimentaria que derivó en una crisis de sostenibilidad financiera y operativa, el modelo universitario logró una transición más eficiente mediante la experimentación de narrativas y el apoyo institucional. A la luz de estos hallazgos, se concluye que la coevolución mediática en la periferia exige una transformación cultural profunda de las redacciones y el fortalecimiento de alianzas estratégicas para evitar la consolidación

* Artículo de investigación científica derivado de la tesis doctoral en Comunicación e Información Contemporánea, de la Universidad de Santiago de Compostela (España), titulada *Transición de Medios Impresos a Medios Digitales en el Suroccidente Colombiano: Procesos, Retos y Aciertos*. Asimismo, se vincula al proyecto ID: 6285 de desarrollo interno de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Cauca denominado "Transición de Medios Impresos a Medios Digitales en el Suroccidente Colombiano: Procesos, Retos y Aciertos. Capítulo Popayán". El proyecto se ejecutó desde el 5 de mayo de 2024 hasta el 4 de agosto de 2025 en Colombia con financiación de recursos propios.

** Comunicadora social de la Universidad del Cauca, magíster en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana y estudiante de doctorado en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad de Santiago de Compostela, España. Experiencia profesional de diez años como comunicadora organizacional y de tres años como docente en la Universidad del Cauca, y perteneciente al grupo de investigación GIEC de la misma universidad. Coautora del libro *La Ruta de la Chirimía Caucana* (2017) y autora del libro *Transición de medios del formato impreso al digital* (2026). Email: Slzuniga@unicauca.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-9490-8497>

de desiertos informativos. La investigación aporta una mirada compleja sobre la apropiación tecnológica en contextos regionales, y resalta la relevancia de la memoria institucional combinada con la innovación creativa.

Palabras clave: Periodismo, prensa regional, medios digitales, digitalización, historia de la comunicación, procesos de comunicación, transferencia de información.

Media ecology and coevolution: digital transition in peripheral contexts

Abstract

This article analyzes the transition from print media to the digital ecosystem in Popayán, Colombia, under the conceptual category of peripheral contexts. This research is justified by the need to document media transformation processes in regions with particular structural characteristics, such as dependence on official guidelines and the influence of conflict environments—factors that condition the survival of information. The central objective is to examine the adaptation and evolution strategies of two media models with distinct natures: a traditional commercial newspaper *El Liberal*, and the Comarca University Journalism media lab at Universidad del Cauca (University). Methodologically, a qualitative, descriptive design was chosen, based on a review of historical archives and in-depth interviews with professionals who led the technological change processes. The main finding reveals a divergence in the capacity to respond to the crisis. While the traditional media outlet had rudimentary digitization that led to a financial and operational sustainability crisis, the university model achieved a more efficient transition through narrative experimentation and institutional support. In light of these findings, this study concluded that media co-evolution in the periphery demands a profound cultural transformation of newsrooms and the strengthening of strategic alliances to prevent the consolidation of information deserts. This research provides a complex perspective on technological appropriation in regional contexts and highlights the relevance of institutional memory combined with creative innovation.

Keywords: Journalism, regional press, digital media, digitization, history of communication, communication processes, information transfer.

Ecología e coevolução midiática: transição digital em contextos periféricos

Resumo

Este artigo analisa a transição dos meios de comunicação impressos para o ecossistema digital em Popayán, Colômbia, sob a categoria conceitual de contextos periféricos. A pesquisa justifica-se pela necessidade de documentar processos de transformação midiática em regiões com particularidades estruturais, como a dependência de publicidade oficial e a influência de contextos de conflito, fatores que condicionam a sobrevivência informativa. O objetivo central consiste em examinar as estratégias de adaptação e evolução de dois modelos midiáticos de naturezas distintas: o jornal comercial tradicional *El Liberal* e o laboratório de mídia Co.marca *Jornalismo Universitario* da Universidade do Cauca. Metodologicamente, adotou-se um delineamento qualitativo de caráter descritivo, fundamentado na revisão documental de arquivos históricos e na realização de entrevistas em profundidade com profissionais que lideraram os processos de mudança tecnológica. O principal achado revela uma divergência na capacidade de resposta diante da crise: enquanto o meio tradicional experimentou uma digitalização rudimentar que resultou em uma crise de sustentabilidade financeira e operacional, o modelo universitário alcançou uma transição mais eficiente por meio da experimentação de narrativas e do apoio institucional. À luz desses resultados, conclui-se que a coevolução midiática na periferia exige uma profunda transformação cultural das redações e o fortalecimento de alianças estratégicas para evitar a consolidação de desertos informativos. A pesquisa oferece uma perspectiva abrangente sobre a apropriação tecnológica em contextos regionais e destaca a relevância da memória institucional combinada com a inovação criativa.

Palavras-chave: Jornalismo; imprensa regional; mídias digitais; digitalização; história da comunicação; processos de comunicação; transferência da informação.

Introducción

La transformación del ecosistema mediático global, impulsada por la convergencia tecnológica y la digitalización, ha reconfigurado las formas de producción, circulación y consumo de información. Sin embargo, la mayor parte de la literatura académica se ha centrado en el análisis de medios en centros urbanos globales o capitales nacionales, lo que genera un vacío significativo en el estudio de los contextos periféricos. En regiones como el suroccidente colombiano, y específicamente en la ciudad de Popayán, la transición de lo analógico a lo digital no solo enfrenta retos tecnológicos, sino barreras estructurales ligadas a la precariedad económica, la dependencia de la pauta oficial y las dinámicas de conflicto social. El cierre de medios emblemáticos y la fragilidad de las nuevas apuestas digitales plantean una interrogante crítica sobre la supervivencia del periodismo regional en entornos de recursos limitados.

Esta investigación se fundamenta en la Ecología de los Medios y en el concepto de Coevolución, propuestos por autores como Scolari (2023) y Postman (1968). Bajo esta perspectiva, los medios no son herramientas aisladas, son especies que habitan un ecosistema en constante mutación. El estudio adopta la categoría de contextos periféricos para analizar cómo las especies mediáticas desarrollan estrategias de adaptación, simbiosis o extinción. Se asume que en la periferia, la evolución mediática no sigue una línea de progreso uniforme, sino que está marcada por una adaptación de supervivencia condicionada por el entorno local.

Estudios previos sobre el periodismo en Colombia (FLIP, 2019) han señalado la consolidación de desiertos informativos en las regiones. No obstante, existe una escasa documentación sobre cómo los medios regionales han gestionado internamente su paso a lo digital. Esta investigación dialoga con los planteamientos de Boczkowski (2006) sobre la innovación en las redacciones y los aportes de Sánchez y Méndez (2013) acerca de los nuevos perfiles profesionales, y los contrasta con la realidad de un mercado informativo pequeño y tradicional como el payanés.

El propósito de este artículo es examinar y contrastar las estrategias de transición digital y los desafíos de sostenibilidad en dos modelos de comunicación con trayectorias y naturalezas organizativas distintas: *El Liberal*, como representante de la prensa comercial tradicional con casi un siglo de historia, y *Co.marca Periodismo Universitario*, en su condición de laboratorio de experimentación académica. El objetivo central es, mediante un diseño comparativo no lineal, evaluar las estrategias de transición digital y los retos a los que se enfrentaron ambos modelos. Se analiza cómo la crisis adaptativa y el desvanecimiento del soporte físico del modelo comercial afectaron el nicho ecológico local, forzando la coevolución y la emergencia del modelo universitario como un espacio alternativo de memoria y narrativa regional.

Por tanto, la presente investigación se plantea la siguiente pregunta conductora: ¿Cómo difieren las estrategias de adaptación de supervivencia y los procesos de coevolución mediática entre un diario comercial tradicional y un laboratorio de periodismo universitario en un contexto periférico condicionado por la precariedad económica y la dependencia institucional? Con base en este interrogante, se busca identificar los factores que facilitaron o inhibieron la evolución de estas especies mediáticas, aportando evidencia empírica para comprender la resiliencia periodística en contextos de periferia.

Metodológicamente, el estudio adoptó un enfoque cualitativo con alcance descriptivo. El abordaje metodológico combinó una rigurosa revisión y análisis documental de archivos institucionales y ediciones históricas de la prensa local. Además, se hizo trabajo de campo para la realización de seis (6) entrevistas en profundidad semiestructuradas, aplicadas a directores, editores, periodistas y accionistas que lideraron directamente los procesos de cambio tecnológico. Los participantes fueron elegidos mediante un muestreo intencional no probabilístico bajo criterios estrictos de trayectoria profesional, antigüedad en el medio y nivel jerárquico. El periodo de recolección de información testimonial se llevó a cabo durante el primer semestre de 2025. Los datos recopilados se clasificaron e interpretaron a partir de cuatro ejes temáticos transversales: la transición tecnológica, los cambios en el ejercicio periodístico, las dinámicas de las audiencias y el modelo de negocio; dimensiones que permitieron la triangulación analítica con los informes sectoriales de libertad de expresión en la región.

El presente artículo inicia exponiendo el marco teórico, que operacionaliza los conceptos de ecología de los medios, coevolución y contextos periféricos. Seguidamente, se detallan las decisiones metodológicas de carácter cualitativo, explicitando las técnicas de revisión documental, las entrevistas en profundidad y las estrategias de triangulación de datos. Más adelante, despliega los resultados comparativos estructurados de forma diacrónica y sincrónica bajo los cuatro ejes de análisis establecidos para *El Liberal* y *Co.marca*. Finalmente, se desarrolla la discusión teórica y las conclusiones de la investigación, contrastando la evidencia empírica regional con el debate latinoamericano sobre la emergencia de desiertos informativos en la periferia mediática.

Marco teórico

La transición digital se consolida como un proceso complejo que trasciende el mero cambio de soporte tecnológico, publicación o circulación de la prensa impresa; implica una transformación estructural del ecosistema mediático y lo que este comprende: la producción de contenidos, que conllevó a otras prácticas profesionales, el nuevo proceso de distribución y las nuevas dinámicas de consumo de la información (Scolari, 2008). Los modelos de negocio, así como la relación con las audiencias, experimentaron mutaciones profundas.

Scolari (2023) tipifica estas dinámicas en procesos de adaptación emergente en los cuales el medio nuevo simula formatos y contenidos de especies preexistentes para su inserción rápida, y de adaptación de supervivencia, caracterizada por el esfuerzo de organizaciones tradicionales que imitan las lógicas de los nativos digitales ante condiciones ecosistémicas adversas (p. 194).

Se presentan diferentes formas de adaptación, como la emergente, cuando un nuevo medio se adapta al ecosistema mediático simulando contenidos, modelos de negocio o relacionamientos de otro medio, por ejemplo, para poder establecerse más rápido. Aunque en ese proceso también imprima algo de novedad, no se aleja mucho de los modelos tradicionales.

Otro tipo de adaptación es el de supervivencia, muy presente en este estudio, ya que se trata de cómo un medio establecido, con años de trayectoria, se adapta a los cambios fuertes de las dinámicas de internet, con el único objetivo de sobrevivir. Una de las técnicas usadas para sobrevivir es imitar ahora a los medios emergentes digitales.

Esta visión ecosistémica se complementa con la propuesta de Carlón (2015), quien plantea la necesidad de una teoría general que articule la concepción evolutiva con la mediatización. Para el autor, el estudio de la ecología de los medios no debe limitarse a la adaptación tecnológica, sino comprender cómo la evolución de los sistemas de comunicación reconfigura las prácticas sociales en su conjunto.

Los cambios deben darse en diferentes aspectos, como el contenido, las formas para comunicar en la web, usando la multimedia, la hipertextualidad, la interactividad y, en general, el modelo de negocio, que no está parametrizado ni generalizado. El modelo de comunicación de los medios es, según Pérez *et al.* (2023), de "doble cara", en el que el medio es intermediario entre consumidores y anunciantes. Así, se genera valor en los usuarios con sus contenidos y al mismo tiempo se amplía la audiencia para obtener mejores ingresos por venta de publicidad. Pero con la llegada de la web, la distribución de contenidos se afectó enormemente, ya que la información empezó a circular ampliamente en la red y de forma gratuita, por lo que cada medio debió buscar y experimentar alternativas de monetización.

Los mismos autores afirman que los medios podrían explorar otras formas para obtener recursos o financiación, como venta de contenidos patrocinados, eventos, capacitaciones, venta de productos relacionados, servicios editoriales o de impresión, o conseguir donaciones.

Los cambios en la industria mediática se han dado casi desde su nacimiento, y cada medio se ha ido adaptando a las necesidades o tendencias. Algunas veces han tenido éxito, y cuando no, los ha llevado al cierre, generando en ocasiones desiertos

informativos, concepto que se refiere a aquellos territorios donde la ciudadanía carece de acceso suficiente, constante y verificable a información local de calidad, independiente y socialmente útil. Según Negreira (2023), estos desiertos no surgen únicamente por ausencia total de medios, sino por la incapacidad de estos para cubrir de manera significativa las realidades y necesidades de las comunidades locales. En Colombia, además de los conflictos de intereses políticos y comerciales, el miedo derivado del conflicto armado y la corrupción son factores significativos que afectan a los medios y su operación, llevan a la autocensura y afectan gravemente la libertad de expresión, incluso hasta cerrarlos, con lo que se genera falta de información o información parcializada.

El conflicto armado y la violencia crean un ambiente hostil para la comunicación, especialmente en los medios de comunicación de las regiones afectadas, como el Cauca, Valle del Cauca, Huila y Nariño. La presencia de grupos armados al margen de la ley genera presiones y peligro para cubrir las historias y acontecimientos en el territorio (FLIP, 2019).

La última Encuesta Nacional de libertad de expresión (FLIP, 2023) afirma que el 43 % de los periodistas del Pacífico colombiano modifican su posición editorial a cambio de pauta publicitaria. El 30 % de los periodistas de la región han sufrido de restricciones en su libre movilidad por parte de las autoridades mientras realizaban actividades periodísticas, lo que resulta coherente con que solo el 11 % de los medios en América Latina aún cuenten con una unidad investigativa que saque a la luz pública situaciones de este corte que afecten a sus comunidades (Bogliione, 2025).

Bajo esta premisa, en consonancia con los enfoques de la economía política de los medios (Becerra y Mastrini, 2011) y las cartografías del periodismo regional en entornos de violencia (Rey, 2018), esta investigación propone desglosar la categoría de contextos periféricos no como una mera delimitación de corte geográfico o espacial, sino como una categoría analítica multidimensional que condiciona de forma estructural las lógicas de adaptabilidad y coevolución del ecosistema de medios local. En regiones marcadas por dinámicas de asimetría histórica con respecto a los grandes centros urbanos nacionales, la periferia se operativiza a partir de tres dimensiones transversales interconectadas:

Precariedad económica y la asimetría en la distribución de la pauta publicitaria. En mercados informativos pequeños como el que se da en la ciudad de Popayán, los medios tradicionales padecen una dependencia casi absoluta de la pauta publicitaria oficial de carácter gubernamental y estatal, más en zonas como esta, donde escasea la diversidad de empresas. Esta condición debilita severamente la autonomía editorial y precariza la estabilidad corporativa ante crisis fiscales o cambios en los gobiernos locales, lo que induce dinámicas forzadas de autocensura.

Entornos de conflicto armado e inseguridad estructural. La presencia activa de tensiones de orden público y actores al margen de la ley en el territorio (FLIP, 2019) levanta barreras físicas y psicológicas que restringen la movilidad de los reporteros en los municipios, corregimientos o veredas más apartadas. En la periferia, la supervivencia de los medios informativos, que a veces son unipersonales, se superpone con frecuencia a la función fiscalizadora del periodismo, forzando silencios deliberados sobre temas de corrupción o violencia.

Brecha de conectividad y adopción cultural de las tecnologías. Las limitaciones en la infraestructura regional de telecomunicaciones se suman a una arraigada resistencia al cambio dentro de las rutinas de las redacciones tradicionales, además de la precariedad del oficio en términos financieros, lo que ralentiza y complejiza los procesos migratorios transmedia en comparación con las dinámicas de innovación observadas en los centros urbanos globales.

Es por esto que, sumado a la supervivencia y adaptación, los cambios empresariales y las rutinas de producción, los nuevos perfiles de profesionales en sintonía con la era digital, son imperativos. Al respecto, Zalbidea (2021) resalta la complejidad adaptativa de los profesionales tradicionales que, habiendo desarrollado gran parte de su trayectoria en redacciones analógicas sin ordenadores, debieron asimilar competencias digitales en lapsos muy breves y a una velocidad vertiginosa.

En los medios digitales, los profesionales realizan sus trabajos de manera itinerante a través de dispositivos móviles, en los que recogen la información, la procesan y la editan de manera ágil, pudiendo hasta cargarla en las plataformas de difusión. Hoy pueden acceder al hipertexto y disponen de espacios ilimitados (Galletero, 2018).

Zalbidea (2021) enmarca la temporalidad de la información en la web en cinco categorías: la continuidad, la actualización, la vigencia, la instantaneidad y la actualidad, aludiendo a que el periodista del medio digital redacta y publica, y tiene la posibilidad de actualizar en el momento necesario, con lo que se cambia el concepto de periodicidad de la prensa por el de continuidad y se modifica la relación con las audiencias, pues se pasó de la unidireccionalidad al relacionamiento con comunidades productoras de contenido y se borró la división entre autor y lector. Los nuevos formatos son participativos, cada vez más, y se tiende a cambiar el concepto de audiencia por el de usuario en su rol de productor de contenidos (Scolari, 2008). En este contexto, resulta clave identificar sus intereses, evaluar su nivel de satisfacción y diseñar estrategias efectivas para conectar con él, por lo que el periodista debe ajustarse a un entorno comunicativo distinto en el que la audiencia está más comprometida y es más receptiva frente a los acontecimientos. (Sánchez y Méndez, 2013).

Esto evidencia una democratización emocional de la información, en la que las audiencias asumen un papel activo y se convierten en protagonistas del proceso comunicativo. "La comunicación cambió, y lo hizo debido a la incursión de nuevos medios y, sobre todo, de nuevos actores, denominados por algunos como prosumidores que son receptores, creadores y resignificadores de la comunicación, todo al mismo tiempo" (Álvarez y Botero, 2015, p. 11).

Es fundamental hacer el recorrido de la evolución de los medios para comprender estos procesos vividos y la caracterización de cada etapa, sus retos, desafíos, crisis y mejoras desde el inicio.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo. Este enfoque permite, de acuerdo con Hernández Sampieri y Mendoza (2018), analizar y describir fenómenos sociales mediante la recolección de datos no estandarizados para comprender las experiencias desde la perspectiva de sus actores. El diseño se orientó a documentar y contrastar la transición digital de dos medios con naturalezas organizacionales distintas en el suroccidente colombiano.

La muestra fue de carácter no probabilístico y se definió mediante un muestreo intencional. Se seleccionaron dos unidades de análisis representativas del ecosistema mediático de Popayán por su relevancia y trayectoria:

- *El Liberal*: medio de comunicación tradicional e impreso, fundado en 1938, con un enfoque comercial y arraigo regional.
- *Co.marca Periodismo Universitario*: laboratorio de medios nacido en 2010 en el ámbito académico en el Programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca, con un modelo colaborativo y experimental.

Para el componente testimonial, los sujetos de estudio fueron elegidos bajo criterios de trayectoria profesional, antigüedad en el medio, nivel jerárquico y rol directo en el proceso de transición.

Para garantizar la validez de los datos, se empleó una triangulación de fuentes y técnicas:

1. **Revisión y análisis documental**: se examinaron libros de investigación, artículos científicos, tesis académicas y archivos institucionales. Se consultaron ediciones históricas en el Centro de Investigaciones Históricas "José María Arboleda Llorente" de la Universidad del Cauca, así como trabajos de grado de pasantes que documentaron la evolución de los medios estudiados.

2. Entrevistas en profundidad: se aplicaron entrevistas semiestructuradas a directores, editores, periodistas y expertos en medios. Ellas permitieron reconstruir la historia operativa, las crisis financieras y los desafíos técnicos desde la voz de quienes lideraron el cambio.
3. Análisis de datos del sector: se recopiló información sobre evolución de audiencias e informes de organismos como la FLIP y el Consejo de Redacción, para contextualizar el impacto económico y social.

La información recolectada se sometió a un proceso de clasificación e interpretación sistemática. El análisis se estructuró a partir de cuatro ejes temáticos transversales que guiaron la comparación entre ambos medios:

- La transición tecnológica: proceso de migración de soportes analógicos a digitales.
- Cambios en el ejercicio periodístico: transformación de las rutinas y producción de contenidos.
- Dinámicas de las audiencias: evolución de la relación con los usuarios y lectores.
- Modelo de negocio: ajustes en la sostenibilidad financiera y fuentes de ingreso.

Finalmente, el análisis se realizó bajo principios éticos, garantizando el consentimiento informado de todos los participantes entrevistados.

Resultados

El ecosistema mediático de Popayán (capital del Cauca, suroccidente colombiano) refleja las tensiones de un entorno influenciado por el poder político local, las afugias financieras y el conflicto armado. Estudios como el de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP, 2019) evidencian que el ejercicio periodístico, pese a haber registrado crecimiento de medios digitales en los estudios II en 2013 y III en 2018 (Barragán *et al.*, 2018), está permeado por la autocensura, debilidad investigativa en temas de corrupción y orden público por motivos de seguridad individual (CNMH, 2015), y un sesgo editorial ligado a la negociación de la pauta institucional.

En Popayán, la prensa emergió como un refugio para el debate político de élites letradas del siglo XX (Ayala, 2000). Como afirma Lasso (2021), el periodismo realizado en esta zona siempre estuvo ligado a intereses políticos y económicos, por lo mismo que nacían y morían diarios o “publicaciones doctrinarias, partidistas, sarcásticas y literarias que obedecían a esfuerzos particulares”.

Dentro de esta dinámica bicentenaria de inestabilidad impresa (Castrillón, 1989), el nacimiento del diario *El Liberal* en 1938 marcó un hito de institucionalización de la

prensa comercial en la región, y se consolidó a lo largo de las décadas como un actor fundamental de la esfera pública local. Desde su declaración de principios editoriales (*El Liberal*, 1938), el medio se configuró como un mecanismo de representación de las tensiones bipartidistas y transitó por acontecimientos históricos hasta erigirse en lo que accionistas de la empresa definen como “un faro de la opinión en el departamento del Cauca” (J. C. Maya Feijóo, comunicación personal, 2025).

Frente a esta tradición monopolizada por la pauta comercial y la agenda política de las empresas de comunicación tradicionales, en 2010 emergió el Laboratorio de Medios Periodísticos *Co.marca Periodismo Universitario* como un proyecto alternativo arraigado en el Programa de Comunicación Social de la Universidad del Cauca (Dorado y Zúñiga, 2010). Atendiendo al concepto de historicidad de Fuentes Navarro (2023), el surgimiento de esta propuesta no fue insular; nació bajo la necesidad de democratizar la información local, y se constituyó en una especie mediática alternativa diseñada para recuperar los trabajos investigativos y crónicas de largo aliento de estudiantes y compartirlos directamente con las comunidades de la periferia que les daban origen. De este modo, el tejido mediático payanés configuró una dualidad histórica entre el modelo comercial tradicional de larga trayectoria y el modelo académico experimental emergente.

No obstante, la transición digital contemporánea ha forzado la mutación de este entorno. Para comprender esta transformación de manera no lineal, se analizan y contrastan las trayectorias de dos modelos mediáticos representativos bajo cuatro ejes analíticos transversales.

Transición tecnológica y migración de soportes

La migración de soportes analógicos a entornos en línea de ambos medios de comunicación evidencia temporalidades y lógicas operativas distintas. En *El Liberal*, la actualización tecnológica transitó desde los tipos móviles hasta la adopción del sistema *offset* en la década de 1990. Su inserción formal en la red se produjo el 13 de marzo de 2008, coincidiendo con su 70.º aniversario, mediante el lanzamiento de un portal web con el objetivo de garantizar interactividad y actualización permanente. Previo a este hito, desde el año 2002, el periódico disponía de un repositorio digital en el que se copiaban textualmente las noticias del impreso. La portada del 13 de marzo de 2008 anunciaba de forma explícita el cambio de soporte:

Nuestros usuarios contarán ahora con un Portal de Noticias donde podrán disfrutar de nuevos servicios, gracias a la tecnología WEB 2.0 que lo hace interactivo. El rediseño de la página para convertirla en un Portal de Noticias coincide con el rediseño gráfico y de contenidos de la edición impresa. (*El Liberal*, 2008, p. 1)

Pese a esta innovación, las dificultades estructurales y una crisis financiera recurrente, enmarcada en un fenómeno nacional de fragilidad en la prensa escrita (García Ramírez, Solano y Rivera, 2026) obstaculizaron una verdadera transición digital. El cese definitivo de la impresión física diaria se produjo el 21 de marzo de 2020 a raíz del aislamiento obligatorio decretado por la pandemia de covid-19. En la actualidad, el medio subsiste mediante una digitalización rudimentaria distribuida por WhatsApp a una base de datos de 1.500 suscriptores históricos. Como afirma su exdirector Alejandro Zúñiga: "No se ha dado realmente una transición a lo digital, solamente la digitalización quedó en el paso de ser impreso a poner un PDF en línea, sin adoptar una estrategia y estructura verdaderamente digitales" (A. Zúñiga, comunicación personal, 2025).

El laboratorio de medios *Co.marca* fue concebido originalmente como una plataforma impresa de 16 páginas, cuya primera edición contó con 6.000 ejemplares y fue impresa en la rotativa del diario *El País* de Cali, financiada por la decanatura de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad del Cauca. Este proyecto se consolidó como la propuesta de grado de dos estudiantes de último semestre, Andrés Dorado y Sandra Zúñiga (2010), en la que se planteaba como pregunta orientadora qué pasaba con todo el material académico que los estudiantes generaban en las cátedras y que solía quedarse en el escritorio del profesor sin compartirse con las comunidades. Con la llegada de la web, se hicieron unos primeros intentos de estar en la red. En el 2012, las estudiantes Elizabeth Cabrera, Diana Checa, e Isabel Rodríguez inscribieron una propuesta de trabajo de grado para digitalizar el medio (Cabrera *et al.*, 2013), lo que arrojó una página web bajo los requerimientos institucionales de la Universidad del Cauca.

A raíz de los grupos focales evaluativos, en enero de 2015 los estudiantes Lina Vanessa Garzón Certuche, Neiffy Vanessa López Rosero, Mildret Juliet Rebolledo Mosquera y Henry Andrés Restrepo Guerrero (2015) sustentaron la siguiente fase: migraron los contenidos a un servidor independiente porque el sistema universitario limitaba las opciones estéticas y funcionales. Modificaron el menú organizado por géneros y decidieron un rediseño con un maquetado en red sin jerarquías rígidas. Aunque *Co.marca* mantuvo una dinámica híbrida publicando ediciones impresas esporádicas (la cuarta en marzo de 2013, la quinta en febrero de 2016 y la sexta en octubre de 2017), los elevados costos de impresión forzaron la suspensión definitiva del papel para concentrar la totalidad de sus esfuerzos en el ecosistema transmedia. Actualmente, el laboratorio gestiona de manera concurrente ocho plataformas digitales.

Transformación de las rutinas y los perfiles periodísticos

La asimilación de las dinámicas de la red transformó las rutinas de producción y demandó nuevas habilidades en los equipos humanos de ambas redacciones. En *El Liberal*, que en su época de mayor solidez operativa llegó a contar con una planta de cerca de 100 empleados, el cambio tecnológico generó tensiones internas significativas. Ismenia Ardila, redactora desde 1991 y directora del medio en 2007, describe el proceso de la siguiente manera:

Fui testigo entonces del paso de la máquina de escribir a una red de computadores y la impresión en rotativa *offset* [...]. Como todo cambio, este trajo desafíos y resistencia del personal y la gerencia, pues temían que la edición virtual gratuita afectara a los suscriptores del impreso. (I. Ardila, comunicación personal, 2025)

Para responder a las demandas del portal digital en 2008, los periodistas del impreso debieron reconfigurar sus rutinas: comenzaron a recopilar archivos de audio y fotografía en el terreno para alimentar las notas web, complementando al periodista asignado en exclusiva para la versión *online* con el fin de actualizar los acontecimientos a lo largo de la jornada. No obstante, tras la liquidación de la empresa y la crisis pospandemia, esta división del trabajo desapareció; la redacción se redujo a su mínima expresión. Antonio Alarcón, recientemente encargado de la dirección tras la renuncia de Alejandro Zúñiga en julio de 2024, afirma que la situación actual lo obliga a “hacer el periódico completo él mismo por la falta de periodistas” (A. Alarcón, comunicación personal, 2025), y subsiste gracias a colaboraciones *ad honorem* de columnistas y periodistas amigos.

En contraste, *Co.marca* eludió la rigidez de las redacciones comerciales. Estructuró su rutina a partir del voluntariado estudiantil, la vinculación curricular y el compromiso docente. La Universidad del Cauca institucionalizó el laboratorio asignando horas de descarga dentro de la labor académica de los profesores coordinadores. Las rutinas originales fijadas por Dorado y Zúñiga (2010) se expandieron en 2013 agregando funciones al comité editorial y reglamentando que los contenidos debían acudir a recursos audiovisuales integrados con la narración.

El trabajo de grado de Ángela Arce, Gabriela Bedoya y Natalie Colorado (2016) fortaleció la producción constante en redes sociales articulada con las asignaturas de la carrera. Más adelante, el proyecto de Angélica Aley, Juliana Orozco y Juliana Vidal (2019) unificó los elementos visuales identitarios organizando la recepción de contenidos cooperativos en línea mediante carpetas compartidas y alojadas en la nube. El perfil mutó sustancialmente en 2023 tras la pasantía de Ortega, quien organizó al equipo periodístico por unidades especializadas. Finalmente, en el segundo semestre de 2024, los docentes coordinadores insertaron el laboratorio en las dinámicas

de certificación internacional de la Journalism Trust Initiative (JTI) de Reporteros Sin Fronteras, buscando promover el periodismo ético, transparente y profesional frente a la desinformación.

Reconfiguración de la relación con las audiencias

El vínculo con el público objetivo revela una fractura generacional e identitaria en el contexto payanés. *El Liberal* ha estado profundamente arraigado en la memoria colectiva local por su papel histórico en el cubrimiento de hitos como el terremoto de Popayán de 1983 o los debates electorales regionales. El Dr. Juan Carlos Maya Feijóo, accionista del diario, recalca que el medio "siempre ha sido un faro de la opinión en el departamento del Cauca" (J. C. Maya Feijóo, comunicación personal, 2025). Sin embargo, la migración obligada provocó una pérdida ostensible de su penetración en el mercado. Quedó limitado a un nicho tradicional muy específico: adultos mayores, profesionales de larga trayectoria y ciudadanos con afinidad ideológica de centro-derecha o liberal clásica. Al respecto, Alejandro Zúñiga señala que el medio hoy "vive en la nostalgia de lo que fue *El Liberal*" y que, ante la imposibilidad de competir en inmediatez con los medios nativos digitales, su estrategia de supervivencia debe centrarse en los contenidos de análisis y reflexión profunda (A. Zúñiga, comunicación personal, 2025).

Por su parte, *Co.marca* reconfiguró la noción de "audiencia" sustituyéndola por la de "usuarios y comunidades prosumidoras". De esa manera eliminó la división tajante entre autor y lector (Scolari, 2008). En el diagnóstico de redes realizado por Diego Ortega (2023) se encontró que los seguidores reales son jóvenes entre los 18 y los 34 años (60 % del público), por lo que se decidió usar un tono de marca profesional pero informal, incorporando plantillas interactivas, imágenes sonoras para *podcast*, *copys* llamativos y códigos QR. La priorización de la agenda cercana e historias locales se consolidó como el camino para asegurar su relevancia, y logró hitos como las transmisiones en directo durante las movilizaciones estudiantiles y la publicación en 2022 del libro *Relatos en Clave de Región*, el cual compila 59 crónicas, semblanzas, testimonios e informes de viaje hechos en el laboratorio a lo largo de los años (Pino y Lasso, 2022).

Modelos de negocio y estrategias de sostenibilidad

La sostenibilidad económica constituye el factor más crítico y de mayor contraste entre ambos modelos en la periferia. *El Liberal* operó históricamente bajo un modelo comercial clásico de doble cara (Pérez *et al.*, 2023), sustentado en la venta de publicidad impresa, clasificados y suscripciones. No obstante, la emergencia de las redes sociales, la proliferación de oficinas de prensa institucionales y la gratuidad de la información digital erosionaron los ingresos por pauta publicitaria. Aunque en el año 2015 se intentó rescatar audiencias mediante la conformación de un sólido equipo de

investigación, que incluyó al periodista Edinson Bolaños, ganador del Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar por su reportaje “El Antifaz de los Mineros Ilegales”, la asfixia financiera no cesó. El diario pasó de facturar entre 150 y 200 millones de pesos anuales a registrar ingresos de apenas 10 millones de pesos, destinados exclusivamente al sostenimiento mínimo de su nómina actual. Sus fuentes de financiamiento vigentes se reducen a edictos de ley, contribuciones ocasionales de sus socios y la comercialización de revistas impresas especiales durante la Semana Santa y el Congreso Gastronómico de Popayán.

Frente a este declive comercial, *Co.marca Periodismo Universitario* estructuró un modelo alternativo que elude la dependencia publicitaria directa. Su viabilidad operativa está garantizada, en primera instancia, por el soporte de la Universidad del Cauca que destina docentes con labor asignada y proporciona infraestructura física. En segunda instancia, el laboratorio ha logrado sostener su operación y evolución mediante alianzas estratégicas y la postulación a convocatorias nacionales e internacionales de financiamiento periodístico que han permitido adquirir equipamiento técnico y viabilizar proyectos narrativos de largo aliento.

Entre sus principales hitos de financiamiento y copublicación están los del 2019, con el proyecto de periodismo colaborativo *Los pecados con la plata de la paz*, financiado por la organización Consejo de Redacción (CdR); en 2020 el proyecto transmedia *Viajar el Cauca*, financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones (VRI) de la Universidad del Cauca; en 2022 la selección entre 251 propuestas de América Latina para ejecutar el proyecto *Cauca, frente a dos años de pandemia*, financiado por el Fondo de Respuesta Rápida para América Latina y el Caribe; en 2023 la obtención de una beca del International Media Support (IMS), en alianza con Mujeres Colombianas por la Paz y La Red Colombiana de Periodistas con Visión de Género, para realizar el documental *Resistir al Olvido*, copublicado en *Co.marca Digital* y el diario nacional *El Espectador*.

De este modo, el tejido mediático payanés configuró una dualidad histórica entre el modelo comercial tradicional de larga trayectoria y el modelo académico experimental emergente (ver Tabla 1).

Tabla 1. Matriz comparativa de ecología mediática, transformaciones operativas y sostenibilidad en contextos periféricos

Dimensión analítica	Caso 1: diario <i>El Liberal</i>	Caso 2: <i>Co.marca</i>
Naturaleza y nicho ecológico	Especie nativa dominante de prensa comercial con arraigo histórico y línea editorial de centro-derecha orientada al debate político tradicional.	Especie emergente académica con modelo colaborativo, flexible y orientado a narrativas de largo aliento y agendas regionales.

Dimensión analítica	Caso 1: diario El Liberal	Caso 2: Co.marca
Tipo de adaptación tecnológica (Scolari, 2023)	Adaptación de supervivencia deficiente: digitalización rudimentaria. Volcado analógico a plataformas digitales sin estrategia transmedia nativa.	Adaptación emergente flexible: transición nativa a entornos transmedia, migración a servidores independientes y despliegue en ocho plataformas digitales concurrentes.
Transformación de rutinas y perfiles	Resistencia al cambio. Transición empírica y forzada de la máquina de escribir a computadoras sin procesos continuos de capacitación profesional.	Innovación formalizada mediante manuales de estilo propios, asignación de cargas docentes especializadas y vinculación de estudiantes investigadores prosumidores.
Dinámica y vínculo con las audiencias	Fragmentación del público tras la pérdida del soporte físico. Audiencia envejecida o tradicional ligada a la nostalgia informativa de la marca.	Conectividad emocional activa y participativa con prosumidores de la comunidad universitaria y regional (Sánchez y Méndez, 2013).
Estrategia de sostenibilidad financiera	Modelo monopolítico basado en pauta oficial y comercial clásico. Tras la crisis, depende de edictos de ley, revistas especiales y aportes irregulares de socios.	Diversificación de recursos mediante el presupuesto de la Universidad del Cauca, convocatorias de investigación públicas y alianzas con medios locales.
Riesgo ecológico en la periferia	Extinción del soporte impreso diario, operando bajo un esquema operativo de autoempleo unipersonal (director-redactor) con riesgo de generar vacíos de información.	Dependencia de la estabilidad administrativa y presupuestaria de la institución universitaria para garantizar la continuidad del laboratorio.

Fuente: elaboración propia

Discusión y conclusiones

La investigación tuvo como objetivo principal documentar los procesos de transición de medios impresos a medios digitales en Popayán y se focalizó en las experiencias de *El Liberal* y *Co.marca Periodismo Universitario*. En este análisis histórico y contextualizado se evidencia que, a pesar de sus naturalezas y trayectorias distintas, uno siendo un medio tradicional con casi un siglo de existencia y el otro un laboratorio periodístico universitario, ambos medios payaneses han transitado un camino con notables similitudes en su evolución y adaptación a la era digital.

Con la llegada de la web, que, para ambos, implicó una digitalización rudimentaria de sus contenidos impresos, tanto *El Liberal*, desde 2002, como *Co.marca*, en sus inicios digitales en el 2012, se limitaron a volcar las notas de su edición en papel

a plataformas en línea sin una adaptación profunda a las nuevas gramáticas digitales. Uno contando con más capacitación y empeño, por su naturaleza universitaria, y el otro afrontando dificultades y tratando de cerrar la brecha digital. Esto refleja la "adaptación emergente" teorizada por Carlos Scolari (2023), en la que un nuevo medio inicialmente imita las prácticas del medio antiguo ante la falta de conocimiento sobre cómo generar contenido específico para el nuevo formato.

Ambos medios se enfrentaron a la imperativa necesidad de adaptar sus rutinas de producción y perfiles profesionales. *El Liberal*, al lanzar su portal web en 2008, debió capacitar a su personal en escritura para la web, incorporar el uso de multimedia (fotos y audio) y ajustar las dinámicas de actualización para ofrecer noticias en tiempo real. *Co.marca*, por su parte, redefinió su manual de estilo y creó nuevos roles para gestionar su presencia digital. Esto demuestra una transformación de las prácticas profesionales y una búsqueda de nuevas narrativas digitales para enriquecer el ejercicio periodístico.

Un tercer punto de convergencia es el desafío constante de los modelos de negocio y la búsqueda de sostenibilidad. Aunque *El Liberal* experimentó una crisis financiera recurrente que se agudizó con la caída de la pauta publicitaria y la llegada de la pandemia en 2020, llevándolo al cese de su edición impresa y a una precaria versión digital en PDF, *Co.marca* también depende de fuentes de financiación institucionales o alternativas. Este medio ha logrado sostener su operación y evolución mediante convocatorias de investigación, alianzas y el apoyo institucional de la Universidad del Cauca, que gracias a su departamento de Comunicación social destina docentes con labor asignada para coordinar el medio digital. Esta necesidad de diversificar los planes de acción y las fuentes de ingresos es una constante en la industria mediática, en la cual los modelos tradicionales basados en publicidad han sido fuertemente impactados por la gratuidad de la información en la web.

Finalmente, tanto *El Liberal* como *Co.marca* han reconocido la relevancia de un enfoque local y regional como estrategia para mantener su conexión con sus lectores. *El Liberal*, históricamente un "faro de la opinión en el departamento del Cauca", buscó en su transición acercarse más a la comunidad y fortalecer la identidad con la prensa local. *Co.marca*, cuyo nombre mismo resalta lo "local" y la "compañía", centra su misión en visibilizar las realidades del contexto que rodea a los estudiantes y la región. Esta priorización de la agenda cercana y las historias locales y regionales se consolida como un camino para asegurar la supervivencia y relevancia en un ecosistema mediático cada vez más complejo y competitivo.

Desde la perspectiva de la ecología de los medios (Scolari, 2023), los procesos vividos por ambos medios pueden verse como pasos hacia la supervivencia en el nuevo entorno tecnológico que llegó a imponer dinámicas distintas en cuanto a la

producción, circulación y consumo de información o contenidos. En este contexto, vemos a *El Liberal* como un medio tradicional, que viene de la prensa impresa, intentando mantener un nombre y sus prácticas análogas en el entorno digital, mientras que *Co.marca*, siendo un medio universitario, asumió la transición de manera más eficiente, ya que su brecha digital no era tan grande, siendo la flexibilidad una de sus banderas.

Boczkowski (2006) argumenta que la adaptación tecnológica no se logra si no se da una transformación cultural en las redacciones. En *El Liberal* la digitalización se fue dando a pasos pequeños desde los cambios editoriales y con poca formación de los periodistas. Por el contrario, *Co.marca* siempre apostó por la experimentación en nuevos lenguajes narrativos y el trabajo colaborativo.

Ambos casos son la muestra de que la transición hacia lo digital no se da de manera lineal, pues las entrevistas en profundidad realizadas a periodistas y directivos y los documentos revisados revelan que los cambios afectaron a personas de diferentes generaciones, se redefinieron o se crearon roles profesionales y la innovación se volvió cotidiana. Así, la teoría de la coevolución mediática de Scolari resulta pertinente para explicar cómo los medios interactúan o se ven forzados a experimentar y probar nuevas plataformas, formatos y audiencias. Fuentes Navarro (2023), con el concepto de historicidad, aportó una arista estructural que permitió dar relevancia a documentar estos procesos, pues ello hace posible entender cómo fue la digitalización y tecnologización del negocio y del ejercicio periodístico.

En este sentido, las trayectorias divergentes analizadas aportan elementos sustanciales al debate latinoamericano sobre la ecología de los medios en entornos alejados de los centros urbanos hegemónicos. Los hallazgos sugieren que en contextos condicionados por la precariedad económica y el conflicto social, la transición digital no se traduce en una evolución uniforme, sino en un proceso de coevolución asimétrica. Mientras que el desvanecimiento de la prensa comercial tradicional valida las tesis sobre la emergencia de desiertos informativos por asfixia financiera, la mutación del laboratorio universitario institucionaliza un nuevo nicho ecológico; el modelo académico emerge así como una especie resiliente de resistencia cultural que reconfigura las dinámicas del prosumidor local.

La transición digital en Popayán revela, además de una mutación tecnológica, una tensión profunda entre la oferta informativa y las expectativas de una audiencia arraigada al territorio. Esta dinámica coincide con lo expuesto por Galletero-Campos, Saiz-Echezarreta y Rodríguez-Amat (2024), quienes sugieren que en las zonas no metropolitanas o despobladas, la supervivencia del periodismo depende de una reforma mediática que priorice las percepciones sociales y la identidad local. En el caso de *El Liberal*, la pérdida del soporte físico fragmentó ese vínculo identitario,

mientras que *Co.marca* ha intentado reconstruirlo mediante narrativas digitales que resuenan con las necesidades específicas de la región.

A partir de las experiencias contrastantes de *El Liberal* y *Co.marca Periodismo Universitario*, puede afirmarse que el futuro de los medios regionales dependerá en gran medida de su capacidad para articular memoria institucional con innovación creativa. Mientras que los medios tradicionales deberán asumir una transformación más profunda de sus modelos editoriales, económicos y profesionales, los proyectos emergentes representan laboratorios vivos de experimentación que, aunque a paso lento, ofrecen pistas sobre nuevas formas de hacer periodismo desde lo local. En las periferias globales, la viabilidad de los laboratorios universitarios no se queda solo en un ejercicio pedagógico, sino que constituye un mecanismo de resistencia institucional para evitar que regiones afectadas por el conflicto queden en el silencio informativo absoluto.

El futuro exige apropiación tecnológica, pero también alianzas entre universidades, organizaciones sociales, medios y Estado, que permitan fortalecer un ecosistema informativo diverso, sostenible y comprometido con las realidades del territorio. En este sentido, Popayán no es solo un caso de estudio, sino también un espacio fértil para repensar el periodismo regional desde la resistencia, la creatividad y la colaboración.

De lo contrario, Popayán podría convertirse en un desierto informativo, dado que se corre el riesgo de profundizar la crisis estructural de los medios en esta región. La no adaptación podría traducirse en una mayor pérdida de relevancia social, desconexión con las audiencias jóvenes y precarización laboral, lo que llevaría a una ausencia de medios comprometidos con lo local, a la desinformación y al debilitamiento del debate público regional.

Referencias

- Aley, A., Orozco, J. y Vidal, J. (2019). *Fortalecimiento en la producción periodística y el desarrollo organizativo del Laboratorio de Medios Co.marca de la Universidad del Cauca* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- Álvarez, M. M. y Botero, L. M. (2015). De ciudadanos a prosumidores: Nuevas representaciones y consumo. *Anagramas: Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 14(26), 11–15. <https://doi.org/10.22395/angr.v14n26a1>
- Arce, Á., Bedoya, G. y Colorado, N. (2016). *Fortalecimiento del Laboratorio de Medios Co.marca* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- Ayala, G. (2000). Popayán: dos décadas de historia política (1900–1920). *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 5(1), 13–49. <https://revistas.uis.edu.co/index.php/anuariohistoria/article/view/1975>
- Barragán, J., Solarte, M. y Realpe, J. (2018). Cartografía de los medios nativos digitales en el Suroccidente colombiano: Tendencias y rupturas. *Encuentros*, 16(2), 45–62.

- Becerra, M., y Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra: Acceso, estructura y concentración de los medios de comunicación en América Latina (2000-2008)*. Prometeo Libros.
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias*. Ediciones Manantial.
- Boglione, M. F. (2025). *El periodismo ha muerto*. Es de Politólogos. <https://esdepolitologos.com/el-periodismo-ha-muerto/>
- Bolaños, E. (2012, 12 de marzo). Crisis del diario El Liberal de Popayán lo llevaría al cierre. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/entretenimiento/cine-y-tv/crisis-del-diario-el-liberal-de-popayan-lo-llevaria-al-cierre-335187/>.
- Cabrera, E., Checa, D. y Rodríguez, I. (2013). *Pasantía en el Departamento de Comunicación Social, para el diseño y elaboración del periódico Co.marca Digital* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- Carlón, M. (2015). La concepción evolutiva en el desarrollo de la ecología de los medios y en la teoría de la mediatización: ¿la hora de una teoría general? *Palabra Clave*, 18(4), 1111-1136. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.7>.
- Castrillón, D. (1989). *Popayán en la República. 180 años de periodismo*. Talleres Editoriales del Departamento.
- Centro Nacional de Memoria Histórica. (2015). *La palabra y el silencio: la violencia contra periodistas en Colombia (1977-2015)*. CNMH.
- Dorado, A. y Zúñiga, S. (2010). *Pasantía para el diseño, creación y coordinación de un medio de comunicación impreso* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- El Liberal. (1938, 5 de marzo). Declaración de principios editoriales de la nueva prensa payanesa. *Archivo del Centro de Investigaciones Históricas "José María Arboleda Llorente", Universidad del Cauca* (Fondo Prensa, t. 12).
- El Liberal. (2008, 13 de marzo). El Liberal estrena su Portal de Noticias en la Web 2.0. *El Liberal*, p. 1.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2019). *Radiografía de un país en silencio: Cauca*. https://cms.flip.datasketch.co/uploads/FLIP_Radiografias_pais_silenciado_Cauca_2fe0604edf.pdf.
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2023). *Encuesta nacional de libertad de expresión y acceso a la información*. <https://www.asomeditos.com/wp-content/uploads/2023/04/Encuesta-nal-libertad-de-expresion-y-acceso-a-la-info-CC.pdf>.
- Fuentes Navarro, R. (2023). La investigación de la comunicación y la historicidad de sus objetos de estudio en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, 20, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8456>.
- Galletero Campos, B. (2018). *Del periódico impreso al diario digital: Estudio de una transición en Castilla-La Mancha* [Tesis doctoral, Universidad de Castilla-La Mancha]. Repositorio Teseo.
- Galletero Campos, B., Saiz Echezarreta, V. y Rodríguez-Amat, J. R. (2024). Pensar la reforma mediática desde las zonas despobladas: análisis de las percepciones sociales sobre el periodismo local. *Revista Latina de Comunicación Social*, (82), 1-25. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2055>.

- García Ramírez, D., Solano, J. y Rivera, J. C. (2026). La crisis económica de los medios de comunicación en Colombia: el caso de los medios impresos. *Revista de Comunicación*, 25(1), 121-140. <https://doi.org/10.26441/RC25.1-2026-4352>.
- Garzón, L., López, N., Rebolledo, M. y Restrepo, H. (2015). *Asistencia en Investigación Laboratorio de Medios Co.marca Digital* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- Hernández Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Lasso Ágredo, G. (2021). *La radio en Popayán: Pioneros, proselitistas y rebeldes*. Universidad del Cauca.
- Lasso Ágredo, G. (2024). *Grilletes de tinta: Prensa regional y estigmatización de pobladores negros*. Universidad del Cauca.
- Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2020, 12 de marzo). Resolución 385 de 2020: Por la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del coronavirus covid-19 y se adoptan medidas para hacer frente al virus. *Diario Oficial de la República de Colombia*, N.º 51.254.
- Negreira Rey, M. C. (2023). Desiertos informativos en un mapa de medios digitales en crecimiento: una exploración del caso español. En M. C. Negreira-Rey (Ed.), *Desinformación en la Era de la Inteligencia Artificial* (pp. 97-98). Universidad del País Vasco.
- Ortega, D. (2023). *Fortalecimiento de estrategia de difusión en redes sociales para la promoción y posicionamiento de Co.marca Digital* [Trabajo de grado de pregrado, Universidad del Cauca]. Repositorio Institucional Unicauca.
- Pérez, F., Broseta, B., Escribá, A., López, G., Maudos, J. y Pascual, F. (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf.
- Pino J, C. y Lasso Ágredo, G. (2022). *Relatos en clave de región*. Universidad del Cauca.
- Postman, N. (1968). *The reformed English curriculum* [Ponencia]. Conferencia Nacional de la Media Ecology Association, Milwaukee, Estados Unidos.
- Rey, G. (2018). *Los desiertos de la información: Los retos del periodismo regional en Colombia*. Ministerio de Educación Nacional; Consejo de Redacción (CdR)
- Sánchez González, H. y Méndez Muros, S. (2013). Nuevos medios, nuevos perfiles y conectividad emocional con la audiencia. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, 133–149. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2013.v18.41720.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Scolari, C. A. (2023). *Sobre la evolución de los medios: emergencia, adaptación y supervivencia*. Ampersand.
- Zalbidea Uparela, I. (2021). *El periodismo escrito en la Era Digital: Estudio de caso sobre la transformación de la prensa tradicional* [Tesis doctoral, Universidad de Deusto]. Repositorio Deusto.