



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LA COMPETENCIA DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL PERFIL  
PROFESIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DE MACHALA,  
2019

CACERES SALTOS FERNANDA MADELEINE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LA COMPETENCIA DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL  
PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL  
DE MACHALA, 2019

CACERES SALTOS FERNANDA MADELEINE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2019



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN  
ANÁLISIS DE CASOS

LA COMPETENCIA DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL PERFIL PROFESIONAL  
DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DE MACHALA, 2019

CACERES SALTOS FERNANDA MADELEINE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TUSA JUMBO FERNANDA ESPERANZA

MACHALA, 18 DE SEPTIEMBRE DE 2019

MACHALA  
2019

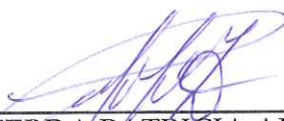
**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado LA COMPETENCIA DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DE MACHALA, 2019, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

TUSA JUMBO FERNANDA ESPERANZA  
0704286889  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA  
0105413298  
ESPECIALISTA 2



---

MAZA CORDOVA JORGE LUIS  
0704913540  
ESPECIALISTA 3

Machala, 18 de septiembre de 2019

# Trabajo de titulación Fernanda Caceres

## INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE  
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to CSU, Bakersfield

Trabajo del estudiante

<1%

2

n-dan-hipotesisebookily.org

Fuente de Internet

<1%

3

issuu.com

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to Universidad Americana

Trabajo del estudiante

<1%

5

meidi.ula.ve

Fuente de Internet

<1%

6

dspace.uazuay.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

7

www.e-edukacja.net

Fuente de Internet

<1%

8

fido.palermo.edu

Fuente de Internet

<1%

9

repositorio.utmachala.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, CACERES SALTOS FERNANDA MADELEINE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado LA COMPETENCIA DIGITAL Y SU IMPORTANCIA EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DE MACHALA, 2019, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 18 de septiembre de 2019



CACERES SALTOS FERNANDA MADELEINE  
0705666550

**DEDICATORIA**

*A mi padre y mi madre, mis hermanos,  
docentes, compañeros y amigos  
quienes con su apoyo constante  
y amor permanente  
me han acompañado.*

**AGRADECIMIENTO**

*Agradezco encarecidamente a mi familia y  
a cada una de las personas que estuvieron  
conmigo en este camino  
que se llama universidad.*



## Resumen

El presente trabajo de titulación, modalidad análisis de caso, encuentra su problemática en identificar la importancia de la competencia digital en el perfil profesional del comunicador institucional del siglo XXI, una problemática que debe ser analizada, como objeto de estudio, por profesionales y estudiantes en comunicación, lo cual ayudará a saber si lo que aprenden en las aulas, en materia de comunicación institucional, es pertinente con lo que se exige en el ejercicio profesional en territorio, acorde a las demandas de la Sociedad del Conocimiento. El objetivo general que envuelve a la investigación es relacionar la competencia digital con el perfil profesional del comunicador de instituciones públicas y privadas en el cantón Machala, año 2019. Para ello se estructura un análisis de caso enfocado en el perfil profesional del comunicador de seis instituciones, análisis que cuenta con una metodología de enfoque cualitativo, usando la triangulación de técnicas como: entrevista, observación participativa, complementado con el uso de la técnica de diseño documental y la revisión bibliográfica, cada una de ellas con su respectiva matriz de análisis. Cabe mencionar que en los inicios de la investigación se planteó únicamente analizar el perfil del comunicador institucional, pero al transcurrir la investigación se evidenció el alto protagonismo de las tecnologías de la información y la comunicación en el ejercicio profesional del comunicador institucional, lo que dio un giro cualitativo al estudio, incorporándose así la competencia digital como variable de análisis. En los resultados se muestran las características innovadoras que condicionan el perfil profesional del comunicador institucional, las cuales son: manejo de programas de edición para la creación de productos comunicacionales digitales, manejo de redes sociales y escritura para la web, sin dejar de lado el eje principal de la comunicación, que es contar historias. En las entrevistas se habló de un ecosistema de conexión donde gracias a las TIC han aparecido nuevas disciplinas y especializaciones dentro de la comunicación, siendo esto un aporte positivo ya que posiciona a la comunicación como una de las carreras del futuro. Al respecto, especialistas en comunicación y tecnología recomiendan que el comunicador debe estar formado en el entorno digital desde los salones universitarios. Entre las conclusiones se evidencia que la comunicación institucional, al igual que la tecnología, está en constante transformación y por ello se demanda una continua formación del comunicador institucional en temas técnico-tecnológicos. En cuanto al escenario de la comunicación institucional en Machala es básico el apoyo y el compromiso de las autoridades por la formación de su talento humano en temas de alfabetización digital ya que existe la predisposición de los comunicadores institucionales entrevistados para desarrollar aún más su competencia digital.

Por ello, se recomienda que el comunicador institucional en territorio incorpore la práctica asidua de la tecnología para superar los retos profesionales que le espera en la vida laboral, ya que estas aportan competencias y habilidades únicas, lo que da un valor diferenciado y una ventaja competitiva a su hoja de vida, pero lo más importante es que permite la comunicación eficaz, eficiencia y efectiva con el usuario de sus instituciones.

**Palabras clave:** Tecnología, competencia digital, comunicación institucional, perfil profesional.

### **Abstract**

The present research work, case analysis modality, finds its problems in identifying the importance of digital competence in the professional profile of the institutional communicator of the XXI century, a problem that must be analyzed, as an object of study, by professionals and students in communication, which will help to know if what they learn in the classrooms, in matters of institutional communication, is relevant with what is required in the professional exercise in the territory, according to the demands of the Knowledge Society. The general objective of the research is to relate the digital competence with the professional profile of the communicator of public and private institutions in Machala city, year 2019. For this purpose, a case analysis is structured, focused on the professional profile of the communicator of six institutions, an analysis that relies on a qualitative approach methodology, using the triangulation of techniques such as: interview, participatory observation, complemented with the use of the documentary design technique and the bibliographic review, each of them with its respective analysis matrix. It is worth mentioning that at the beginning of the research it was only proposed to analyze the profile of the institutional communicator, but when the research took place, the high protagonism of information and communication technologies (ICT) in the professional exercise of the institutional communicator became evident, which gave a qualitative change to the study, thus incorporating digital competence as an analysis variable. The results show the innovative characteristics that condition the professional profile of the institutional communicator, which are: management of publishing programs for the creation of digital communicational products, management of social networks and writing for the web, without leaving aside the main axis of communication, which is storytelling.

In the interviews, there was talk of a connection ecosystem where, thanks to ICTs, new disciplines and specializations have appeared within communication, being this a positive contribution since it positions communication as one of the careers of the future. In this regard, specialists in communication and technology recommend that the communicator should be trained in the digital environment since university classrooms. Among the conclusions, it is evident that institutional communication, as well as technology, is in constant transformation and that is why a continuous training of the institutional communicator in technical-technological subjects is demanded. As for the institutional communication in Machala, the support and commitment of the authorities for the training of their human talent in digital literacy is basic, since the institutional communicators interviewed are predisposed to further develop their digital competence. For this reason, it is recommended that the institutional communicator in the territory incorporate the assiduous practice of technology to overcome the professional challenges that await him in his working life, since these provide unique skills and abilities, which give a differentiated value and competitive advantage to his profile, but the most important thing is that it allows effective, efficient and effective communication with the user of his institutions.

**Keywords:** Technology, digital competence, institutional communication, professional profile.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN.....	IV
ABSTRACT.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	IX

### CAPÍTULO I.

#### GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio.....	11
1.2 Justificación de la investigación.....	12
1.3 Ámbito de estudio.....	13
1.4 Planteamiento del problema de investigación.....	14
1.5 Descripción del problema.....	14
1.6 Problemas complementarios.....	14
1.7 Localización del problema-objeto de estudio.....	15
1.8 Hechos de interés.....	15
1.9 Población.....	17
1.10 Objetivos de la investigación.....	18
1.11 Significado de la investigación.....	19
1.12 Supuestos.....	19
1.13 Metodología de la investigación.....	20
1.14 Muestra y unidades de análisis.....	21

### CAPÍTULO II.

#### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

2.1 Tecnologías de la información y la comunicación.....	22
2.1.1 Inversión en la tecnología.....	23
2.2 Comunicación institucional.....	23
2.2.1 Funciones del comunicador institucional.....	25
2.2.2 Relación de comunicación institucional y relaciones públicas.....	26

2.3 Perfil profesional.....	28
2.3.1 Competencias en el siglo XXI.....	29
2.3.2 Perfil del comunicador institucional.....	30
2.4. Institución pública.....	32
2.5. Institución privada.....	33
2.6 Teorías de comunicación.....	34
2.6.1 Determinismo tecnológico.....	34
2.6.2 La piel de la cultura.....	34
2.6.3 Hipermediaciones.....	35

### **CAPÍTULO III.**

#### **PROCESO METODOLÓGICO**

3.1 Metodología cualitativa.....	38
3.1.1 Revisión bibliográfica.....	38
3.1.2 Diseño documental.....	39
3.1.3 Estudio de caso.....	40
3.1.4 Entrevista.....	41
3.1.5 Observación.....	44

### **CAPÍTULO IV.**

#### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

4.1 Discusión y contrastación teórica de los resultados.....	46
4.2 Resultados de entrevistas realizadas .....	49
4.2.1 Análisis de la entrevistas.....	81
4.3 Resultados de observación.....	82
4.3.1 Análisis de las fichas de observación.....	94
4.4 Matriz de desmontaje de artículos científicos.....	95
4.5 Resultados globales del estudio.....	106
4.6 Conclusiones.....	109
4.7 Recomendaciones.....	111
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>112</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>116</b>

## INTRODUCCIÓN

La siguiente investigación denominada “*Competencia digital y su importancia en el perfil profesional del comunicador institucional de Machala, año 2019*”, ha sido realizada como un estudio de caso en instituciones privadas y públicas del cantón Machala, año 2019, a fin de reconocer la forma de trabajar del comunicador, en cuyo ejercicio profesional aplica diariamente el uso de las TICs.

Para ello, y en un primer momento, se constatan las capacidades, las competencias y las características que pertenecen a su perfil profesional, enmarcado en el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La importancia de este tipo de investigaciones radica en dos factores: 1) invertir en la formación institucional de los comunicadores y 2) saber aprovechar las oportunidades técnica-tecnológicas coyunturales, las cuales demandan un dominio especializado por parte de los comunicadores, lo que constituye una ventaja competitiva en la *Sociedad del Conocimiento*.

A continuación, se destacan cada uno de los capítulos que conforman el presente trabajo investigativo:

- El primer capítulo titulado ‘Generalidades del objeto de estudio’ sirve para contextualizar la investigación, expone la problemática a analizar y presenta la justificación que explica el por qué es meritorio investigar este tipo de temas. En este capítulo se muestra gráficamente la localización geográfica del objeto de estudio y los hechos de interés que envuelven al tema de investigación, en el cual se aplicó un monitoreo informativo a fin de identificar los hechos noticiosos temporales al estudio. Para culminar este capítulo se presenta el objetivo general, los objetivos específicos, los supuestos que plantea la autora y se enuncia la metodología aplicada.
- El marco teórico pertenece al capítulo dos donde se distinguen los conceptos que sirven para desarrollar conceptualmente la investigación. Entre ellos tenemos: Tecnologías de la Información y la Comunicación, Comunicación institucional, Comunicador institucional, Perfil profesional, Competencias del comunicador en el siglo XXI, etc.
- En el capítulo tres se describe la metodología y las técnicas usadas en la presente investigación, la cual tiene un enfoque cualitativo que aplica una triangulación de técnicas basadas en la entrevista y la observación participativa.

A modo complementario, se aplica el diseño documental y la revisión bibliográfica para identificar conceptos referentes al marco teórico. Cabe mencionar que el alcance de la investigación es descriptivo ya que identifica las características del perfil del comunicador institucional y la importancia que este concede a la formación en TICs. Este es un análisis de tipo no experimental porque la investigación está basada en la observación del contexto laboral, *in situ*, en empresas públicas y privadas de Machala.

- La sección de resultados de la investigación se encuentra en el capítulo cuatro. En primera instancia se contrastan los resultados obtenidos con base en referencias de estudios previamente realizados por teóricos de la comunicación en Latinoamérica. También se detallan los resultados de las entrevistas a profesionales especializados en comunicación y tecnología. De forma complementaria, se muestran los registros de la observación participativa en los departamentos de comunicación en las empresas públicas y privadas del cantón Machala, como fueron: UPA Comunicaciones, Corporación Palmar, Orense Sporting Club, Municipalidad de Machala, Cuerpo de Bomberos de la Municipalidad de Machala y ECU 911. Finalmente, las conclusiones y los resultados se enuncian como respuesta a los objetivos, tanto generales como específicos, de la investigación.
- Los anexos se pueden verificar al culminar el capítulo cuatro donde se compilan las fotografías de los lugares donde se realizó la observación participativa. Además de ello, se añade la transcripción de entrevistas, así como las capturas de los artículos científicos y de las citas usadas.

Se estima que esta investigación sea de tal importancia para el lector, y en particular, se dirige a los futuros Licenciados en Comunicación, no solo de la Universidad Técnica de Machala, sino de la zona 7 del país, ya que se debe aspirar a tener nuevos conocimientos investigativos y académicos que aporten mejoras al perfil profesional y den respuesta a los desafíos de la sociedad actual.

## CAPÍTULO I

### GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

#### 1.1 Contextualización del estudio

A partir de la aparición de la denominada *social media*, la comunicación ha tenido la oportunidad de mejorar para ser más directa y veloz. Hernández, Cardona y Del Río (2017) afirman que “las prácticas innovadoras en las organizaciones conducen a generar las ventajas competitivas sostenibles” (p.17). El constante cambio en las nuevas tecnologías, ha hecho que la comunicación tenga cambios abundantes, generando esas ventajas sostenibles a las que se refieren los autores, la que destaca en esta investigación para una mejor explicación se habla de la forma de comunicar, ya en la actualidad existe la inmediatez término usado para referirse a la búsqueda de la información a través de la *internet* donde con tan solo un *click* se consigue toda la información que se busca.

Los cambios adquiridos dentro de la comunicación mediante la influencia de las TIC, se reflejan en un escenario donde hasta los públicos han cambiado, los comunicadores antes se concentraban en escribir para la prensa escrita, para la televisión, para la radio o para cuidar la imagen externa e interna de alguna institución. Hoy el trabajo del comunicador ha innovado las forma de llegar a sus receptores y se ve en la necesidad de transmitir mensajes para un nuevo público que se encuentra inmerso en las redes sociales o navegando en *internet*, todo esto cambiando o innovando la forma de hacer comunicación, es decir, el medio por el cual se transmite la información, este se ha transformado a uno nuevo formato y ahora no es solo tres medio, son varios y todos con un distinto formato, todo esto gracias a la tecnología, la información se debe adaptar a la plataforma por la cual será transmitida.

La comunicación es amplia, existe el periodismo, comunicación audiovisual, comunicación organizacional, comunicación política y comunicación corporativa institucional, todas ellas se enmarcan en el uso de las tecnologías de la información y comunicación, esto debido a la innovación, la necesidad de mantener informados, y los procesos comunicativos que existen en la humanidad.

El papel del relacionista público se encuentra dentro de la comunicación institucional, trabajando en la relación de la misma con los medios. Al respecto, autores como Meza (2009) afirman que:



(...) las relaciones públicas son el manejo de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas audiencias. Crea un espacio propicio y positivo que genera mejores oportunidades de negocio al posicionar correctamente a la entidad en la mente y corazón de las personas. (p.1)

De acuerdo con el autor las relaciones públicas tratan de buscar el bienestar de la entidad a la que representa externamente, se creía que cuidar de una institución era enviar boletines a la prensa hablando bien de ella, pero en la actualidad todo es diferente debido a la diferencia de públicos esto implica que el comunicador quien desempeña este cargo, debe tener los conocimientos y las destrezas que van acorde a los tiempos del *boom* tecnológico al que nos encontramos.

La influencia de la tecnología y la innovación en la comunicación da a relucir algunos cambios reflejados en el hacer comunicación como en el ser comunicador.

Para que un comunicador tenga los conocimientos en el hacer, necesita del conocimiento tecnológico y cuando este adquiere estos conocimientos, es ahí, donde se refleja el ser comunicador, alguien que está en constante adaptación y capacitación con el fin de satisfacer las necesidades de su público.

Teniendo esta información se observa la necesidad de realizar este análisis y así determinar temas que son un plus para la profesión de los comunicadores del país.

## **1.2 Justificación de la investigación**

Mientras la tecnología avanza y el mundo cambia nuevas teorías de profesiones están surgiendo y disminuyen la plaza de trabajo para las ramas existentes. Karam (2017) advierte que “estamos ante nuevas configuraciones de saberes que intentan dar respuesta a nuevos problemas y para ello tienen que usar distintas perspectivas” (p.61).

Para este autor la única respuesta de los problemas que traen las nuevas generaciones, la tecnología, hace que existan nuevas profesiones como ingeniero en contenido *online* e Ingeniero de video, profesiones que se encargan de generar contenido para plataformas digitales, dejando a un lado el trabajo del comunicador y siendo reemplazado por operadores especializados en el uso de la tecnología.

El trabajo del comunicador institucional a nivel general se ve dividido según el conocimiento y aptitudes que el profesional tenga, por ejemplo, antes su trabajo era realizar boletines de prensa que hablaban bien de la institución a la que pertenecían.

Ahora como existen diferentes plataformas digitales existe la necesidad de saber qué y cómo publicar para cada una de ellas, ya que no es lo mismo publicar una promoción en *Facebook* que *Instagam*. La tecnología, las redes sociales y las nuevas formas de trabajo hacen que este profesional se vea obligado a formarse en temas digitales porque la plaza de trabajo genera competencia. Para ello, esta investigación busca identificar el conocimiento y capacidades de la innovación que debe existir en el perfil profesional del comunicador en instituciones públicas y privada, es importante que los profesionales en comunicación estén informados de temas actuales y de las barreras con las que se puede afrontar al comenzar a laborar o para los que ya se encuentran laborando. Según el testimonio de Angie Espinoza (EP01), graduada de la Universidad Técnica de Machala de la carrera de Comunicación, cuando comenzó a trabajar en una institución como encargada del área de relaciones públicas que forma parte de la comunicación institucional, se vio envuelta en un conflicto, el no haber querido aprender a editar videos durante su época de estudiante y relató que le tocó contactar a un viejo compañero a quien tuvo pagar para que le enseñara a usar programas de edición, necesarios para generar contenido en las plataformas digitales de la institución. Testimonios como este demuestran la importancia de esta investigación debido a dos factores, la importancia de invertir en la formación y saber aprovechar las oportunidades cuando se presentan porque un profesional en comunicación debe ser un conocedor de temas referentes al uso de la tecnología y por ende tener claro cuál es su perfil profesional, cómo es la manera de trabajo y en qué áreas le tocará desempeñar, para evitar ser reemplazado por las aparente nuevas profesiones.

### **1.3 Ámbito de estudio**

#### *1.3.1 Alcances*

Esta investigación tiene un alcance cantonal, localizado geográficamente en la ciudad de Machala. El propósito es abarcar la información necesaria que ayudará a concretar el perfil profesional del comunicador en las instituciones públicas y privadas siendo influenciado por las nuevas tecnologías, haciendo de este, un tema global ya que el término nuevas tecnologías es mundialmente reconocido, además de considerarse las TICs un ámbito disciplinar complementario que sirve de aporte para los Licenciados en Comunicación.

### 1.3.2 Limitaciones

El estudio se realizará a nivel local, específicamente en la ciudad de Machala, al adaptar el análisis de caso en el área de trabajo de los comunicadores institucionales *“del cantón, en el año 2019.”*

## 1.4 Planteamiento del problema de investigación

La presente investigación se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿cuál es la relación de la competencia digital dentro del perfil profesional del comunicador institucional de Machala, en el año 2019?

## 1.5 Descripción del problema

El saber comunicar, saber observar, saber desempeñar cargos profesionales es algo que se ha visto actualmente muy influenciado por la innovación, la problemática de esta investigación busca identificar cuál es esa influencia entre las tecnologías de la información y comunicación y el perfil del comunicador para destacar con precisión la importancia de adaptarse a estos cambios generados por la innovación. En una sociedad donde todo cambia es necesario comprender la importancia de la adaptación y preparación constante en el caso de que la persona no haya tenido la preparación, aunque por otra parte esto no debe dejar de estar en primer lugar para los profesionales que sí tienen estos conocimientos.

Si un comunicador no está preparado en práctica y conocimientos este no puede desempeñar con éxito su trabajo y para satisfacer esa necesidad es importante estar a la vanguardia de los cambios en el perfil profesional o de los conocimientos que deben ser adquiridos o mejorados.

## 1.6 Problemas complementarios

- ¿Por qué el manejo tecnológico es importante en el ejercicio profesional del comunicador institucional?
- ¿Cuál es la importancia de la formación constante y la capacitación continua en temas técnico-tecnológicos para el comunicador institucional?

### **1.7 Localización del problema-objeto de estudio**

El objetivo de estudio estará basado en identificar las nuevas características que se adhieren al perfil profesional del comunicador institucional, específicamente por la influencia de las tecnologías de la información y la comunicación, que generan cambios para los comunicadores en el área institucional en territorio.

### **1.8 Hechos de interés**

A continuación, se muestra en la tabla 1 un monitoreo de prensa que sintetiza los hechos de interés en torno al objeto de estudio; es decir, describe cómo las nuevas tecnologías se relacionan al mundo profesional y su incidencia en la comunicación.

Tabla 1

*Hechos de interés en medios digitales*

Tipo de medio	Nombre de medio	Título de noticia	Fecha	Género periodístico	Síntesis de la información
Escrito	El Economista (España)	Las grandes tecnologías que deben tener las pymes	11 - 06 – 19	Crónica	Las nuevas tecnologías como realidad virtual, hologramas y experiencias 3D son un plus para los negocios, en el caso de la comunicación, mejorar la publicidad, atención al cliente y mejorar los comunicados de prensa en las relaciones públicas.
Escrito	El Comercio (Ecuador)	Nueva edición del Neocom se enfocará en las nuevas perspectivas de las relaciones públicas en el mundo digital	03 - 04 – 19	Informativo	Ecuador ya está teniendo capacitaciones con referencia a las nuevas perspectivas de las relaciones públicas y la tecnología.
Escrito	El Telégrafo (Ecuador)	Tecnopolítica	13 - 06 – 19	Opinión	Una política distribuida en un mundo conectado por el internet, el paradigma de la tecnopolítica es permitirle a la política adaptar la comunicación institucional y ortodoxa a los nuevos lenguajes y canales, impartidos por la tecnología.
Escrito	El Comercio (Ecuador)	Transformación digital, empresa y educación	2 - 11 – 18	Opinión	Este artículo menciona la importancia de mantener capacitado al personal de los negocios para que estos no se queden al margen de los cambios impulsados por los avances tecnológicos, ya que segundo es muy común escuchar que las nuevas tecnologías harán que haya una decreciente de personal en los negocios.
Escrito	20 minutos (España)	Inteligencia artificial tecnología estratégica para el desarrollo futuro	20 - 6 – 2019	Informativo	La comunicación y cooperación internacional en el sector de la Inteligencia Artificial (IA) debe fortalecerse bajo el concepto del desarrollo, señaló el ministro de Industria y Tecnología Informática de China, Miao Wei. En dicha reunión mencionó que para que exista una tasa alta de desempleo se debe capacitar a sus empleados para el uso de la misma

Escrito	El Heraldo de México	Conoce la red 6G que desarrollará Samsung para mejorar la comunicación móvil	11 - 06 – 19	Informativo	tecnología mencionándola como el instrumento de sostenibilidad para las empresas. Samsung anunció la apertura de un centro de comunicación avanzada con el nombre <i>Samsung Research</i> , el cual cumplirá con el objetivo de mejorar el sistema de comunicación en la navegación acoplando la comunicación a la red 6G.
Escrito (online)	Agencia Cubana de Noticias	Fortalecen informatización de la sociedad en Ciego de Ávila	11 - 06 – 19	Informativo	Los jóvenes de Ciego de Ávila que pertenecen al club de computación y electrónica han logrado la integración de sus servicios y productos para mejorar la infraestructura tecnológica de dicha entidad.
Escrito	El Comercio (Perú)	Las apps: la tecnología de la comunicación que gana más espacio	22 - 05 – 19	Opinión	La nota se refiere a los cambios generados en la comunicación y cómo ahora ya se están planeando sistemas operativos apegados al 5G cuando hace poco apenas se conocía el 2G, menciona a las aplicaciones como una solución para las necesidades de las personas.
Radio	Onda Cero (Valdepeñas - España)	Tecnobit Valdepeñas desarrollará tecnología de comunicación para la Armada de Japón.	04 - 06 – 19	Interpretativo	Tecnobit-Grupo será la encargada de desarrollar tres unidades de tecnología Data Link para la Armada de Japón como la radio software que integrará en las operaciones tácticas comunicativas.
Escrito (Periódico o digital)	El Diario Aragón (Huesca - España)	Los responsables de tecnología en los medios de comunicación analizan en Huesca el resurgir del periodismo ante las 'fake news'.	29 - 05 – 19	Informativo	Estas jornadas, organizadas por la Asociación de Periodistas de Aragón y el Congreso de Periodismo Digital de Huesca, son un foro de análisis del panorama mediático nacional y las nuevas tendencias en la utilización de herramientas tecnológicas enfocadas a la información.

Fuente: (Vinueza, 2015)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

## 1.9 Población

La población para esta investigación ha sido elegida con base en el Ranking de las principales empresas e instituciones del país (Revista Gestión, 2015), contextualizado para el caso de Machala, con el Directorio de Empresas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017).

Al contar con la base de datos de las instituciones públicas y privadas del cantón se procedió a la emisión de oficios institucionales para la aprobación de visitas *in situ* y la observación participativa en los Departamentos de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Finalmente, y tras cumplirse 15 días de período-respuesta, se obtuvo el acceso a las siguientes instituciones:

Tabla 2.

*Empresas públicas y privadas del cantón Machala, año 2019*

Nombre de la institución	Naturaleza jurídica
ECU 911	Pública
Municipio de Machala	Pública
Cuerpo de Bomberos	Pública
UPA	Privada
Orenses Sporting Club	Privada
Palmar	Privada

Fuente: Elaboración propia

## 1. 10 Objetivos de la investigación

### *Objetivo general*

- Relacionar la competencia digital con el perfil profesional del comunicador institucional del cantón Machala, período 2019.

### *Objetivos específicos*

- Identificar las funciones que realiza un comunicador institucional en su entorno inmediato de trabajo.
- Caracterizar el perfil profesional del comunicador institucional del cantón Machala, año 2019.
- Analizar la importancia de la alfabetización digital para el ejercicio profesional del comunicador institucional.

### **1.11 Significado de la investigación**

Este análisis de caso se realiza debido a los constantes avances tecnológicos enfocados en el ejercicio profesional de la comunicación. Y es que las tecnologías de la información y la comunicación han avanzado tanto que han cambiado significativamente la forma tradicional de trabajo del comunicador, quien, a día de hoy, debe adquirir nuevos conocimientos y capacidades para desempeñar con éxito su rol profesional. Actualmente existen especialistas, con otros perfiles profesionales, que reemplazan al comunicador por tener un mejor conocimiento y práctica asidua en el uso de la tecnología, he ahí donde el ejercicio de la comunicación se desvaloriza, y queda en un plano secundario, lo que incrementa la tasa de desempleo frente a un contexto geográfico, como es Machala, de plazas laborales agotadas. Por ello se analiza la importancia de la competencia digital en el perfil profesional del comunicador institucional y así tener una pauta, de análisis investigativo, que guíe el aprendizaje de futuros comunicadores, desde las aulas universitarias, y de los profesionales que ya laboran.

### **1.12 Supuestos**

A modo de supuestos a ser comprobados se tienen los siguientes:

- Existe predisposición de los comunicadores institucionales para capacitarse en temas técnico-tecnológicos; sin embargo, no asisten a cursos en ciudades aledañas, por cumplir con el horario de trabajo.
- Los comunicadores institucionales han adquirido sus competencias digitales de forma autodidacta.
- Los Directores de Talento Humano de las instituciones públicas y privadas del cantón Machala no invierten en capacitaciones técnico-tecnológicas para sus comunicadores institucionales.



### 1.13 Metodología de la investigación

La metodología de esta investigación tiene un enfoque cualitativo, mediante la triangulación de técnicas las cuales se han elegido a fin de dar respuesta a los objetivos trazados. Estas son:

- En primera instancia, la revisión bibliográfica en el cual se irá desmontando información de los artículos científicos usados para tener una base teórica de la investigación.
- El segundo método es la técnica del diseño documental, mediante el uso de la matriz de monitoreo de medios, para este método se busca información de eventos noticiosos en medios de comunicación internacionales online, lo cual ayuda a comprobar la actualidad del tema elegido para la investigación.
- Como tercer enfoque de la investigación se aplica el estudio de caso, para ello se han elegido seis empresas tanto públicas como privadas, las cuales servirán como unidad de análisis.
- La entrevista es la cuarta técnica, la cual será categorizada en distintos campos de comunicación y tecnología, entre ellos comunicadores digitales, especialistas en tecnología, docentes en comunicación, comunicadores de libre ejercicio y comunicadores institucionales de empresas públicas y privada, cuya información servirá para realizar un análisis en comparación con los distintos pensamientos, siendo un total de 18 profesionales entrevistados.
- Se culmina con la visita *in situ* a las instituciones, públicas y privadas, que fueron tomadas como unidades de análisis. Con la ayuda de una guía de observación se evalúan variables como: contexto laboral, habilidades de comunicador, formación profesional y equipo tecnológico.

El alcance de esta investigación es descriptiva debido a la caracterización de las repercusiones innovadoras en el perfil profesional del comunicador institucional que abordan entorno a la importancia uso de las TICs para detallar una idea clara y concisa de los resultados. Siendo la investigación de tipo no experimental porque busca describir las variables de la investigación en su contexto natural, aborda un diseño transversal correlacional.

Debido a que esta técnica busca obtener la importancia y la relación que tienen las tecnologías de la información y comunicación en el perfil de comunicador.

### ***1.14. Muestra y Unidades de Análisis***

De las seis instituciones previamente señaladas en la tabla 2, se analizan los Departamentos de Comunicación Institucional, Dirección de Comunicación (DIRCOM) y Relaciones Públicas, trabajando directamente con el personal que labora en estas áreas, titulados en Comunicación, y los jefes inmediatos de los comunicadores institucionales, excluyendo a:

- Pasantes de otras instituciones.
- Personal administrativo y de atención al público.
- Personal de servicio y limpieza.

## CAPÍTULO II

### *FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA-EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO*

#### **2.1 Tecnologías de la Información y la Comunicación**

La tecnología en el mundo ha dado grandes cambios e innovaciones. A más de facilitar el trabajo de la comunicación actúa directamente tanto en los profesionales como en las personas. En el caso de la comunicación se habla de las tecnologías de la información y comunicación o TIC, estas transforman la manera de hacer comunicación, de ahí la importancia del comunicador de estar conectado con ellas:

(...) nunca a lo largo de su historia, la humanidad ha tenido a su disposición tantas TIC como en la actualidad, tecnologías que se duplican a gran velocidad gracias a la digitalización, haciendo que lo transmedia, es decir la observación de los contenidos mediáticos en diferentes dispositivos, multiplique las formas en las cuales podemos interaccionar las personas con la información. (Cabero y Ruiz, 2017, p. 17)

Es este tipo de comunicación a la que se refiere la siguiente investigación, se transforma mediante la tecnología. Lo que plantean los autores es que la humanidad tiene a la mano distintos dispositivos tecnológicos con los cuales pueden ser protagonistas de transformar la comunicación, es como actualmente se puede encontrar libros online, programas que nacen siendo online para ser transmitidos después por la TV, periódicos que se vuelven online, radios que tienen transmisiones online, profesionales que deciden crear sus portales web donde dan a conocer su trayectoria profesional y la investigación no se queda atrás es aún más rápida, por ende los productos comunicacionales son los que protagonizan con esta facilidad tecnológica “las TIC no es solo manejar información de manera rápida y poder transportarla a lugares alejados, sino que la calidad y la fiabilidad de la información sea elevada” (Grande, Cañón y Cantón, 2016, p.25).

Este proceso al que se ve sometido el comunicador, por ejemplo, en el caso de un comunicador institucional se plantea la tarea de cuidar la comunicación interna, para ello puede manejar correos institucionales los cuales deben ser programados y reuniones institucionales.

También cuida la comunicación externa de la empresa, y este proceso debido a que en esta investigación se menciona al nuevo público, la información debe ser adaptada al tipo de plataforma por la cual será transmitida.

Llegar hasta ese punto tiene un proceso, el cual es desempeñado por personas que tengan conocimiento en estos temas.

Las habilidades tecnológicas se van adquiriendo a lo largo de tiempo y con la práctica es ahí donde las personas se adaptan a su uso, para ello la capacitación de los profesionales es fundamental, no solo para destacar como en lo laboral sino porque el mundo se encuentra en *boom* tecnológico.

### **2.1.1 Inversión en tecnología**

Tan importante es el uso de la tecnología que permite llevar procesos grandes con rapidez. El uso de la tecnología puede estar presente hasta en pequeñas cosas como conferencias o el uso de redes sociales, para esto existen muchas formas de hacer comunicación.

En el mundo entero se ve plasmada el uso de la tecnología, hasta las pymes hacen uso de esta para que su pequeña empresa tenga notoriedad y qué no hablar de las grandes en las empresas o instituciones, estas deben estar a la mano del auge tecnológico.

Autores como Cano y Baena (2017) afirman que “en la actualidad las empresas destinan buena parte de sus inversiones en la adquisición, actualización y mantenimiento de la infraestructura tecnológica, donde el retorno de dicha inversión está determinado por la apropiación que los usuarios finales hagan de la tecnología” (p.115). Si existe una gran cantidad inversión en la tecnología es porque esta mueve al mundo he ahí la importancia de adquirir este servicio y de invertir en el mismo.

### **2.2. Comunicación institucional**

La comunicación institucional es el equipo de trabajo fundamental para el crecimiento funcional y el cuidado de la imagen corporativa, este departamento de manera permanente tendrá que realizar este trabajo, compartiendo la unión de relaciones públicas, marketing y publicidad.

En cuanto a la comunicación institucional Apolo, Báez, Pauker y Pasquel (2017) afirman que es “la gestión de comunicación interna y externa y su relevancia se determina tanto en el vínculo como en la construcción de relaciones entre las instituciones, organizaciones y empresas con su entorno, respetando sus tramas y contextos permitiéndoles establecer objetivos conjuntos” (p.525).

De acuerdo con este aporte de los autores se define a la comunicación institucional como un cuerpo sistemático direccionado a intereses comunicacionales de la empresa o institución estos pueden ser interno y externo. Pero la incógnita sería averiguar, hasta qué punto llegaría el trabajo del comunicador; ser alguien que direcciona y organiza o quien verifica, aporta y entrega el producto final de la comunicación. “Es usada aquí como término general que incluye a las relaciones públicas, los relaciones con las Administraciones Públicas, las relaciones con el inversor, la comunicación del mercado de trabajo, la publicidad corporativa, la comunicación ambiental y la comunicación interna” (Van, 2018, p.148). Es decir, es un conjunto de diferentes áreas de las cuales una institución debe contar para cumplir con el fin de velar como apóstol de la empresa.

Adicionalmente al hablar de un equipo conformado por personas con diversos conocimientos y capacidades que se rigen a los códigos deontológicos de la empresa. Chamba, Higuerey y Pardo (2018) expresan que “se hace indispensable establecer canales de comunicación; sin embargo, las organizaciones poseen sus propias características, según su naturaleza, tamaño, estructura, objetivos empresariales y sociales” (259). Al respecto, estos autores manifiestan que el estilo de trabajo puede cambiar de acuerdo al tipo de institución, pero la esencia que conforma a cada uno de los integrantes es la misma todos realizando un trabajo complementario más que independiente.

Si una institución se preocupa por la imagen de la misma debe confiar en estas capacidades y buscar en esta área la solución, además “debe plantearse la elaboración de un proyecto en el que se determinen las líneas de acción y objetivos a lograr, con el fin de conocer y establecer su identidad, cómo gestionarla y comunicarla” (Pasquel, Báez, Pauker y Apolo, 2016, p.5).

Este trabajo solamente es realizado por el equipo de comunicación institucional, es esencial considerar a la comunicación institucional, puesto que es la solución a problemas como no conocer en qué trabaja la institución, tener una empresa sin identidad la corporativa una empresa desorganizada hace de ella un lugar necesitado de la comunicación.

### 2.2.1 Funciones del comunicador institucional

Si de cambio se habla la comunicación institucional mayormente debe ir de la mano con las actualizaciones que se dan en el medio y por ende en el perfil del comunicador.

Para identificar su trabajo se destaca su perfil profesional aplicado en dos tipos de instituciones la privada y la pública donde se requiere a un profesional en comunicación con determinadas habilidades para ello, “es necesaria una constante actualización en el sentido del abrupto desarrollo de las TICs, donde si bien el comunicador técnico requiere un dominio eficiente y creativo de las diversas e innovadoras herramientas digitales” (López, 2017, p.11) de esta manera el comunicador puede adaptarse sin ningún problema al área laboral.

Sobre las relaciones públicas, Sánchez (2017) argumenta que “están encaminadas en dilucidar si se lograron los impactos y efectos en los públicos, a fin de asegurar un entorno dialogante, fortalecido y legitimado por comportamientos positivos entre los diferentes *stakeholders* que rodean a la organización”(p.122). Es decir, las relaciones públicas no solo son un proceso de investigación, es más dan apertura a la unión con la comunicación institucional, estas se encargan de la investigar, accionar, ejecutar y evaluar para observar un trabajo más estructurado y definido, por lo tanto, en las instituciones privada y públicas el trabajo es realizado según el derivado que se le asigna, manifestando al comunicador como el precursor de la resolución y evaluación de los problemas existentes.

Destacando las habilidades que enmarcan al comunicador se encuentra el “dominio de la expresión oral y escrita, ejercicio ético de la profesión, interrelación con la sociedad, conocimiento del contexto, pensamiento crítico y analítico, manejo de medios e información, dominio tecnológico, cultura general y creatividad” (Barrero y Palacios, 2015, p.203).

Estas cualidades y capacidades complementan el perfil del comunicador en la actualidad, dentro de dominio tecnológico y por la necesidad de adaptación se debe conocer la diagramación, diseño y edición tanto de fotografías como de video; cabe recalcar que un comunicador no reemplaza al diseñador, pero la necesidad debe hacer del comunicador un idealista y diseñador.

### 2.2.2 Relación de comunicación institucional y relaciones públicas

La necesidad del hombre para mantenerse comunicado con los otros seres humanos hizo que la historia misma de la comunicación se vaya adaptando con el transcurso del tiempo, es por eso que el origen de las relaciones públicas se remontan a los comienzos de la civilización y vemos cómo se ha ido transformando con el pasar de los años, fue así como 59 A.C. Julio César enviaba reportes de sus logros victoriosos de batallas, llamándola *Acta diurna*. En 1990 Brian Solís predice que el internet va a cambiar a las relaciones públicas acuñando el término 2.0. “La aparición de las herramientas social media, brinda una oportunidad para que las agencias recuperen aquello que da relevancia de su trabajo: el trato con el público” (Solís, 2009, p.1). A lo que refiere la cita anteriormente mencionada, es que, a partir de la aparición de las denominadas herramientas social media, las relaciones públicas tienen la oportunidad de mejorar esa comunicación directa con el público y de paso dándole un plus a la comunicación institucional.

A esto se suma el constante avance en las tecnologías de la información y comunicación, en la actualidad existe la inmediatez término usado para referirse a la búsqueda de la información a través del internet, donde con tan solo un *clic* se consigue la información que se buscaba.

Al igual que la tecnología, la comunicación institucional y los públicos han ido cambiando, donde antes se concentraban en escribir para la prensa escrita, para la televisión o para la radio, hoy se ve la necesidad de llegar al nuevo público que está en las redes social o navegando por el internet, pensándolo bien el único cambio al que se expone este trabajo es el medio por el cual se transmite la información, es decir se va adaptando los resultados del trabajo del comunicador institucional a las nuevas plataformas, para realizar eso se necesita un proceso tecnológico, conocimiento y capacidades que se deben desempeñar. Al respecto, autores como Lucas (2015) mencionan lo siguiente:

(...) en las dos últimas décadas se ha hablado del cambio generalizado hacia un nuevo tipo de estructura social postindustrial, la Sociedad de la Información (o informacional). Se considera que en ella el principio productivo y reproductivo básico es la información (datos organizados, refinados en conocimiento) es ahora nuestro "recurso crucial", sobre el que debemos dirigir nuestra reflexión; esto nos permitirá señalar algunas vías centrales por donde va a discurrir la sociedad del futuro (p. 19).

Un ejemplo para justificar a la sociedad del futuro como lo denomina el autor es, cuando al salir a la calle céntrica de una ciudad, se puede encontrar con una multitud de personas hablando solas con un monitor que llevan en su mano o simplemente con auriculares, ir sin un teléfono móvil auestas es ahora para muchas personas algo impensable y todo ello tiene que ver con las posibilidades de comunicativas de las nuevas tecnologías.

Detallando un escenario que es muy frecuente en este tiempo, se explica que todas las formas de comunicación y transmisión de información tienen un plus conocido como la tecnología, y si se habla de comunicación institucional da apertura para conocer las diferentes plataformas a las cuales en la actualidad debe ir dirigido el trabajo de comunicador en esta área laboral.

Se habla de una comunicación que trasciende fronteras en cuestión de segundos, Márquez, García y Mejía (2017) establecen que “esta comunicación de carácter institucional realizada por una organización tiene el objetivo de establecer relaciones entre sus distintos públicos, no solo con motivos publicitarios y comerciales, sino con la intención de crear una credibilidad y confianza” (p.590). Y es como dicen los autores la comunicación institucional va más allá de informar, esta cuida y vela por la institución tanto interna como externamente.

El uso del dispositivo móvil ya no solo es frecuente en las personas adulta incluso es preciso ver a niños que desde los cinco años tienen acceso a estos dispositivos y más aún con facilidad de internet, siendo los mismos padres responsable de este hecho, por ello hasta la misma publicidad que navega por internet debe cambiar adaptar imágenes, formas, colores y preferencias para los distintos públicos, eso con referencia al público externo de una empresa, pero con el interno existen los denominados grupos de chat o la famosa base de datos donde todos tienen acceso a algún determinada información, historias o reglas de la cual forma parte ese establecimiento.

Estos y muchos otros ejemplos son los que forman parte del contexto en área de trabajo del comunicador institucional, pero la incógnita está en saber cómo llegar a todo ese público, para ellos es de mera importancia tener el conocimiento tecnológico, saber usar páginas de web, ser administrador de redes sociales, compartir crear contenido audiovisual, lo cual no es muy fácil aprender para una persona que no sabe, aunque todo es cuestión de práctica.

Lucas (2015) advierte que “los cambios muy recientes, debidos a la explosiva e intensa extensión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, han hecho necesario ir planteando la necesidad de un nuevo modelo” (p.20).



En esta cita hace referencia a la importancia de un modelo a seguir para el aprendizaje; es decir, es necesario formarse para el desarrollo de distintos campos tecnológicos desconocidos a los cuales el profesional en relaciones públicas debe adaptarse. Para Costa y Fontela (2016), “las investigaciones en relaciones con los públicos también van a remolque de la realidad y de los cambios que se suceden” (p.238). Actualmente, el entorno en que el comunicador institucional debe desempeñar sus habilidades es mucho más amplio, comenzando desde el manejo de programas de edición de video, audio, fotografía, diseño gráfico, a más de eso la gestión de páginas web, creación de contenido donde en un minuto se diga todo el mensaje que se desea transmitir, además de eso debe cuidar la imagen de la empresa, diseñar y rediseñar logos, realizar campañas que fortalezcan y unan en confraternidad a los empleados, crear vínculos entre directos y empleados, son algunas de las cualidades que debe cumplir actualmente este profesional, yendo así de la mano con las palabras de autores en la cita mencionada, donde verifican que estas deben irse adaptando con el transcurso del tiempo.

En cuanto a la formación y el desarrollo en la innovación es necesario que “las personas se formen elaborando y ejecutando proyectos relevantes para resolver problemas del contexto” (Vázquez, J. M., Hernández, Vázquez, J., Juárez y Guzmán, 2016, p.340). Para un mejor desempeño laboral los autores establecen que los profesionales deben estar en constante preparación, desarrollando proyecto y esto solo se da de la mano con la tecnología e innovación, destacando el aporte que realiza el comunicador institucional.

### **2.3. Perfil Profesional**

Un profesional siempre debe tener conocimiento que antes de elegir una carrera profesional si sus aptitudes están acorde a la labor en la que quiere desempeñar para ello deberá acudir al perfil profesional, el cuál le ayudará a definir sus aptitudes y conocer en qué ramas le hace falta adquirir conocimiento. “El término de perfil profesional suele hacer referencia tanto al producto de una experiencia educativa como a las características que posee un sujeto” (Moreno y Marcaccio, 2014, p.130).

Los autores de este artículo hablan del perfil profesional haciendo referencia a dos características que van de la mano como son:

- La experiencia educativa dada lo largo de los años que se va adaptando según el gusto del sujeto.

- Las características de sujeto a las cuales se las denomina como aptitudes, porque no se le puede exigir a una persona hacer algo que no está presto a realizar.

Por ello, se denomina al perfil profesional como las características que definen al capacitado para desempeñar dicho cargo, específicamente como un “conjunto de capacidades y competencias que identifican los conocimientos y habilidades específicas de un informador para desempeñar las responsabilidades propias de su profesión o de una tarea concreta” (Sánchez, Campos y Berrocal, 2015, p.196). Son esas capacidades las que ayudan al profesional a destacar en su cargo laboral, no se puede ser profesional si una persona no tiene los conocimientos y capacidades determinadas según su malla curricular.

### **2.3.1 Competencias digitales en el siglo XXI**

Actualmente las nuevas generaciones hacen que los profesionales se destaquen en otras áreas de aprendizaje para adaptarse a las nuevas plataformas de comunicación y a lo demanda el mercado. Según Soler, Sora, Freixa e Ignasi (2016), “el área de la comunicación y la documentación ha aportado nuevas especificidades que permiten completar la centralidad del especialista en comunicación interactiva en el universo de la comunicación digital” (p.199). Nuevamente se analiza el concepto del perfil profesional, solo basta con ver este pequeño ejemplo que plantean los autores para saber que cada vez aparecen más profesiones que tienen afinidad con la comunicación, las cuales se van acoplando a lo largo de las transformaciones tecnológicas todo gracias al medio por el cual la información es transmitida, específicamente la carrera de comunicación es a larga la carrera del futuro. Tal y como escriben Altamirano, Marín y Ordoñez (2018), “los medios permiten la creación de comunidades digitales en las que se establecen relaciones entre individuos con intereses afines” (p.635). El problema al cual se ve expuesto el comunicador en territorio es la falta de conocimientos técnicos que mejoren su perfil profesional; es decir, se observa un limitado uso de diversas herramientas tecnológicas o la adscripción a redes interdisciplinarias. Azar (2017) considera que “como comunicadores debemos adaptarnos a las nuevas condiciones culturales, tomando conciencia del hecho de que, si bien los medios de comunicación nacen de la sociedad, también es cierto que la sociedad es como es por los medios de comunicación circulantes” (p.28).

De tal forma que las comunidades digitales o nativos digitales deben estar informados acorde al consumo digitalizado actual.

Debido a este cambio los profesionales en comunicación deben estar preparados de acuerdo a las exigencias de estas nuevas comunidades, resultado de esta situación la aparición las nuevas carreras profesionales ofertadas y la competencia profesional.

### **2.3.2 Perfil profesional del comunicador institucional**

En esta época definir el perfil de comunicador tiene distintos parámetros del cual es dependiente, uno de esos parámetros es la tecnología. En una era donde el *internet* y los aparatos tecnológicos están al alcance de todos es necesario tener conocimiento de su uso y cómo hacer comunicación con estos, ya que las tecnologías de información y comunicación están inmersas en diario vivir del comunicador, este, ha tenido que ir adaptándose a estos cambios, mejorando y adoptando nuevas características que están siendo presentes en su perfil profesional para ello necesita la investigación de estas características necesarias para el profesional en comunicación todo esto porque “es la era de la comunicación en la que nos encontramos, la Sociedad de la Información está integrada por autopistas, redes telemáticas, nuevas tecnologías, Internet, en los que la información es un valioso producto y su eje es la comunicación” (Baranda, 2015, p.146). Así mismo, viendo estas cualidades que están presentes en el perfil del comunicador institucional, se trata de dar buscar la información que forme parte de este resultado.

(...) la inmediatez de la comunicación y la innovación del pensamiento estratégico sustentable (...) determina al Comunicador Estratega de la visión compartida, como un planificador de los intangibles sociales, organizacionales/ institucionales, (...) definiéndose como un emprendedor persuasivo, prospectivista, consultor social, gestor de medios de comunicación y NTIC, estrategia de la sensibilidad social y proyectista social. (Vásquez, 2017, p. 80-81).

Para definir el perfil de comunicador institucional en la cita anterior se basa en que debe tener cinco aptitudes las cuales están relacionadas de esta manera; en la característica del el emprendedor persuasivo se lo relaciona con la creatividad de ideas, capacidad de liderazgo, trabajo cooperativo y debe saber evaluar el desarrollo de programas empresariales.

Para la característica de ser prospectivo este debe tener facilidad para la investigación, acción y ejecución de plan comunicacional; para identificar a un consultor social se lo relaciona con la capacidad de saber solucionar y evaluar los problemas existentes tanto interna como externamente, debe ser un estratega y proyectista con respecto a la sociedad. Esto se lo relaciona con la capacidad para tratar con las personas, debe saber identificar la necesidades de los clientes o usuarios para entregar productos comunicacionales que generen satisfacción en los mismos.

La característica de gestor de medios de comunicación y nuevas tecnologías de la comunicación (NTIC), el comunicador debe tener conocimiento en el manejo de cámaras de fotografía y video, además dentro de la práctica debe conocer los planos al usar una cámara para generar productos comunicacionales profesionales. Sin dejar de lado el manejo de programas de edición, diagramación, edición de fotografía, edición de audio, edición de video y efectos especiales, refiriéndose al estudio de lo digital, Yamil, Furiati y Moreno (2018) escriben lo siguiente:

(...) la consolidación del profesional para las comunicaciones integradas u organizacional es mayoritariamente diseñada en programas de cuarto nivel, en el que se instruyen en competencias de la gestión... así como de las modalidades de mediación... realizando su valor estratégico para la consolidación de una gestión viable, eficiente y sostenible. (p. 27)

Esto confirma lo anteriormente mencionado, de acuerdo a uso de la digitalización dentro del perfil del comunicador, poniendo en el plano de tener conocimiento de todo tipo de instrumento con el que se pueda realizar comunicación y dejando claro que tanto el comunicador como la tecnología siempre van a trabajar en conjunto.

Al tener a la mano cada uno de estos implementos denominados TIC se crean nuevos medios por los cuales la información es transmitida, por ejemplo páginas web, canales de *Youtube*, páginas de *Facebook*, *Twitter* e incluso en *instagram*, todas son plataformas y medios que actualmente se usan para el desarrollo de la comunicación, pero esto no quiere decir que al existir varias plataformas los medios tradicionales de comunicación como televisión, radio y prensa escrita hayan dejado de estar como primordial para el desarrollo de la confiabilidad de la institución.

Por ello “la comunicación organizacional se encarga de realizar la gestión comunicativa de manera estructurada, forjando la creación de un feedback, entre la institución, ONG, o empresa y el público al cual quiere llegar” (Rivadeneira y Montoya, 2017, p.65).

Es de esta retroalimentación con los medios tradicionales donde la comunicación organizacional o institucional hace cumplimiento total de lo requerido como trabajo es su área, tanto para la empresa como para los dueños es retribuyente la comunicación institucional porque el comunicador cumple tarea transmitir información mediante el uso de las redes sociales pero los medios tradicionales, la redacción y la publicación forman como parte fundamental de la imagen de la empresa.

#### **2.4. Institución pública**

Por décadas, la empresa pública y su personal, es identificado por no tener una eficiencia certera, siempre ha sido valorada bajo el concepto de pertenecer al Estado y por ello no cuenta con todas las posibilidades para expandirse, sin embargo, el estereotipo ubicado para las personas que trabajan en una institución pública suele imponer sobre las capacidades de estos. “Estas actúan como mecanismos reguladores de acciones en el desarrollo social cotidiano de todo territorio, sea nación, estado o municipio” (Cárdenas, 2017, p.58).

Si bien las instituciones públicas regulan las acciones de desarrollo social porqué es tan criticada en la comunicación, existen dos tipos de críticas que se escuchan entre las personas, la primera que son instituciones donde existe el desfaldo de dinero atacando directamente a la institución y la segunda es la mala atención con los ciudadanos, hasta qué punto llegaría el concepto de “resguardar el desarrollo social” si la institución pública no es cuidada por un departamento de comunicación institucional que sea profesional, porque no es lo mismo cuidar la imagen de un representante que la imagen de la institución. Según Valdez (2015):

(...) al rol bidireccional racional, dimensión que también forma parte de la función comunicacional, se le está considerando como el conjunto de acciones programáticas de comunicación en el que se recurre a las técnicas de las ciencias sociales no para persuadir sino para lograr el entendimiento mutuo organización-públicos (p. 64).

Para un comunicador institucional lo primordial a evaluar en su trabajo es el entendimiento tal como lo ya mencionado en la cita, debido a este hecho se lo denomina un trabajo interno externo, pero será esta la realidad que se vive en la ciudad de Machala, una “cultura de entendimiento mutuo” o solo lo que en este caso las instituciones quieren dar a conocer a los machaleños.

Dentro de este marco de análisis entra mucho lo que tiene que ver comunicación interna como comunicación externa, porque al ser una institución pública debe existir un respeto mutuo, cosa que en algunas instituciones públicas de la ciudad de Machala no existe, comenzando desde el trato entre compañeros de trabajo, hasta el trato de los empleados con las personas que acuden a la institución, en este contexto radica el trabajo del comunicador institucional, porque en no cuidar solamente la imagen de sus representantes temporales, es más, debe cuidar a sus ciudadanos y a la institución.

## **2.5. Institución privada**

Las instituciones privadas son las que no le pertenecen al estado, por ende, tienen un dueño, quien, con la generación de la marca, productos o servicios y produce empleos y nuevas oportunidades para la sociedad, “la empresa privada se convierte en el principal socio estratégico de la sociedad y el Gobierno para construir la paz” (González, 2016, p.87). Expresando estos ideales la empresa privada genera empleo y oportunidades en especial, en lo local, donde las personas no tienen espacios para su desempeño en las entidades estatales, convirtiéndose en el factor facilitador de oportunidades las cuales no son dadas en su totalidad a las personas. La clave para que una institución privada se mantenga es la estabilidad económica, inversión en la tecnología y la competitividad que esta tenga con otras empresas que se dedican a lo mismo, esta competitividad hace que una institución privada se identifique como estable. A criterio de Camacho (2015), “destacando esencialmente el de su persistencia frente a la competitividad. Esta competitividad ha implicado establecerse más allá de su estricta lógica de generación de riqueza y empleo, a efecto de reorientar su rol en agentes de cambio y desarrollo” (p.9). Además de generar empleo, en la cita anterior se mencionan los agentes de cambio y desarrollo como el objetivo final de una institución privada, convirtiéndolo en el medio donde existen variables de cambio constante, debido a la influencia de la tecnología y la innovación.

Teniendo una nueva visión de lo que en sus inicios se encargaba, Gonzalez (2015) argumenta que “innovar consiste en generar conocimiento, y algunas veces, nuevas tecnologías que pueden ser aplicadas a productos, procesos de producción y gestión” (p.112). Mostrando un plano diferente a la satisfacción de las necesidades de las personas más que solo generar riquezas y empleo. Es decir crea nuevos productos y prácticas que en sus empleados hace sentir satisfacción de pertenecer y entablar conocimientos acordes al desempeño de la institución privada.

## **2.6. Teorías de la comunicación**

Basar una investigación teóricamente hace que esta vuelva más formal y que el sentido científico forme parte de la misma, teóricamente esta investigación ha sido basada en tres teorías de la comunicación donde destacan autores como Mcluhan (1996),

De Kerchove (1999) y Scolari (2008).

### **2.6.1 Determinismo tecnológico**

El padre de esta teoría de la comunicación es Thorstein Veblen (s.f.) en el siglo XX aunque a partir de sus análisis se destaca los pensamientos plasmados en la obra de *Comprender los medios de comunicación* del autor Marshall Mcluhan (1996) quien afirma que los medios son extensiones de los sentidos así plantea que la radio es una extensión del oído, que el coche es una extensión de las piernas y el ordenador es una extensión del cerebro. A partir de este pensamiento Mcluhan se conecta directamente con la aparición del internet.

### **2.6.2 La piel de la cultura**

A partir de los estudios de Mcluhan (1996), Derrick de Kerckhove (1999) menciona conceptos relacionados con la tecnología aduciendo a la influencia que esta tiene con el ser humano, "la tecno-psicología es el estudio de los estados psicológicos de las personas sometidas a la influencia de las innovaciones tecnológicas. La tecno-psicología podría abarcar todo aquello que tienen de relevante las extensiones tecnológicas de nuestras facultades físicas" (De

Kerckhve, 1999, p.32). Dentro de esta explicación, De Kerckhve (1999) ya menciona a la competencia digital como parte de las facultades físicas de las personas, en este caso de los profesionales en comunicación.

### **2.6.3 Hipermediaciones**

Frente a este contexto de innovación y cambio respecto a las competencias digitales de los comunicadores, Scolari (2008) con pensamientos a otros autores y aportaciones propias, menciona una tabla donde muestra la convergencia mediática. Dentro de esta tabla hace aportaciones a los nuevos profesionales en torno a la tecnología.



Tabla 3

*Convergencia mediática*

Dimensión	Características
Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fusión de empresas complementarias.</li> <li>• Diversificación mediática/multiplicación de medios dentro de un mismo grupo de comunicación.</li> <li>• Las nuevas plataformas en línea obligan a revisar los modelos de articulación entre los medios.</li> <li>• Conformación de nuevos sectores de la economía (multimedia interactivo, infocomunicaciones).</li> </ul>
Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitalización de los procesos de edición, producción y difusión con los cambios consiguientes en las rutinas productivas y procesos de producción cultural.</li> <li>• Transformación de las tareas dentro de los medios.</li> <li>• Difusión de nuevas formas de hacer y difundir la información (diarios electrónicos, blogs, wikis, etc.).</li> <li>• Adopción de sistemas de gestión de contenidos multimedia (XML).</li> <li>• Proliferación de nuevos dispositivos receptores digitales (DVD portátiles, vídeo, <i>iPods</i>, teléfonos móviles, etc.).</li> </ul>
Profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas figuras profesionales (<i>interaction designer</i>, gestor de contenidos, etc.).</li> <li>• Desaparición de figuras tradicionales (fotomecánico, corrector, etc.).</li> <li>• Nuevos perfiles (periodista multitarea, periodista multiplataforma).</li> <li>• Verticalización (el comunicador asume más responsabilidad y protagonismo en el proceso de producción informativa).</li> </ul>
Comunicativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nacimiento de una nueva retórica multimedia (convergencia retórica).</li> <li>• Expansión de algunos lenguajes y medios (infografía).</li> <li>• Convergencia de servicios (una misma información se distribuye por diversos canales).</li> </ul>

Fuente: (Scolari, 2008)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Según estas aportaciones la relevancia de la convergencia mediática es el sentido al atribuir el hecho de mencionar al comunicador multiplataforma, es algo que en la actualidad se observa muy a menudo ya que el comunicador ha tenido que adaptar sus conocimientos para impartirlos por distintos medios de acuerdo a la nueva cultura multimedia en la que vive.

## **CAPÍTULO III**

### ***PROCESO METODOLÓGICO***

#### **3.1 Metodología cualitativa**

El análisis a realizarse consta de la comprobación, observación y deducción de la importancia de la tecnología en el perfil del comunicador. De esta manera, la mejor opción de metodología a usarse corresponde a la metodología cualitativa, la cual se encarga de analizar cualidades que corresponden al contexto y a la realidad socio-humana de hechos sociales.

“La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones” (Martínez, 2006); es decir, la investigación cualitativa analiza el comportamiento y las capacidades de las variables. Desde el principio de la construcción de la temática se relaciona con la metodología cualitativa ya que esta cumplía con las variables sociales que caracterizaban la naturaleza del estudio. De ahí se trató de seleccionar las técnicas de investigación más idóneas a fin de dar respuesta a los objetivos trazados (ver capítulo 4).

#### **3.2. Revisión bibliográfica**

Guirao, Olmedo y Ferrer (2008) afirman que “los artículos de revisión clásicamente consistían en revisiones narrativas o cualitativas, en las que, tras seleccionar un número determinado de artículos, se agrupan generalmente por el sentido de sus resultados” (p.5). Esta técnica de investigación ayuda al investigador a elegir los artículos que más referencia o similitud tienen con la temática que se ha consultado. Además de ello, permite tener una base de datos necesaria para las citas y la metodología que se usa. No obstante, es la manera más fácil y concreta de conocer a los autores que se eligió para citar en esta investigación, parcialmente permite analizar sus pensamientos más concretos, referente a sus artículos científicos, teniendo otra perspectiva de lo que el autor piensa. A continuación se indica la matriz utilizada para la revisión bibliográfica. En la siguiente matriz de desmontaje se sistematiza la información recolectada del análisis de los artículos científicos, adaptada según la investigación de Belcher.

Tabla 4.

*Matriz de desmontaje de artículos científicos*

Título de la Investigación	Indicadores del Problema	Objetivo de la Investigación	Metodología de la Investigación	Resultados relevantes	Conclusiones

Fuente: (Belcher, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

**3.3. Diseño documental**

Al plantear el diseño documental se refiere se refiere a un monitoreo de medios, lo cual se interpreta como el seguimiento de medios de comunicación, se aplica para ellos como fuente de búsqueda a *google news* referente a algún tema que tenga relevancia, donde se buscará en medio digitales a nivel nacional e internacional. Aceves (2004) deduce que el “análisis de contenido del comportamiento informativo de los medios se convirtió, de instrumento de investigación académica, mercadotécnica y de planificación institucional, en herramienta de vigilancia de la sociedad civil, en una práctica de la acción ciudadana: el monitoreo de medios” (p.93). Es en este punto se verifica el uso del monitoreo de medios como un instrumento de análisis de la información y en esta investigación es técnica es usada para constatar la actualidad o relevancia que tiene este tema de investigación, para ello se ha buscado en medios nacionales como internacional sobre la innovación, tecnología, comunicación y comunicadores. La matriz utilizada para el diseño documental corresponde a la propuesta de Vinueza.

Tabla 5

*Matriz de Diseño documental*

Tipo de medio	Nombre de medio	Título de noticia	Fecha de publicación	Tipo de género periodístico	Síntesis de la información

Fuente: (Vinueza, 2015)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

### 3.4. Estudio de caso

Para tener un panorama claro de la investigación, el estudio de caso fue una de las técnicas de investigación elegidas puesto que cumple con la función de identificar a la población y la muestra exacta a la cual se refiere en la temática, tomar en cuenta esta técnica de investigación es una de las primordiales en cuanto a investigación se trata.

“Consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa” (Martínez, 2006, p.168-169).

La población elegida sirve como ya se mencionó para delimitar el lugar de análisis con el único fin de aplicar el resto de técnicas de investigación y así describir el desempeño que tiene en este caso la tecnología en el perfil de comunicador es así como Álvarez y San Fabián (2012) describen que “el principal valor de un estudio de caso consiste en desvelar las relaciones entre una situación particular y su contexto” (p.3).

Las empresas elegidas para esta investigación han sido seis las cuáles se han dividido en dos partes tres que representan a la parte privada y las otras tres de parte pública.

Dada esta opinión las empresas elegidas son el lugar donde se llevará a cabo el resto técnicas para ello se han elegido la entrevista y la observación ya que son las más necesarias para analizar a la muestra en su contexto. La matriz aplicada al estudio de caso fue la siguiente:

Tabla 6

*Matriz de estudio de caso*

Nombre de la institución	Naturaleza jurídica (pública-privada)

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5. Entrevista

La entrevista es una de las técnicas donde el entrevistador o investigador es el encargado de obtener información adecuada o seleccionada del entrevistado con “el fluir natural, espontáneo y profundo de las vivencias y recuerdos de una persona mediante la presencia y estímulo de otra que investiga, quien logra, a través de esa descripción, captar toda la riqueza de sus diversos significados” (Fernández, 2001, p.15). De tal manera que este encuentro sea alentador y confiable para la parte entrevistada.

Al efectuar esta estrategia de investigación “debe incluirse: la guía de entrevista, la selección de informantes (entrevistados), las características del sitio, el proceso de verificación de la información, el sistema de codificación utilizado y las limitaciones de la investigación” (López y Deslauries, 2011, p.7).

En esta investigación se ha usado la guía de entrevista a través de una matriz de variables y segmentando las fuentes de información a fin de ayudar al investigador a clasificar al público elegido y así poder dar un resultado concreto y específico. La matriz aplicada es adaptada de la investigación de Valdivia presentada de la siguiente manera:

Tabla 7

#### *Matriz de entrevista*

Fuentes de información	Participantes	Objetivo de la entrevista	Planteamiento del problema a modo de pregunta	Síntesis de las respuestas.
------------------------	---------------	---------------------------	---	-----------------------------

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

A continuación, se expone el banco de preguntas dirigidas a cada fuente de información seleccionada.

Preguntas para comunicadores digitales y de nuevos medios:

- ¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?
- ¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación en investigación y tecnología relacionada a las ciencias de la comunicación?
- ¿Cree usted que la tecnología es un complemento para el perfil profesional del Comunicador?

- ¿Cuál es el aporte de la tecnología -a la comunicación y al periodismo?
- ¿Hacia dónde se encamina la comunicación en la actualidad?
- ¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología para el comunicador?
- ¿Por qué un comunicador tiene que saber de Alfabetización Digital?
- ¿Cómo avizora el escenario de la comunicación mundial en unos cinco años?
- ¿Es beneficioso la automatización de contenidos y la incorporación de tecnologías, como la inteligencia artificial, en comunicación?
- ¿Qué conocimientos, relacionados a la tecnología, debe saber un comunicador institucional en la actualidad?

Preguntas para profesionales especialistas en tecnología:

- ¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?
- ¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación en investigación y tecnología?
- ¿Cree usted que la tecnología es un complemento para cualquier perfil profesional en la actualidad?
- ¿Cuál es el aporte de la tecnología a la sociedad?
- ¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología en la sociedad actual?
- ¿Por qué es importante que cualquier ciudadano sepa de Alfabetización Digital?
- ¿Cómo avizora el escenario mundial en unos cinco años, en materia tecnológica?
- ¿Es beneficioso la automatización de procesos y la incorporación de tecnologías, como la inteligencia artificial, en el resto de profesiones?
- ¿Cuáles son los aportes de la tecnología para la construcción de una mejor realidad social?
- ¿Usted considera que la tecnología es transversal y un área interdisciplinar en cualquier ámbito?

Preguntas para docentes en Comunicación:

- ¿Cuál es el aporte de la tecnología para la formación profesional del comunicador?
- ¿Qué aconseja a sus estudiantes, referente a la formación en investigación y tecnología?

- Según la UNESCO, ¿qué habilidades tecnológicas debe tener el estudiante del siglo XXI?
- ¿Cree usted que las habilidades tecnológicas potencian el perfil académico de los futuros comunicadores?
- ¿Cuál es el aporte de la tecnología a la malla curricular de las ciencias de la comunicación o periodismo en su institución?
- ¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología para el estudiante-comunicador del siglo XXI?
- ¿Por qué es importante que los estudiantes de Comunicación sepan de Alfabetización Digital?
- ¿Usted considera que la tecnología es transversal y un área interdisciplinar en su pénsum de estudios?
- ¿Cómo direcciona el uso práctico y real de las tecnologías en sus estudiantes?
- ¿Usted ha investigado en temas relacionados a tecnologías y comunicación? Explique cómo.

Preguntas a comunicadores institucionales de empresas públicas y privadas:

- ¿Por qué la elección de trabajar en el área de comunicación institucional?
- ¿Tiene usted una constante preparación, mediante congresos o cursos que le ayuden a potenciar sus conocimientos?
- ¿Cómo es el trabajo que realiza? Coméntenos un poco sobre la labor que desempeña un comunicador institucional?
- ¿Ha tenido alguna dificultad en su área de trabajo, ya sea por falta de conocimiento o por falta de implementos?
- A lo largo del tiempo trabajando para esta institución ¿cuál ha sido su mejor experiencia y peor experiencia que recuerde? Coméntenos al respecto.
- Con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación ¿Cómo ha implementado este plus para la institución en la que trabaja?
- ¿Cuánto tiempo la institución cuenta con el departamento de comunicación institucional?
- ¿Cómo trabajaba la empresa cuando esta no tenía relaciones públicas?



- ¿Cree usted que el departamento de comunicación institucional cuenta con el personal y material tecnológico necesario para realizar su trabajo?
- ¿Qué implementos y conocimientos tecnológicos cree usted que se necesita para trabajar en esta área?

Preguntas a comunicadores en libre ejercicio profesional:

- ¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?
- ¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación, investigación y tecnología?
- ¿Cree usted que el perfil del comunicador social ha cambiado o cambiará con la tecnología?
- ¿Cuál es el aporte de la tecnología a la comunicación y al periodismo.

### 3.6. Observación

Se usa la técnica de observación siempre y cuando esta sea requerida dejando en claro que es una técnica cualitativa, ahora, en el momento de aplicar la observación, el investigador no puede solo ir con la idea sino debe tener una guía de los puntos a los que se vaya a observar, Martínez (2007) explica que:

(...) constituye un instrumento básico para producir descripciones de calidad (...) estas metodologías, implican que el observador tenga la capacidad de hacer extraño lo cotidiano, de ser aceptado por el grupo estudiado, de lo contrario la observación podría tener un sesgo en el momento de registrar los datos (p. 74 - 76).

Si el observador no cuenta con la guía necesaria de las variables a observar no tendría fundamento su análisis ahora en cuanto a la aceptación esta debe ser requerida con anterioridad para concordar con la confiabilidad que tiene su investigación, es decir que los datos o información observada son los necesarios y verídicos. La observación como la palabra lo dice es observar, constatar o verificar.

En investigación es una técnica que se aplica en área que se analizada en este caso los departamentos comunicación institucional de las empresas tomadas como muestra específicamente en su contexto, en palabras de Campos y Lule (2012) “es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica” (p.49). La siguiente matriz es adaptada de la investigación de Valdivia la cual es definida de la siguiente manera:

Tabla 8

*Matriz para la observación*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
--------------------	--------	-----------	---------------------

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

## CAPÍTULO IV

### *RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN*

#### **4.1 Discusiones y contrastación teórica de los resultados**

Según los resultados del análisis realizado tanto las entrevistas, análisis de caso, la observación, el desmontaje de artículos y la verificación de medios, ayudaron a premeditar referente a la importancia de la competencia digital en el perfil del comunicador, donde se pudo caracterizar que en la actualidad ha cambiado y mejorado.

Las variables escogidas para la realización de las preguntas en la investigación fueron conectadas directamente con la tecnología, la comunicación, los comunicadores y el perfil del comunicador. Se determinó que gracias a “las tecnologías de información y comunicación han aparecido distintas actividades dentro de la administración pública, la milicia, las empresas o el entretenimiento” (Karam, 2017, p.62). Se habla de un cambio no solo de la manera de hacer comunicación sino también, el perfil del comunicador, esto respecto al hecho de las nuevas capacidades multidigitales que el comunicador en la actualidad debe adquirir para desempeñar laboralmente, no se habla de que el perfil del comunicador cambie, sino de adaptarse. Los expertos en comunicación digital mencionaron que el comunicador en su perfil profesional debe adquirir nuevos conocimientos, puesto que en este mundo todo comunica desde el silencio hasta un mensaje escrito en las redes sociales.

Al comunicador le ha tocado adaptar sus conocimientos apoyándose en campos de otras profesiones por ejemplo el diseño gráfico e incluso la misma tecnología. En Ecuador aún no se cuenta con tecnología robótica en comunicación ya que únicamente se la puede encontrar en el área industrial, pero en actualidad la asociación de prensa del Reino Unido junto a la empresa de datos *Ubrs Media* han creado RADAR (Reporteros, datos y *robots*), iniciativa que permite contar historias para los medios de comunicación por medio de los datos adquiridos a través de la automatización de datos abiertos y el trabajo humano.

Además el diario *The Washington Post* trabaja con el robot *Heliograf* el que con inteligencia artificial cuenta noticias deportivas y de política desde el 2016. La alfabetización digital también se encuentra vinculada en las preguntas de análisis, donde los entrevistados, especialistas en comunicación digital y tecnología manifestaron que la sociedad debe estar en constante preparación de alfabetización digital.

Cabero y Ruíz (2018) concuerdan que “con su utilización se puede favorecer el alcanzar una educación de calidad y eliminar o disminuir con su incorporación las barreras que impiden el acercamiento de todas las personas a la educación, a la cultura y al mundo laboral” (p.20). En cuanto a este pensamiento se podría identificar que las personas se encuentran en un ambiente rodeado de tecnología y alguien que no esté presto a unificar estos procedimientos y conocimientos a su profesión no tendrá los recursos para estar conectado.

Las habilidades con las que se educa actualmente a los comunicadores en las universidades son destacadas por el uso de las TIC, implementando el nuevo modelo de comunicación el cual gracias a la investigación de Lucas (2006) debe tener:

(...) presente características tan diferentes como: 1. La sobreabundancia de información, que conlleva importancia del contenido y potencia ilimitada; 2. La frecuente existencia de muchos emisores diferentes, pero de uno a uno (Webs, Blogs, Wikis, etc.); 3. La mayor confusión entre emisor o receptor, con usuarios en entornos conectivos, no receptores; 4. Lo intentos de vuelta a la conversación, con instantaneidad y sin costes, más allá de la lejanía, considerando que el futuro es el mensaje (SMS); 5. La realidad de la comunicación no es secuencial (hipertexto). (p.29)

La comunicación y los procedimientos también entran en este punto transformación, recalcando una vez más que los comunicadores deben estar prestos a dar soluciones respecto a los productos digitales comunicativos que con el tiempo se están desarrollando, empezando desde la formación de los estudiantes para ello se tomó en cuenta a los docente en comunicación porque son ellos los encargados de formar nuevos comunicadores, quienes dicen que las personas se encuentran rodeados de tecnología y sería algo inaudito decir que en la actualidad se debe enseñar alejado de la tecnología. Para ello se implementa en el *pensum* académico asignaturas que van en torno al uso de las tecnologías de la información y comunicación como programas de edición tanto audio como video, diagramación, fotografía, el desarrollo y uso de páginas *web*.

La comunicación y las tecnologías no pueden ir separadas porque entre las dos se complementan, un solo ejemplo es ver cómo las masas se movilizan y se transmiten mensaje en cuestión de segundos. Para especificar su investigación en el ámbito institucional fue un reto ya que se esperó encontrar variables que la determinen única en su estudio pero al verla vinculada con otras ramas de la comunicación fue de se suma importancia unificarlas.

Al relacionar estas ramas de la comunicación se verificó que la comunicación institucional es la más completa puesto que vincula todos los conocimientos, destrezas y aptitudes que se plasman a lo largo del análisis. Las empresas que cuentan con departamento de comunicación institucional en la ciudad de Machala, tienen profesionales capacitados, pero algunas contratan a otras empresas para que ayuden con la capacitación o como medio para producir contenido digital, se deduce de esto que es por la falta de conocimiento de los comunicadores para desarrollar este tipo de productos digitales. Otra de las observaciones que se hizo dentro de las empresas es la falta de equipo en cuestión de aparatos tecnológicos donde se recalzó, tienen todos los equipo adecuados pero también mencionaron que al no contar con estos dentro de la institución, lo encargados de esta área tienen que hacer uso de sus celulares, gracias a esto pueden trabajar con tranquilidad aunque no descartaban la idea de que en sus departamentos de comunicación, se estaba trabajando para tener el material tecnológico completo.

Las tecnologías de la información y la comunicación no son un aporte solo para especialistas, también son de importante uso para los comunicadores de libre ejercicio profesional, quienes, gracias al uso de estas tecnologías, el manejo del *SEO*, la implementación redes sociales personales, comerciales y profesionales, le ha permitido trabajar y tener ingresos mayores a los que están acostumbrados.

Los comunicadores se convierten en creadores de contenido y cuando este contenido es profesionalizado con el uso de estas capacidades y herramientas tecnológicas se convierten en emprendedores de negocios, como es el caso de tres de los entrevistados que forman parte de la investigación, llegando al punto de volver una profesión a el hecho de tener su propio negocio o convertirse en *influencer* quien “es una persona con una amplia comunidad de seguidores que estiman la información suministrada por este con quien comparten intereses comunes” (Martínez y Gonzáles, 2018, p.236). Algo que pareció inaudito recalcar es el hecho del papel del comunicador, ya que este adquiere la información para luego venderla a sus seguidores por medio de sus redes sociales, en palabras de Carlos Luis Andrade entrevistado de la investigación quien denominó a los comunicadores como “comerciantes de contenido”. De esta manera, el comunicador no tendría que esperar adquirir un empleo en alguna empresa, porque cuando comience a entender que tiene oro (hablando metafóricamente) en sus conocimientos y capacidades tecnológicas, podría crear su propio trabajo, aportando que con la aparición de la tecnología para los comunicadores significa nuevas oportunidades de trabajo, el perfil del comunicador debe adaptarse a estas nuevas capacidades.

## 4.2. Resultados de las entrevistas realizadas

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las entrevistas a las diferentes fuentes de información seleccionadas. En la tabla 9 se mencionan los participantes de cada segmento y en las tablas consecutivas se analizan los resultados de los entrevistados.

Tabla 9.  
*Matriz de entrevistas*

Fuentes de información	Participantes	Objetivo de la entrevista	Planteamiento del problema a modo de pregunta	Síntesis de las respuestas
Comunicadores digitales y de nuevos medios	Cristhian Espinoza Francisco Albarello Miguel Loor	Identificar las cualidades del comunicador digital en los nuevos medios.	¿Por qué el comunicador debe tener preparación en comunicación digital?	Los entrevistados hablaron de en su mayoría de la importancia de tener presente la tecnología en la vida de las personas y le dieron importancia en que los profesionales deben tener conocimiento de ellas más que ser ilustrados.
Profesionales especializados en tecnología	Jennifer Célleri Iván Ramírez Henry Pineda	Exponer la importancia de la tecnología en la comunicación de la actualidad.	¿Cuáles son las particularidades de la tecnología que se encuentran dentro de la comunicación?	Los especialistas en tecnología entrevistados en general hablaron de las nuevas tecnologías y sus beneficios pero también mencionaron algunos malos efectos que esta ocasiona en la vida de las personas.
Comunicadores institucionales	Karen Andrade Alfredo Benítez Leonardo Salas Angie Espinoza Oswaldo Galarza Alberto Samaniego	Identificar las cualidades del perfil de comunicador en instituciones.	¿Cuáles son las capacidades del comunicador institucional en la actualidad?	Los comunicadores institucionales describieron a la tecnología como un aporte para su carrera, hablaron del trabajo que se realiza en cada uno de su departamento mencionando también aspectos positivos como aprendizajes y aspectos negativos al no estar preparados en cuestión de tecnología
Docentes de Comunicación	Eric Samson Patricia Nigro Santiago Tejedor	Caracterizar la importancia de la implementación de tecnología en la enseñanza de	¿Cómo implementan los docentes en la comunicación la tecnología en la formación de comunicadores?	Los docentes en comunicación comentaron referente al uso de las distintas tecnologías de la información y comunicación como herramientas de aprendizaje y estudio para sus estudios,

		futuros comunicadores.		acorde a la época actual en la que se vive.
Comunicadores en libre ejercicio profesional	Úrsula Stregech Adriana Rivera Carlos Luis Andrade	Describir el impacto de tecnología en las carreras independientes de comunicadores de libre ejercicio profesional.	¿De qué manera la tecnología ha influenciado en la carrera laboral de los comunicadores de libre ejercicio?	Para los comunicadores el uso de la tecnología fue descrito como un plus para sus carreras por ejemplo entre ellos hubo un presentador de televisión y mencionó la importancia de tener audiencia en las redes sociales, en cambio las otras mencionaron algo referente al emprendimiento y cómo la tecnología los ha hecho crecer.

---

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 10.  
Matriz de entrevistas a comunicadores digitales y de nuevos medios

	Lcdo. Cristhian Espinoza	Dr. Francisco Albarello	Mg. Miguel Loor
Preguntas	 <p>Director de Cobertura Digital, con 17 años en formar en comunicación en internet.</p>	 <p>Doctor en comunicación social, docente e investigador de tecnología, cultura, educación y modo de lectura de pantalla.</p>	 <p>Master de artes en digital media y profesor de Comunicación en la Universidad de San Francisco de Quito</p>
¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?	<p>La tecnología me ha permitido vivir en los últimos 17 años, empecé enseñar periodismo digital desde 2000 como una forma de cerrar la brecha que existe entre los periodistas respecto al conocimiento de cómo usar el internet como herramienta de trabajo y comunicación. En mi caso la tecnología forma parte de mi vida profesional.</p>	<p>Estoy centrado en el modo de la lectura de pantallas, hace poco escribí mi libro que se llama Lectura transmedia, leer conversar y escribir en el ecosistema de pantallas. La tecnología es una herramienta de uso que me permite investigar y trabajar, además de ser un objeto de estudio. Sobre todo entiendo que las tecnologías transforman nuestras formas de leer la información, compartir y comunicarnos en una razón dialógica en que nosotros damos a la tecnología.</p>	<p>Creo que es un recurso fundamental dentro de lo que realizo tanto en el acceso a información como también de generación de redes profesionales y académicas, creo que el poder acceder a todos estos dispositivos o el eco de tener una comprensión más amplia de cómo funciona internet en general me ha brindado muchas oportunidades para seguir desarrollando mi carrera profesional en cualquier ámbito como el periodístico y el académico que estoy marcando más claro el rumbo.</p>
¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación en investigación y tecnología relacionada a las ciencias de la comunicación?	<p>Los profesionales deben buscar una manera de autoformación porque la tecnología cambia muy rápido. La obligación como comunicadores es aprender a estar al día en las tendencias de cambios en el mundo y los cambios tecnológicos porque eso afecta netamente nuestra profesión.</p>	<p>La tecnología digital es algo que forma parte de nuestro entorno, es algo de lo que no nos podemos aislar. Los profesionales deben aprender a usar esas tecnologías no solamente para llevar adelante sus prácticas como producción y circulación de información de conocimiento o el acceso a las fuentes, sino que trate de reflexionar sobre lo que implica la importancia que le damos a la tecnología y las medidas en las que la tecnología está condicionando a las personas</p>	<p>La tecnología es una herramienta como cualquier otra, no creo que sea algo tan determinante en el trabajo, creo que hay que conservar formas más básicas de cómo se trabaja independientemente con cualquier profesión es decir tenemos más oportunidades con el uso de cualquier aplicación o bases de datos pero esto no afecta directamente la forma en cómo deberíamos relacionarnos con otras personas, siempre considero importante conservar valores éticos el conectarse de manera personal y humano con la gente con la que uno trabaja, para mi es un instrumento de</p>



¿Cree usted que la tecnología es un complemento para el perfil profesional del Comunicador?

Se da en los aspectos, la comunicación en su excelencia mantiene su base sobre lo que significa saber comunicar, redactar, ser estrategia, la manera de ir a las fuentes. Lo que sí cambia es el modo, hoy en día el comunicador no es el único que puede comunicar sino cualquier persona lo puede hacer, tenemos que adaptarnos y constantemente aprender a comunicar a través de nuevas plataformas, en este cambio la tecnología para el comunicador cambia y nosotros también debemos cambiar.

Sí está cambiando, así como está cambiando la sociedad, o sea esta tecnología como el uso de pantallas oblicuas conectadas a internet, los dispositivos móviles están dando una nueva forma de cómo comunicarnos y de estar en el mundo. En ese sentido el perfil del comunicador está cambiando, el que dice que no se encuentra equivocado porque se mantiene en el parámetro de la vieja escuela que cada vez tiene menos sentido. Cambian las formas de producir de hacer circular y adquirir información, de crear contenidos cada vez más disociados de un soporte particular por ejemplo los medios tradicionales como la televisión o la prensa gráfica, ahora cada vez se piensa en contenidos multiplataforma, supliendo una necesidad física del consumidor o lector.

escritura o de producción audiovisual. Recomiendo no dejarse deslumbrar por esas herramientas sino más bien en cómo las podemos incorporar a lógicas más convencionales.

Sí, es una de las profesiones que se a visto más afectada y no lo digo con una connotación negativa sino que a sido transformada o modificada porque ahora vemos herramientas que amplifican más los mensajes, hay que ser cuidadoso con qué comunicamos, cómo lo hacemos, a través de qué canales, creo también enfrentamos un escenario bastante complejo e incierto con las redes de comunicación no solamente las redes sociales sino también las maneras en cómo nos relacionamos, a nivel político a nivel global.

Creo que en ese sentido si ha afectado en saber repensar nuestro rol en saber que podemos ser actores claves de procesos sociales por ejemplo antes no se consideraba tan relevante el practicar una profesión en comunicación, por ejemplo, las relaciones públicas. Tiene un impacto nocivo en los hechos que ocurren en la política, prácticas abusivas de empresas con sus empleados o difundir información falsa, muchas veces acertada de ciertos eventos, además se ha hablado de la manipulación de la publicidad no creo en ese discurso, pero personalmente pienso que tiene un alcance mucho más masivo que la producción científica académica. Eso habla del impacto de la tecnología porque alimenta a los publicistas y creativos sobre cuáles son los temas de interés en redes sociales y al mismo tiempo sirve como un mecanismo de comercialización de estrategias comerciales digitales que están

¿Cuál es el aporte de la tecnología a la comunicación y al periodismo?

La tecnología está presente todos los días, la comunicación es más rápida a través de celulares y aplicaciones entonces existe una comunicación a través del móvil y las redes.

Creo que ha cambiado el modo de hacer periodismo al hablar del contexto tecnológico en el que nos movemos y el aporte en cuanto a la naturaleza de lo digital que es el acceso instantáneo facilitado de la información y producción de contenido, las herramientas que nos permiten realizarlas son cada vez más fáciles de entender e intuitivas no requieren de un aprendizaje mayor, lo cual por un lado es un beneficio pero por el otro implica desafíos importantes porque el profesional que quiera tener prestigio tendrá que usar esas habilidades pero agregando lo propio que es lo profesional demostrándolo por medio de prácticas que vayan acorde al periodismo como aportando calidad, verificando las fuentes cuidando la escritura, la continuidad de la historia que tenga un sentido profesional, en fin una serie de atributos que permitan diferenciar que la producción fue realizada por alguien profesional.

produciendo los nuevos mensajes.

En el caso del periodismo ha ayudado oportunidades como el repensar la importancia de trabajar los datos de manera contextual y la verificación de datos que surgen como tendencias o resurgiendo porque yo pienso que el periodismo de datos es tan antiguo como la profesión en sí misma es básicamente retomar valores profesionales que no han sido inculcados dentro de las aulas pero al mismo tiempo ha transformado el rol de ciertos profesionales en periodismo, hoy en día ya no creo que en ese sentido si ha afectado en saber repensar nuestro rol en saber que podemos ser actores claves de procesos sociales de que antes no se consideraba tan relevante el practicar una profesión en comunicación, por ejemplo las relaciones públicas tiene un impacto nocivo en los hechos que ocurren en la política, prácticas abusivas de empresas con sus empleados o difundir información falsa, muchas veces acertada de ciertos eventos, además se ha hablado de la manipulación de la publicidad no creo en ese discurso pero personalmente pienso que tiene un alcance mucho más masivo que la producción científica académica. Eso habla del impacto de la tecnología porque alimenta a los publicistas y creativos sobre cuáles son los temas de interés en redes sociales y al mismo tiempo sirve como un mecanismo de comercialización de estrategias comerciales digitales que están produciendo los nuevos mensajes hacen reportería desde la calle, desde la cercanía con la gente sino que es un periodismo de escritorio o hacer llamadas de tener estas herramientas para enlazar conectar e incluso para

¿Hacia dónde se encamina la comunicación en la actualidad?	Cada vez la comunicación es más personalizada y sujeta a diagnósticos en base a datos que nos permitan estudiar con mucha más precisión el impacto de nuestras facultades, pero también incluir en la generación de la comunidad.	La comunicación se encamina a encontrar desafíos entre lo profesional y lo empírico, esto que todas las personas podemos comunicar, pero la diferencia está en el cómo hacer comunicación. Además de una comunicación más personalizada en cuanto a la experiencia que nos permiten vivir ciertas aplicaciones, de acuerdo a nuestras preferencias o <i>likes</i> .	explorarlas como herramienta pero no es la única que se debe tener en consideración al hacer una investigación periodística o investigación académica.
¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología para el comunicador?	La autoafirmación es un desafío, ya que el comunicador tiene el desafío de estar adaptándose a los cambios y no quedarse estancado por tema, debe ser adaptable.	Los desafíos de los comunicadores se encuentran en no solamente conocer cómo transmitir el mensaje, sino en producir este mensaje con las herramientas tecnológicas, transmitirlo y tener una audiencia que se interese en lo que está comunicando.	Creo que estamos viviendo lo que se llama la comunicación multiplataformas y personalmente pienso que la comunicación podría es prostituida cuando se habla de noticias falsas en la <i>web</i> . Aunque espero que las empresas google aporten programas o leyes donde se restrinja la publicación de estas.  Creo que hay mucha desinformación y ruido dentro de los espacios a nivel digital y eso supone un desafío para cualquier persona que está en el ámbito de la comunicación, como periodistas, publicistas, relacionistas públicos, somos un grupo de profesionales que nos estamos dando cuenta el nivel de influencia que podemos tener sobre la esfera pública y es muy importante que lo podamos entender de manera crítica, es decir cuál es el impacto que generamos en las relaciones sociales, en lo político o la participación ciudadana. Para saber cómo nos comunicamos de manera ética y saber cómo nos alineamos frente a estos nuevos retos de estallidos de información.
¿Por qué un comunicador tiene que saber de Alfabetización Digital?	Porque si no sabe de alfabetización digital, el comunicador está fuera de procesos que hoy las audiencias forman parte, estamos ante una audiencia que pasa en las redes sociales y no en los medios tradicionales.	El concepto de alfabetización ha ido evolucionando con el tiempo, en la actualidad no alcanza con el concepto de alfabetización tradicional de lectoescritura, la alfabetización digital trata de las nuevas plataformas y el ecosistema en que vivimos. Creo que hay un aspecto de la alfabetización digital y es saber verificar, validar y comparar información, esa es una competencia básica que debe tener el comunicador, lo cual es un desafío porque implica	Porque vivimos en una era donde nos mueve la digitalización y si no estamos empapados o al menos un pequeño conocimientos, pues quedaríamos en nada.

conocer un poco de todo, como por ejemplo escritura, fotografía, como elaborar un video, un guión en fin una serie de competencias que antes quizás las desarrollaba una sola persona ahora las desarrolla el mismo profesional. Además de la alfabetización digital lo que yo sostengo es el concepto de *Scolari*, que implica a la alfabetización transmedia que implica reconocer todos los aprendizajes que tienen los usuarios o personas comunes adquiridos fuera del sistema académico, como capitalizar esas competencias y adaptarlas a la enseñanza o el aprendizaje.

¿Cómo avizora el escenario de la comunicación mundial en unos cinco años?

El 5g es lo que viene entonces las tecnologías van a ser veces mayores a las actuales y si en estos últimos 10 años la comunicación cambio tanto pues hasta ese entonces la comunicación va a cambiar mucho más, es decir vamos a estar más conectados ya no solo en nuestros móviles sino hasta en los aparatos que tenemos en los hogares con acceso a internet y por ende necesitamos profesionales que sepan usar estas nuevas tecnologías de la comunicación

En cinco años creo la comunicación estará más desarrollado lo que hoy se presencia como el desarrollo de la inteligencia artificial, con una presencia mayor de la minería de datos y la *big data* y todo lo que tenga que ver con la percepción de datos de la vida cotidiana o la posibilidad de la conmutación que tienen las computadoras que se van potenciando año a año. La personalización de la información será mucho más fuerte por ejemplo lo que ahora vemos con los algoritmos de *google*, *Facebook* y *Netflix* que nos devuelven una experiencia personalizada, eso va a ser cada vez más creciente. Como interfaces físicas de *hardware* tal vez aparezcan más dispositivos que tiendan a la personalización a la miniaturización y a la conectividad oblicua con redes de conexión más rápida sobre todo en las ciudades, creo que esto va a ir en línea de mayor acceso a la información lo que tiene la contracara de la infoxicación la cual ayuda a detectar rápidamente donde se presentan las noticias falsas separándola de la verídica. Casualmente están apareciendo unas iniciativas que vinculan el mundo de los

La comunicación cada vez más es mucho más rápida y con los avances tecnológicos es de esperarse que de aquí en cinco años se podrá avizorar un escenario donde hasta podamos tener llamadas por medio de hologramas. Ahora, dentro del periodismo pues lo que he observado ha mucho la presencia de las *fake news* yo me imagino un escenario donde ya existan esos programas que al instante puedan detectar una noticia falsa y así ahorrarle el trabajo al periodista. También me imagino a un periodista multiplataforma bueno esto es algo que se ve actualmente pero me lo imagino esto más saturado o escaso debido a la competencia profesional que pueda existir aunque pensaría también que la tecnología en el camino del periodista ha abierto y esta abriendo muchas maneras de trabajo.

algoritmos con el mundo del periodismo o las plataformas como Google que están generando para chequeo de las noticias falsas sobre todo en las campañas electorales, me parece que vamos hacia un perfeccionamiento de la inteligencia artificial y del tratamiento de datos que va a requerir un manejo de los profesionales cada vez más agudo con referentes en su profesión y para generar productos de calidad.

¿Es beneficioso la automatización de contenidos y la incorporación de tecnologías, como la inteligencia artificial, en comunicación?

Sí porque es lo que nos permite actualizar en información, lo negativo es que esta información puede ser manipulada pero eso forma parte de cualquier tecnología

Todas las tecnologías tienen partes beneficiosas y perjudiciales, creo que de acuerdo a la inteligencia artificial lo beneficioso es el tratamiento de grandes cantidades de información de forma rápida que permite hacer lecturas que el ser humano no puede hacer. Se podría hacer análisis con la información guardada en esa base, vinculada la tecnología con fines educativos es beneficiosa, el aspecto negativo es que hacer con esos datos o cómo los usas. es decir, cada vez perdemos más nuestra privacidad por los datos que compartimos en internet porque para vivir en este mundo uno necesita compartir información.

Como ya lo mencioné la tecnología es una herramienta como cualquier otra, no creo que sea algo tan determinante en el trabajo, creo que hay que conservar formas más básicas de cómo se trabaja independientemente con cualquier profesión, la inteligencia artificial y la tecnología como tal son un aporte que facilita la comunicación en todo los sentidos.

¿Qué conocimientos, relacionados a la tecnología, debe saber un comunicador institucional en la actualidad?

Debe aplicar lo que ya sabe el comunicador en sí como redacción pero ahora para nuevos medios como las redes sociales, debe aprender a manejar las nuevas aplicaciones sobre cómo implementar ese contenido.

Se debe pensar en un perfil flexible y adaptable con un conocimiento de la técnica, pero también lo que hay detrás de la técnica que es la tecnología. Pienso que debe tener los conocimientos básicos como escritura, fotografía, como elaborar un video, un guión en fin una serie de competencias que antes quizás las desarrollaba una sola persona ahora las desarrolla el mismo profesional.

Des principio me parece factible que el comunicador sepa los conceptos y tenga las capacidades básica de la comunicación, aunque pienso que básicamente el comunicador debe conocer la técnica del uso de las tecnologías y además la producción de productos multimedia.

Tabla 11  
Matriz de entrevista a profesionales especializados en tecnología

Preguntas	Mgs. Jennifer Céleri	Dr. Iván Ramírez	Lic. Henry Pineda
	 <p data-bbox="411 674 687 853">Docente de la Facultad de Ingeniería Civil. Coordinadora de la maestría en software en la Universidad Técnica de Machala.</p>	 <p data-bbox="746 674 1023 853">Docente de transferencia en tecnología en la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Técnica de Machala.</p>	 <p data-bbox="1090 674 1366 853">Publicista, Adobe Community Professional Máster en Internet y Multimedia.</p>
¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?	<p data-bbox="403 891 695 1406">Mi carrera justamente es de tecnología y todo lo que tenga que ver con los avances tecnológicos yo debo estar siempre al tanto para poder compartirlo con mis estudiantes de la carrera de ingeniería civil, nosotros analizamos las nuevas tendencias en tecnología que tengan que ver con la construcción, cada vez que podemos usar una tecnología dentro de la academia y de la profesión, pues debemos estar siempre al tanto de aquello.</p>	<p data-bbox="722 891 1046 1982">Si nosotros nos remontamos a los orígenes de nuestro trabajo investigativo, el internet era una herramienta que todavía estaba en desarrollo, no obstante el desarrollo del internet en los últimos años nos ha permitido dar pasos agigantado sobre todo para comunicarnos con otros colegas investigadores, acelerar los procesos de investigación por ejemplo en el desarrollo de algoritmos que logran predicción de proteínas y sustancia químicas y creo que el uso de las tecnologías y la aplicación ha resuelto una gran cantidad de interrogantes que en los últimos años parecía imposible resolverse únicamente por la búsqueda de la información. El combinar tecnologías como la informática, nanotecnología, robótica y las ciencias duras, permite obtener información muy valiosa, yo creo que han sido fundamentales y serán más aún en un futuro próximo las tecnologías exponenciales, aquellas que nos permitan vivir mucho mejor de lo que vivimos.</p>	<p data-bbox="1074 891 1398 1032">Es total porque te dice que camino debes tomar, es decir la tecnología te abre pasos y te dice claramente lo que debes y no debes hacer.</p>

¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación en investigación y tecnología?

Creo que las áreas de la investigación y la tecnología son necesarias en todas las carreras, incluso son ejes transversales de la educación no podemos decir que somos profesionales especializados sino no dominamos a tecnología e incluso participamos como investigadores por ejemplo en la docencia de la educación superior, estos ejes son principales dentro de la academia la investigación y como un eje transversal la tecnología. Como docentes tenemos la obligación no solo de conocer los temas de que están a la vanguardia sino tratar de aportar desde el lugar donde estemos trabajando, siempre considerar el hecho de que somos parte de una sociedad que avanza de manera muy rápida y que la tecnología nos está dejando siempre atrás de esta manera debemos estar en constante conocimiento y estudio para buscar aportes a la sociedad.

Los nuevos profesionales salen a un mundo que está en constante cambio, les puedo decir que nunca deben dejar de prepararse, nunca dejen de buscar los nuevos avances científicos y tecnológicos y sobre todo creo que nuevo profesional tienes que entender que el aprendizaje no termina nunca, es una actitud y una forma de vida. Entonces las tecnologías para los nuevos profesionales son fundamentales y recomendarles que estén siempre en esa forma de antena tecnológica, buscar hasta que encuentras algo que te sirve.

Los profesionales deben trabajar con google porque tiene muchos cursos y certificaciones que actualmente te ayudan en todo ámbito además trabajar de mano con la tecnología es sumamente emocionante porque aprendes cosas que parecen difíciles, pero se las hace fáciles e incluso puedes ganar dinero de ello. Por ejemplo, un docente puede ejercer su carrera, pero al mismo tiempo impartir tutoriales o clases online y cuando esté utilice el SEO de su parte puede incluso a comenzar a monetizar.

¿Cree usted que la tecnología es un complemento para cualquier perfil profesional en la actualidad?

Nosotros como seres humanos debemos adaptarnos a los cambios sino viviríamos en un mundo aparte por ejemplo el uso de las redes sociales, podemos vivir sin las redes sociales, sin embargo es una tendencia a nivel mundial que nos permite comunicarnos, lo mismo sucede en cualquier carrera por ejemplo en la de comunicación, se puede generar comunicación, se puede ser comunicador como lo están llevando actualmente de la tecnología, sin embargo no estaríamos a la par y las necesidades las nuevas generaciones. Si los estudiantes de

Sí, la tecnología en cualquier área profesional va a permitir optimizar los procesos, solo imagínate en la comunicación social como podrías hacer algo sin tecnología del mismo modo esta te acerca a la consecución de información de datos, hoy en día hay toda una ciencia que se llama *data analysis* con las cuales se han llegado a ganar elecciones, entendemos que la tecnología es un arma muy poderosa, en el área de las ingenierías, ciencias de la salud o en lo agropecuario, la tecnología tiene el potencial de optimizar reduciendo costos e incrementando rendimientos.

La tecnología en algunos casos es un complemento, pero en otros es obligatorio, pero sin tecnología no hacemos nada.

comunicación quieres ser profesionales de talla mundial, que dejarán una huella pues deben adaptarse y usar de manera adecuada la tecnología, obviamente la tecnología ha hecho que la comunicación se distorsione algunas noticias por hecho de las *fake news*, y que genere la búsqueda de información con pérdida de tiempo, mientras más información hay es más difícil encontrar la verídica porque todos desde las redes sociales nos creemos comunicadores, entonces eso de cierta manera es negativo sin embargo ustedes como aliados de la comunicación deben considerar que la tecnología es un aliado siempre y cuando lo utilicemos de manera correcta.

¿Cuál es el aporte de la tecnología a la sociedad?

Creo que lo más importante no es lo que hace la tecnología sino lo que nosotros hacemos con ella, así que a la sociedad le puede ser muy beneficioso la tecnología y todos sus avances en cuanto seamos capaces de lidiar con ella, de crear cultura tecnológica consciente en todos los problemas que puede incurrir estar inmerso en la tecnología, entonces yo creo que puede ser beneficioso siempre y cuando la aprovechemos para el beneficio propio y no para hacernos daño ni a nosotros ni a los demás.

¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología en la sociedad actual?

Como la tecnología está avanzando de tal manera tan acelerada y exponencial, tanto así que nosotros no alcanzamos muchas veces a entenderla y ya está saliendo alguna nueva tecnología en el mercado y queremos tenerla incluso, yo creo que el desafío más importante es que la tecnología plantea

Pues la tecnología pienso y da la facilidad de hacer cualquier cosa, pero el aporte y no sé si sea negativo es que está convirtiendo a sociedad en consumistas de la rapidez.

El aporte de la tecnología a la sociedad es total porque hay nuevos descubrimientos científicos, hay nuevos avances tecnológicos y hay una mejor calidad de vida.

Uno de los desafíos que es necesario que la sociedad empiece a comprender y reflexionar es que la tecnología puede alejarnos de la interacción humana, cada vez nos damos cuenta que con el uso del WhatsApp a nivel global se prefiere más una reunión por videoconferencia que cara a cara o que están en la mesa

Creo que cada vez ser mejores profesionales y personas, mentir menos porque la tecnología nos obliga a decir la verdad y básicamente creo que son estos dos aspectos.



a la sociedad poder estar a su nivel, poder avanzar con ella, entenderla, dominarla y utilizarla de manera correcta.

con la familia y las personas no están conectadas para conversar con sus familiares, sino que cada quien está más pendiente del uso de sus celulares o Tablet en las redes sociales. Creo que el desafío es que no permitamos que la tecnología haga que nos separemos más sino una herramienta para integrar, por otro lado existe el riesgo de la tecnología que es riesgo de la seguridad por ejemplo cuando los autos entran en pleno auge se supone que van a reducir la cantidad de accidentes porque va a ser una máquina la que conduce los vehículos pero supongamos que una persona maliciosa hackee este vehículo y utilice la máquina para atropellar a otra persona, entonces se habla de peligro que atentan en contra la vida de las personas. Creo que se debe trabajar en las políticas del uso, seguridad y el control que podemos tener sobre la tecnología para evitar que esta genere demasiada dependencia en nuestras actividades.

¿Por qué es importante que cualquier ciudadano sepa de alfabetización digital?

Actualmente necesitamos saber de tecnología porque se la utiliza para trámites, procesos, actividades que antes las hacíamos de manera cotidiana y que las seguimos haciendo de manera cotidiana pero antes la hacíamos sin el uso de la tecnología, ahora es imposible abrir cuentas en un banco, realizar transferencias o transacciones, sin tener un correo electrónico. Hay muchas actividades en las que necesariamente nos piden estar ligados a la tecnología por lo que es necesario que la alfabetización digital se vaya implementando de una manera mundial.

En pleno siglo XXI se está analizando un concepto que no solamente tiene que ver con alfabetización digital sino con lenguajes de programación, ya se está hablando de que para el 2035 quienes no conozcan estarían cayendo en analfabetismo y no se habla solamente de informático, se refiere a que cualquier profesional o no profesional debe conocer lenguajes de programación, creo que vale la pena que la ciudadanía sepa del uso de la tecnología ya no solo manejar correo electrónico o redes sociales, sino dar un paso más allá, en china la educación es enmarcada a la programación y aquí en algunas escuelas de la provincia y país a los niños se les enseña a programar, robótica y domótica pero hay

Porque estamos en un nuevo milenio donde la información abunda y por montones y si no sabemos de alfabetización digital pues nos estamos quedando atrás, eso ahora no es muy recomendable.

		<p>que generalizar mucho más eso. Además, que la competencia digital es una clave del desarrollo del país e incluso son claves para los trabajos del futuro.</p>	
<p>¿Cómo avizora el escenario mundial en unos cinco años, en materia tecnológica?</p>	<p>Está en auge la inteligencia artificial muchos sobre el aprendizaje en electrónico, la enseñanza a través de aplicaciones móviles, en todos los ámbitos estamos utilizando la tecnología y creo que de aquí en cinco años eso ya no será tendencia sino un hábito el que los grandes datos que tenemos en la actualidad gracias al uso de la tecnología pueden llegar a ser procesados y con ellos predecir ciertas actividades, generar grandes bases de información o datos, sino también utilizarlas de manera correcta, para beneficio de los usuarios yo creo que por ahí es la tendencia y espero que en unos cinco años también está reglamentado porque queramos o no la tecnología avanza rápidamente pero las leyes a pesar de que son regionales no abarca toda la tecnología que se vive a nivel mundial.</p>	<p>Las tecnologías crecen en una manera exponencial, de acuerdo con la ley de Moore donde dice que cada un año y ocho meses la tecnología exponencial se duplica en este caso la tecnología ya superó esta ley, es decir de aquí en unos cinco años la tecnología se va a duplicar en lo ya duplicado, por lo tanto se estaría hablando alrededor de ocho veces y para esto se puede hacer un análisis simple, hace 10 años nuestros celulares no tenían la capacidad y las características que tienen hoy imagínate en 10 años más</p>	<p>De aquí en unos cinco años yo veo la materia tecnológica muy cambiante, algunos temas son predecibles pero es un tema muy desafiante, por ejemplo Ecuador en cuanto tecnología mundial estamos atrasados 30 años por eso los profesionales en tecnología y bueno todos en sí deben estar al tanto de estos cambios tecnológicos y lamentablemente como aquí no tenemos referentes de tecnología tenemos que prepararnos en el exterior.</p>
<p>¿Es beneficioso la automatización de procesos y la incorporación de tecnologías, como la inteligencia artificial, en el resto de profesiones?</p>	<p>Ya existe muchos beneficios de la inteligencia artificial en otras áreas aparte de la informática, como por ejemplo en la agricultura, la veterinaria, medicina, ya se han hecho grandes avances incluso se puede detectar de manera temprana el cáncer de seno de manera artificial, se pudo generar un órgano humano a través de la inteligencia artificial, podemos predecir muchos sucesos incluso para combatir la delincuencia a través del reconocimiento facial posicionamiento.</p>	<p>Creo que es muy beneficioso en el sentido de que se puede optimizar, por ejemplo el error diagnóstico en medicina veterinaria o humana puede reducirse enormemente si se apoya en la tecnología, o sea no se trata de que la inteligencia artificial vaya a reemplazar a las profesiones humanas pero sí sea un coadyuvante para minimizar errores, reducir ineficiencias en cualquier profesión.</p>	<p>Sí además debe ser obligatorio porque prácticamente los procesos los va a interpretar una computadora y te va a facilitar la vida en todo su sentido.</p>

Todas estas tecnologías que incluyen inteligencia artificial está dando buenos resultados en distintas áreas no sólo como tecnología sino como una avance e innovación en distintas áreas académicas y de estudio.

¿Cuáles son los aportes de la tecnología para la construcción de una mejor realidad social?

Creo que en cuanto a la realidad social y todas las mejoras que necesita, la tecnología ha creado una nueva realidad social en la muchas personas tratan de huir pero no se puede huir de la realidad, por ejemplo hay quienes están alejados de las redes sociales, pero sin embargo estamos en un mundo que está completamente conectado y vivimos una revolución de comunicación donde todos queremos estar conectados 24/7, ahora todos somos autores de comunicación, todos requerimos de información en tiempo real, lo que hace que estemos viviendo un cambio bastante grande, considerando lo que sucedía hace 10 o 20 años atrás cuando existían redes sociales ni el avance tecnológico que estamos viviendo entonces más que el aporte a la realidad social es el cambio total de comportamiento en las personas y de reacción la cual es inmediata.

La sociedad se construye en base a tecnología, no necesariamente la tecnología actual, por ejemplo hace cuatrocientos años las tecnologías más adecuadas eran el transporte de agua para la limpieza, aseo o bebida y la sociedad creció alrededor de esa tecnología, si nos vamos hace unos 100 años la electricidad cambió por completo la forma en que vivíamos antes necesitábamos el fuego para poder tener luz, entonces las tecnologías en cualquier época de la historia humana han cambiado la forma de vivir de las personas. En la actualidad avizoramos tecnologías como la realidad virtual que pueden tener un efecto disruptivo en toda la forma de interacción humana, solo el uso de WhatsApp ya cambió por completo la forma de comunicarnos, ya ni se usa los *emojis* ahora se puede entablar una conversación solo *stickers*, nos estamos acostumbrándonos cada vez más a una sociedad del consumo de lo rápido.

Básicamente pienso que es el conocimiento y educación porque una ciudad bien educada en el conocimiento intelectual es una sociedad que progresa muchísimo, por ejemplo Dinamarca, Japón, Suecia y Suiza son países muy desarrollados en cuanto a tecnología y es a eso que debemos aspirar.

¿Usted considera que la tecnología es transversal y un área interdisciplinar en cualquier ámbito?

La tecnología sí que es una área transversal en todos los aspectos, pues si hablamos de la parte académica la utilizamos en la mayoría de los módulos que repartimos, en las distintas áreas y en fases de nuestras vidas estamos siempre involucrándonos con la tecnología, es interdisciplinaria porque podemos hacer tecnología en las distintas áreas, podemos trabajar gracias a

Sí definitivamente, no existe una sola actividad humana en la que la tecnología no tenga un rol importante, incluso hasta las mascotas tienen unos aparatos conectados que te permiten saber si el animalito tiene hambre o está cansado, incluso en los lugares donde tú piensas que la tecnología aún no llega pues está presente.

Pienso que no solamente es transversal, perpendicular, inclinada, realmente es todo para la sociedad y hablando de áreas profesionales creo que en algunas se desarrolla más como la medicina, la informática. En caso de la comunicación cambia cada seis meses, es decir comunicador que no está inmerso en el mundo de la tecnología está muerto, es un dinosaurio en cuanto a profesión.

la tecnología, siempre la vamos a tener incluida en el estudio, trabajo y diario vivir, creo que deberíamos aprovechar ese avance tecnológico, ustedes en la carrera de comunicación tienen mucho que hacer, la innovación ya no va usar tecnología sino por usarla de manera correcta, no es crear la tecnología sino mejorar lo que está hecho para beneficio de nosotros porque si nos dedicamos a crear más tecnología como muchos lo están haciendo regulamos lo que tenemos pues estamos llegando a una sociedad caótica que cree lo que ve en las redes, que informa mal, este se convierte en un desafío para los comunicadores. Con esa interdisciplinariedad que tiene la tecnología debemos aprovecharla, regularla y controlarla de alguna manera desde el área y lugar donde nos encontremos para mejorar y no destrozarnos la sociedad que tenemos.

---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12  
Matriz de entrevista a Comunicadores (Instituciones Privadas)

Preguntas	Lcda. Karen Andrade	Lcdo. Alfredo Benítez	Lcdo. Leonardo Salas
	 <p>Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, labora como Relacionista Pública y ejecutiva de cuentas en UPA Comunicaciones.</p>	 <p>Comunicador Social, encargado de las Relaciones Públicas en Corporación Palmar.</p>	 <p>Comunicador Social y productor de audio y televisión. Jefe del departamento de comunicación de Orense Sporting Club.</p>
¿Por qué la elección de trabajar en el área de comunicación institucional?	Yo escogí comunicación organizaciones específicamente en la universidad para especializarme en marketing y desde que me gradué comencé a trabajar en relaciones públicas. Mi primer trabajo fue en una agencia de relaciones públicas, me dedique prácticamente en el posicionamiento de marcas en medios de comunicación en la ciudad de Quito entonces mi elección por la carrera fue por mi pasión de crear contenido de valor y usar ese contenido en beneficio de las diferentes marcas que manejamos en la agencia que haga énfasis en las necesidades del consumidor. Siempre me gustó estar de mano con los medios, redactar contenido para marcas y medios de comunicación.	Porque me gusta la idea de crear y hacer sólidos los vínculos con nuestros diferentes públicos, es una gran satisfacción que conlleva un arduo trabajo.	Personalmente es una satisfacción trabajar en el área de la comunicación, porque me siento identificado con el aspecto de poder transmitir, generar y crear información para el público, en este caso el público deportivo que para mí es una rama bien bonita y amplia porque no solamente abarca deportes comunes, sino que va más allá. El llevar información deportiva, en lo personal y en lo profesional es algo que me gusta y me llena mucho
¿Tiene usted una constante preparación, mediante congresos o cursos que le ayuden a potenciar sus conocimientos?	Recientemente estuvimos una parte del equipo de UPA en el encuentro digital 1.0 dado en la ciudad de Guayaquil, es fundamental para los profesionales capacitarse más aún si estamos en el campo de la comunicación y el marketing que es un ámbito muy variable entonces todo el tiempo está cambiando y	Actualmente no, sin embargo, se está realizando un plan de capacitación para estos temas que son relevantes.	Cada dos meses estoy actualizándome en el manejo de redes sociales, haciendo talleres de comunicación, asistiendo a conferencias por lo menos en lo que es liga pro (deportes) se hacen capacitaciones una vez al mes para poder estar actualizado en lo que es el

todos deberíamos estar adaptándonos a las nuevas tecnologías a los nuevos medios de comunicación ahora ya no se emite la información de la manera en que se emitía antes, yo le di bastante importancia a la capacitación en mi carrera desde que estuve en la universidad, trate de estar en cursos, charlas, congresos, hice cursos de comunicación política, comunicación digital, marketing digital, así puedo decir que he tratado de irme capacitando en temas acordes a mi carrera.

deporte como tal.

¿Cómo es el trabajo que realiza?  
Coméntanos un poco sobre la labor que desempeña un comunicador institucional.

Manejo principalmente las relaciones públicas de UPA, dentro de eso realizo los boletines de prensa, los envío a los medios de comunicación, manejo los medios locales y nacionales, hago las giras de medios, contratar periodistas, realizar agendas, me encargo de la difusión y seguimiento de los boletines, de los clientes que están con nosotros algunos de ellos necesitan el servicio de relaciones públicas y me encargo de ayudarlos en ese sentido, adicionalmente estoy cumpliendo el cargo de ejecutiva de cuenta entonces manejo aparte los contenidos en redes sociales de nuestros clientes y estoy enfocada en contenidos

En resumen, lo que realiza un Comunicador Institucional es crear o generar estrategias comunicativas que ayuden a volver sólidos los vínculos o relaciones con los diferentes públicos que giran en torno a la misma.

En cuanto a la labor que desempeño dentro de Corporación Palmar...

Desde el año pasado, Palmar inició un *'rebranding'* con su imagen a través de UPA COMUNICACIONES y, a partir de ese momento, me he encargado junto con la empresa antes mencionada, de cuidar todos los detalles en cuanto a manejo de la marca (línea gráfica, etc.).

El trabajo que realizamos entre: Abg. Daniela Palacios, nuestra principal y mentalizadora de todos los proyectos realizados; Upa y yo (Alfredo B.), son: Manejo de Redes Sociales.

Boletines informativos a nuestros clientes tanto locales (Productores) e Internacionales (Importadores).

Actualmente trabajar en Orense Sporting Club es una universidad para mí, porque constantemente estamos aprendiendo y capacitándose además de conocer gente, para mí el trabajo es un aprendizaje donde día a día hay metas que cumplir, barreras que superar, circunstancias de lo que es más allá de una preparación, son cosas que te vienen de lo que es el día a día, coordinar el trabajo, relacionarse con la gente, con los compañeros de trabajo, todos esos factores hacen posible que la comunicación sea más seria. Aquí hacemos edición de videos, redacción de boletines, manejo de la parte gráficas, trabajamos con diseño gráfico, con la fotografía que es lo más fuerte, hacemos ruedas de prensa, cobertura, presentación y todo lo que abarca la comunicación. Internamente dentro del departamento semanalmente planificamos siempre son los días martes o miércoles la programación con el trabajo, porque el desempeñar aquí es cambiante.

<p>¿Ha tenido alguna dificultad en su área de trabajo, ya sea por falta de conocimiento o por falta de implementos?</p>	<p>Hasta ahora no he tenido ninguna dificultad dentro de esta empresa, desempeño mi cargo haciendo equipo con mis otros compañeros de trabajo encargados obviamente de sus áreas laborales.</p>	<p>Visita a Agrícolas con temas en relación a Comunicación. Gestión de diseños... entre otros.</p>	<p>A mi parecer ninguna dificultad porque dentro de este departamento tenemos todas las herramientas para trabajar, incluso la parte logística en cuanto a viáticos y transporte.</p>
<p>A lo largo del tiempo trabajando para esta institución ¿cuál ha sido su mejor experiencia y peor experiencia que recuerde? Coméntenos al respecto.</p>	<p>Una de las malas experiencias que tuve fue en mi primer trabajo, yo tenía que gestionar una entrevista para un marca del exterior y tenían ellos como marca voceros en diferentes partes del mundo y aquí en Ecuador habían unas personas que eran socios de esta marca entonces yo gestiones esta entrevista en un medio sumamente importante en Quito era una de las revistas en las que se puede conseguir <i>freeprice</i> (oferta y demanda) para sacar una entrevista, pero resulta que el <i>partner</i> aquí en</p>	<p>En cuanto a conocimientos, todo es cuestión de adaptarnos. En mi caso, entré a trabajar a una empresa cuyo giro de negocio es en base a Producción y Exportación de banano, tema del cual nunca había tratado, sin embargo, con el pasar del tiempo y a la labor que he desempeñado, he conocido más el negocio y los temas que van en relación a la misma. En cuanto a falta de implementos, por falta de implementos también, pero como mencioné anteriormente, contamos con el apoyo de Upa Comunicaciones quienes nos ayudan con los implementos que facilitan y optimizan el trabajo. Es importante recalcar que todo gira en base a la una planificación estratégica, las adquisiciones de los implementos están dentro de los proyectos a futuro. Vamos de a poco.</p>	<p>La mejor experiencia que he tenido ha sido la nueva propuesta que hay en el fútbol que se llama Liga pro, está muy organizada y con una perspectiva moderna, engloba lo que es el deporte del futuro y es lo más bonito que he vivido hasta ahora. Y la peor experiencia ocurrió un día laboral donde tuvimos un accidente automovilístico, pero dentro de esa adversidad tuvimos un aprendizaje muy grande que fue manejar paciencia y superando las cosas con</p>

Ecuador era sumamente malo para expresarse con los medios entonces conseguí la entrevista, hicimos la entrevista pero fue un fiasco, me sentía totalmente avergonzada con el periodista porque insistí mucho para que se diera la entrevista pero en realidad el vocero

fue el que falló, cuando colgaron con la entrevista lo primero que hice fue disculparme con el periodista por el valor del tiempo para darte la oportunidad de que puedas entrar y más que todo si no eres un cliente. Si tú tienes un pago fijo es obligación del medio cubrirte pero si haces *freepress* es algo que te brinda el medio y quieren información de calidad está tu nombre en la entrevista y está el compromiso profesional y después de la entrevista más que disculparme le di una solución que fue conseguir otro vocero que era sumamente bueno, lo preparé para la entrevista y lo que tenían que decir porque habían preguntas como muy sesgada porque si dejábamos la información que ya tenía el periodista dejábamos en riesgo a la marca. La mejor experiencia que he tenido, fue cuando se realizó la llegada de Pampers acá a Ecuador porque hicimos toda la gestión del ingreso de la marca acá, recuerdo que nos quedamos hasta altas horas de la noche trabajando, pero fue algo que valió la pena cuando vimos el resultado.

fantástico, te encuentras con muchas personas, diferentes puntos de vista, forma de ser, etc. Aprendes un poco de cada uno.

calma y a compartir con mis compañeros porque no teníamos mucha agua ni alimentos, esta experiencia fue difícil, pero aprendimos mucho.

Con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación ¿Cómo ha implementado este plus para la institución en la que trabaja?

Dentro de Upa se trabaja con estrategia, comunicación y resultados que es lo más importante, lo que yo me he dado cuenta es que todo el tiempo estamos de la mano con la tecnología siempre innovando, todo lo que se maneje en contenido por ejemplo es imposible no estar

Las nuevas tecnologías son recursos sumamente importantes. Ayudan a que la comunicación sea más inmediata. Actualmente “mostramos” todo lo que es “Corporación Palmar” a través de las publicaciones semanales

Las nuevas tecnologías se han aplicado en un 100% porque dependemos de las redes sociales, de un teléfono o *laptop*, dentro de Orense tenemos una página web, manejamos las redes sociales como instagram, Facebook, twitter y Youtube que



	<p>en redes sociales, lo importante aquí en Upa está muy vinculada y cercana la tecnología. Constantemente tratamos de innovar cambiando los formatos de comunicación y lo más importante es que somos un grupo multidisciplinario entre ellos, comunicadores, diseñadores, publicistas o sea hay una gran variedad de profesionales que aportan con sus conocimientos para que sea un trabajo más conjunto.</p>	<p>que realizamos a través de nuestras redes sociales (Facebook e Instagram). <i>WhatsApp</i>, correo electrónico, son canales de comunicación muy importantes Dentro de nuestros proyectos está la implementación de nuestra página web, actualmente tenemos una, pero no se le ha dado mantenimiento y seguimiento oportuno.</p>	<p>estamos en proyecto de habilitarla como un canal de televisión</p>
<p>¿Cuánto tiempo la institución cuenta con el departamento de comunicación institucional?</p>	<p>El cargo como tal se está empezando recién, una de las ejecutivas se encargó de implementar esta parte laboral pero no estaba totalmente desempeñado y explotado incluso estamos en una campaña de posicionamiento de marca porque ya vamos para los 10 años de aniversario y pues lo cargos deben ser desempeñados como tal.</p>	<p>Desde el año pasado se han ejecutado diferentes proyectos, a futuro esperamos contar con un Dpto. de Comunicación. Reitero, vamos de a poco, con paso firme.</p>	<p>Cuatro años.</p>
<p>¿Cómo trabajaba la empresa cuando esta no tenía relaciones públicas?</p>	<p>Nuestra empresa siempre ha trabajado con relaciones públicas, claro en sus inicios no tenía un puesto formal pero el dueño de la empresa era quien se encargaba de ese cargo, luego se quiso hacer un proyecto de relaciones públicas pero el mercado que tenías no daba las necesidades como para que ese cargo surgiera como tal, específicamente ahora es que ya tenemos definido este cargo y más profesionalizado con otra persona a cargo.</p>	<p>Los principales de Corporación Palmar desde siempre han mantenido contacto directo con Productores y clientes internacionales. En su momento eran nuestro público más "importante". Actualmente, tenemos diferentes 'targets' a los que debemos dirigirnos, por ello, se hizo uso de las diferentes plataformas virtuales, para mantenerlos al tanto de lo que gira en torno a Palmar, esto canales de comunicación que ayudan a difundir la información y el alcance es global.</p>	<p>Cuando entré a trabajar dentro de la empresa a los pocos meses se empezó a organizar el planteamiento de comenzar a construir el departamento de comunicación, había un proceso solamente de informar, pero con mi llegada fue empezar a organizar. La principal diferencia que observo cuando comencé a trabajar en este departamento a como esta ahora es que referente al equipo de trabajo, no teníamos los adecuados ni suficientes para desempeñar este cargo, por ende, no se producían los elementos comunicativos como tal y el club no era tan conocido como es ahora. Personalmente de 1 al 100 hemos crecido 150.</p>
<p>¿Cree usted que el departamento de comunicación</p>	<p>La persona encargada de las relaciones públicas de empresa estoy solamente yo,</p>	<p>Actualmente no, estamos trabajando en este proyecto, nos ha ido bien,</p>	<p>Sí contamos con todas la herramientas, pero necesitamos más y más</p>




<p>institucional cuenta con el personal y material tecnológico necesario para realizar su trabajo?</p>	<p>en la parte de relaciones públicas es variable y esto depende a tipo de clientes que tengas porque hay clientes que son muy demandantes, a veces me ha tocado trabajar para un solo cliente, pero trabajar para cuatro países con diferentes mercados u otras veces un cliente, pero dos países mucho más grandes. Depende del cliente y del mercado donde tú quieras llegar, talvez mas adelante se necesite más personal en esta área.</p>	<p>pero vamos poco a poco. Esa es la meta, tener nuestro propio departamento de Comunicación.</p>	<p>personal porque aquí se maneja equipo de primera vez, equipo de formativa, además las academias deportivas y no es que no estemos preparados sino es el factor tiempo por ejemplo cuando tenemos una cobertura de primera vez y al mismo tiempo hay un partido de baloncesto o alguna competencia de natación, entonces no es posible que dos o tres personas puedan cubrir eso de ahí que debemos expandirnos más actualmente desempeñamos dos dentro de este departamento pero semanalmente nos apoya otra persona más de ahí tenemos una empresa Upa Comunicaciones quienes nos asesora en cuanto a redes sociales.</p>
<p>¿Qué implementos y conocimientos tecnológicos cree usted que se necesita para trabajar en esta área?</p>	<p>Dentro de los conocimientos creo que es importante tener una noción de lo que es ilustrador para colaborar en los productos que se realizan desde acá de ahí en general creo que <i>office</i> y en relaciones públicas es siempre importante tener un software pero que permita dentro de la empresa el envío de correos electrónicos porque cuando ya es un nivel más macro necesitas un sistema que te ayude a organizar tus públicos y mercados, como por ejemplo lista de contactos por países segmentado por lo que específicamente necesitaba el cliente y permitía ver lo que los remitentes realizaban con el mensaje emitido.</p>	<p>Implementos: Cámara fotográfica y de video / Smartphones / Grabadora / Computadoras Mac + Diseñador Conocimientos/Temas en relación a: Diseño, fotografía, video, redes sociales, manejo de marca, producción de material impreso, entre otros.</p>	<p>Las herramientas las tenemos, pero necesitamos armas más equipos por lo tanto vamos a necesitar más cosas.</p>

---

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13

*Matriz de entrevista a Comunicadores (Instituciones públicas)*

Preguntas	Lcda. Angie Espinoza	Lcdo. Oswaldo Galarza	Lcdo. Alberto Samaniego
	 <p>Comunicadora Social, Relacionista Pública del Cuerpo de Bomberos de la Municipalidad de Machala.</p>	 <p>Comunicador Social, Director de Comunicación del Municipio de Machala.</p>	 <p>Comunicador Social y Abogado. Desempeña el cargo de especialista de Comunicación Social zonal del ECU 911 en Loja, El Oro y Zamora Chinchipe.</p>
¿Por qué la elección de trabajar en el área de comunicación institucional?	Es un reto un reto muy grande trabajar en el área de comunicación institucional, elegí trabajar en esta área porque fue mi primera oportunidad de trabajo y porque fue un reto grande en ponerme a prueba de las capacidades que tenía e ir desarrollando nuevas habilidades, gracias a esto he adquirido mucha experiencia en el campo de la comunicación pero manejar la imagen de una institución es algo de otro nivel.	Para mi esto es un nuevo reto, yo tengo más experiencia siendo periodista de medio de comunicación impreso y televisivo con nueve años de experiencia en esa área. Decidí aceptar este nuevo reto porque considero que la comunicación es amplia, relaciones públicas es algo totalmente diferente porque básicamente te encargas de alguna institución o empresa o de un lugar, específicamente resaltar los beneficios de ese lugar y de las personas que trabajan dentro de ese lugar. Todo en cuanto a la comunicación de proyectos y actividades que se realicen. Básicamente lo que queremos con nuestro equipo de trabajo es resaltar la imagen del Alcalde y segundo los proyectos que realizará el Municipio de Machala.	Viene de sangre este gusto por la comunicación, mi abuelo era coplero, mi padre periodista y desde muy pequeño me gustó las letras, la fotografía, la oratoria y la redacción, creo que fue una elección que viene desde muy pequeño porque me gusta conseguir una noticia y hacerla conocer.
¿Tiene usted una constante preparación, mediante congresos o cursos que le ayuden a potenciar sus conocimientos ?	Por medio de lo que es la cadena de CIESPAL siempre me están enviando cursos, la institución puede otorgar algunos cursos para que me pueda capacitar en lo que necesito, recientemente me fui a un curso de <i>Community manager</i> y luego realizaré un curso de planificación estratégica.	En estos 9 años de mi carrera me he preparado en cursos, capacitaciones dentro del cantón, a nivel provincial y nacional. Llevo dos meses en este cargo, pero mi meta es seguir capacitándome en cuanto a comunicación institucional, no solamente yo sino con mi equipo de trabajo. Creo que una buena capacitación ayuda mucho a mejorar nuestro trabajo, si uno no se capacita	Desde hace ocho años que salí de la universidad y constantemente que he estado acudiendo a diferentes actividades, dentro de la institución en la que trabajamos pero también fuera de ella, creo que la capacitación continua también tiene mucho que ver con el profesional y como quiere ir actualizando sus conocimientos.

debidamente en su área, muy difícil va a cumplir con su trabajo

¿Cómo es el trabajo que realiza? Coméntanos un poco sobre la labor que desempeña un comunicador institucional.

Basada al área netamente de relaciones públicas no porque realizo de todo porque solo estoy yo dentro del área, me encargo de hacer relaciones públicas, *community manager*, redes sociales, administrar la información de la página web, soy la que se encarga del contacto con los medios tradicionales de la ciudad, manejo la imagen de la institución, genero campañas de acuerdo a los temas que están bajos para poderlos aumentar en la institución.

Por lo general las reuniones son los días lunes donde formulamos un cronograma de actividades de las actividades que va a realizar en este caso la principal autoridad del Municipio de Machala que es el alcalde durante el día o la semana, también dialogamos con los diferentes directores de las áreas municipales donde se genere contenido por ejemplo obras públicas, urbanismo, desarrollo social, turismo y cultura y medio ambiente para luego nosotros como departamento tener contenido que publicar. Alguien del equipo junto con el fotógrafo se va con los encargados de cada área mientras haya algún hecho que se deba informar.

Acá nosotros manejamos procesos en el área de comunicación como entrevistas a las autoridades, boletines de prensa, monitoreos matutinos y vespertinos y vinculación con la comunidad, además lo que tiene que ver con la imagen institucional y el manejo de redes sociales, las relaciones públicas, nuestro trabajo no solo es periodística aquí vinculamos comunicación institucional y administrativa. Se deben cumplir con ciertos procesos que van de la mano con la comunicación y la administración pública. Se maneja más la comunicación institucional porque tiene que ver con las directrices que se manejan a nivel nacional e institucional mediante un plan de comunicación establecido por el equipo de trabajo, respetando esas reglas establecidas por el equipo o por la matriz nacional, se trata de vender una marca donde se trabaja mucho la línea gráfica, nosotros tenemos ese producto gráfico desde lo nacional.

¿Ha tenido alguna dificultad en su área de trabajo, ya sea por falta de conocimiento o por falta de implementos?

Personalmente, como soy extranjera y esta era una institución pública no pude ejercer mi trabajo porque no tenía la residencia y ahora que bueno se me está terminando el contrato y me tocaría apostar por el concurso que hace la institución para continuar en el cargo.

Creo que la falta de implementos tecnológicos y que dentro del departamento no haya una persona encargada de las grabaciones.

Creo que la dificultad que se me ha presentado ha sido el hecho de aprender a superar esos momentos cuando se pierden vidas y todo se sale de tus manos.

<p>A lo largo del tiempo trabajando para esta institución ¿cuál ha sido su mejor experiencia y peor experiencia que recuerde? Coméntenos al respecto.</p>	<p>Una de las mejores experiencias que he tenido es poder haber visto el cambio de la imagen visual corporativa que tuvo la institución, logré cambiar el logo de la institución con una propuesta que generó un compañero bombero y mejorándola para que sea nuestro logo oficial, aparte de ver la diferencia de nuestras redes sociales y cómo nos ve ahora la ciudadanía.</p> <p>En cuanto a experiencias malas puede ser en la coordinación de un evento de la institución donde una vez me confié en que tenían preparado todo en cuanto al sonido donde mientras tenía que sonar el Himno Nacional y el de los bomberos y este falló, estaban presentes institucional navales de otros países y ciudades, por eso ya sé que para la próxima debo tener dos consolas conectadas.</p>	<p>Para las personas que recién entramos en el cargo de comunicación creo que lo peor ha sido ingresar con las fiestas de Machala porque todo fue a último momento para buscar la manera de que las fiestas salgan de la mejor manera posible porque había como tres cuatro cosas que hacer personalmente fue muy exhausto, pero todo salió muy bien todo el trabajo. Creo que en ese marco las dos experiencias como mejor y peor.</p>	<p>Las mejores experiencias son a diario, el saber qué hacemos lo que nos gusta que estamos definiendo cada vez más nuestro perfil profesional para nuestro trabajo creo que esas serían una de las mayores experiencias saber que esto sirve y llega a algún sector y que tu trabajo se lo puede visualizar a través el contacto con las personas.</p> <p>Las malas experiencias creo que es no lograr los objetivos, pero no porque no lo puedes hacer sino porque existen limitaciones por ejemplo en mi área la muerte de una persona o varias personas, al no existir un recurso necesario para poderlo ayudar en el momento que se lo requiere porque eso marca una etapa en tu vida de que tienes que darlo todo pero que siempre existirán inconvenientes de por medio.</p>
<p>Con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación ¿Cómo ha implementado este plus para la institución en la que trabaja?</p>	<p>Son dos años que llevo manejando las redes sociales, estas son súper importantes e interesantes, la gente cada día se vuelve mucho más exigente con la información, entonces un comunicador debe ser un conocedor de cómo hacer llegar esa información a las personas.</p>	<p>Solamente tenemos aquí una cámara, para realizar el resto de nuestros trabajos buscamos la manera ya sea con el uso de celulares y la cámara que tenemos. Tenemos un diseñador gráfico quien se encarga de los diseños para las redes sociales, cuando son grabaciones de video se contrata una persona externa, contamos con redes sociales y página web en la que semanalmente se sube información.</p>	<p>La tecnología es parte de la evolución de la comunicación, un periodista antes debía andar con una cámara fotográfica y ahora nada con un teléfono celular, las redes sociales el correo electrónico un <i>chat</i> institucional que te permite compartir algo inmediatamente, es algo que la implementación de las nuevas tecnologías ha permitido que la comunicación avance de una manera desacelerada ahora el problema está en el mal uso que se le da, porque así como brindar un gran beneficio para la comunicación inmediata se puede convertir en un arma de doble filo porque a veces es manejada por el público corriente entonces la información no es veraz ni contrastada y podría generar problemas que ya se han</p>

<p>¿Cuánto tiempo la institución cuenta con el departamento de comunicación institucional?</p>	<p>El cargo como tal tiene un año que es en el que me encuentro trabajando.</p>	<p>No podría contestar esa pregunta, pero me imagino que por ser una institución pública siempre ha tenido este departamento claro con la diferencia de trabajo a lo largo de los años.</p>	<p>visto como en casos de información infundada en eventos que han causado conmoción transmitido por la redes sociales.</p> <p>Desde sus inicios esta es una de las instituciones que acaba de cumplir como 6 o 7 años, la institución fue fundada con este departamento de comunicación.</p>
<p>¿Cómo trabajaba la empresa cuando esta no tenía relaciones públicas?</p>	<p>La institución se manejaba con personas que eran comunicadores sociales o personal con conocimiento empírico, pero no existía el cargo de relaciones públicas.</p>	<p>Al ser una institución pública siempre ha contado con un departamento de comunicaciones, aunque antes era más conocido como relaciones públicas siendo solamente encargado de comunicar la agenda municipal a los medios. Aquí el trabajo es más extenso pues tenemos distintas áreas a las que le dedicamos el trabajo, desde el logo, la marca hasta la imagen y coberturas.</p>	<p>La institución fue fundada con este departamento.</p>
<p>¿Cree usted que el departamento de comunicación institucional cuenta con el personal y material tecnológico necesario para realizar su trabajo?</p>	<p>Dentro de este departamento falta personal, si sería bueno tener una persona que maneje redes que se encargue de los que es la escritura para redes sociales porque es el pan de cada día y es una trabajo cansado y constante. Aparte de eso un diseñador gráfico o una persona que se dedique hacer videos, dentro de esta área de maneja todo esto pero solamente hay una persona encargada y se producen videos, <i>flayers</i> material visual para las redes sociales, boletines de prensa, información a través de los grupos de <i>WhatsApp</i> alertas y aclaraciones con los periodistas, El departamento de comunicación es un área que debe ser un equipo con varias personas, empezando desde la persona que está a la cabeza quien debe rendir informes de todas las gestiones que se realizan.</p>	<p>Nosotros contamos el personal capacitado aquí estamos dos comunicadores, un diseñador gráfico, un fotógrafo, una encargada de protocolo, una secretaria que se encarga con los procesos que se necesitan realizar puesto que es una institución pública, lo que sí nos haría falta es una persona que realice grabaciones, aunque estamos tratando de aprender porque eso es lo que hace un comunicador.</p> <p>En cuanto a material técnico sí nos falta pues estamos en una administración nueva, aunque esperamos tener todo listo para el mes de diciembre</p>	<p>Sí porque estamos preparados profesionalmente y tenemos todos los implementos necesarios para trabajar en esta área.</p>

¿Qué implementos y conocimientos tecnológicos cree usted que se necesita para trabajar en esta área?

Implementos tecnológicos todo depende de la visión de uno por ejemplo yo quisiera poner lo que es un escenario para hacer transmisiones en vivo y ahí me faltaría lo que son reflectores, más cámaras y otro tipo de implementos tecnológicos.

En cuanto al personal lo que le comentaba una persona adicional que maneje lo que es diseños gráficos o video porque eso es fundamental, yo tengo el conocimiento porque me tocó aprender pero si sería excelente tener una persona de planta que pueda ayudar con esto.

En cuanto a los conocimientos dentro de este departamento lo que faltaba era la inmediatez porque éramos los últimos en publicar los eventos de la Municipalidad ahora ya se está resolviendo

El comunicador tiene un plus adicional a un profesional común y corriente porque al comunicador tú debes preguntarle de todo y por ende debe saber de todo, el comunicador que no está preparado para asumir un reto lastimosamente tiene que hacerse a un lado, incluso debe ser polifuncional porque son muchas cosas que el comunicador debe hacer, así que creo que lo que se necesita es un buen comunicador y este de saber del manejo de todos estos implementos tecnológicos. Tiene que saber redactar, fotografiar, aspectos audiovisuales y debe saber aspectos de presentación de eventos, relaciones públicas y protocolos, no ser un experto en la materia, pero tener conocimiento básico y estar a expectativa de realizar este trabajo.

---

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14  
 Matriz de entrevista a docentes de comunicación

	Eric Samson	Patricia Nigro	Santiago Tejedor
Preguntas	 <p>Máster en Periodismo,            Docente en la            Universidad San            Francisco de Quito</p>	 <p>Doctora en            Comunicación Social de            la Universidad Austral,            me dedico a la relación            entre medios y educación            y tecnologías y            educación.</p>	 <p>Periodista, docente y            coordinador de            proyectos. Profesor del            Departamento de            Periodismo y Ciencias de            la Comunicación de la            Universidad Autónoma            de Barcelona.</p>
¿Cuál es el aporte de la tecnología para la formación profesional del comunicador?	<p>Inicialmente el periodismo es todo sobre contar historias o sea la historia es la base de lo que hacemos y más allá de hablar de tecnología tenemos que contar historias, esta entra en juego cuando las historias se cuentan usando las herramientas digitales por eso el periodista debe entender que nuestro trabajo es ahora multimedios además de ser docente soy corresponsal de noticias, radio y televisión por lo tanto cubro noticias en distintos formatos, ahora tú debes identificar cuáles son las herramientas o plataformas tecnológicas que te permitirán contar mucho mejor la historia. Por ejemplo la realidad virtual sirve para contar historia y va muy apegado a la tecnología pero debemos adaptar la tecnología a la historia ya que es lo principal.</p>	<p>La tecnología tiene un aporte enorme y especialmente ahora que soy coordinadora del área de postgrados y concursos de ID Learning aunque siempre ha interesado la tecnología desde lo educativo porque lo viven nuestros alumnos y porque nosotros también estamos rodeados de tecnología.</p>	<p>Está presente en mí día a día. La utilizo para el acceso a la información, la generación de contenidos y el desarrollo de intercambios dialógicos.</p>



¿Qué aconseja a sus estudiantes, referente a la formación en investigación en tecnología?

Para nosotros en la San Francisco con nuestros estudiantes hacemos una formación multimedios, es decir tienen que aprender a manejar cámara de televisión, aprender a editar con los programas actuales o con los que se adapten, pero al final las herramientas son solo para el uso lo importante es la historia y saber dar el mensaje. Deben aprender a trabajar productos de calidad si son hechos por uno mismo, aprender *indesign* para ponerlos en práctica en las clases de diseño y producción. Es importante que los estudiantes sepan que pueden usar esas herramientas tecnológicas no es necesario dominarlas, pero sí entregar productos de calidad.

Deben estar al día con lo referente a la tecnología porque no se pueden quedar atrás, ser partícipes de todas las redes sociales y conocer todo lo que hay en cuanto a la tecnología, porque esta es una carrera desesperada últimamente y cuando parece que uno ha descubierto algo cuando después te da cuenta que ya aparece algo nuevo y mejorado. No es cuestión de saber de todo con lo referente a la comunicación pero sí lo necesario que lean sobre lo referente también lo que dicen los filósofos los sociólogos de los efectos de la tecnología para que tengan un panorama de la tecnología desde el humanismo pero también de lo instrumental.

En el campo del periodismo, no deberíamos olvidar la esencia: La tecnología suma, pero el objetivo es generar buenos contenidos. Desde mi punto de vista, es decisiva la formación continuada y el aprovechamiento de los recursos que nos ofrece la tecnología.

Según la UNESCO, ¿qué habilidades tecnológicas debe tener el estudiante del siglo XXI?

Creo que lo general es saber editar revistas, fotografías, videos y audio. Debe tener una base tecnológica, pero yo prefiero periodistas que sepan contar historias sobre lo que son expertos en la tecnología.

Desconozco ese caso pero me imagino que como tal las competencias que debe desarrollar un estudiante del siglo XXI son saber usar las tecnologías en uso cotidiano porque estamos rodeados de ella, el uso de programas digitales y el uso de las TIC.

Personalmente pienso que las competencias deben ir acorde al tiempo en el que nos encontramos entre ellos el uso de programas el uso de las TIC y tener conocimientos de la navegación en internet, porque quien no sabe usar esto en la actualidad está perdido.

¿Cree usted que las habilidades tecnológicas potencian el perfil académico de los futuros comunicadores?

Sí claro por ejemplo la gente que trabajaba sola era vista como Superman, pero en la actualidad todos hacemos lo mismo, nosotros formamos a nuestros estudiantes a que tengan esa actitud porque si mañana trabajan con un equipo podrán contar con la ayuda.

Creo que le ha dado más oportunidades de trabajo impresionantemente porque cuando comencé a enseñar en la universidad la carrera era muy joven, nosotros fuimos de los primeros que tuvimos esta carrera desde pues de la universidad de Buenos Aires, nadie sabía para qué servía la carrera de comunicación social entonces los jóvenes venían a estudiar esta carrera con el concepto de que algo tenían que

Existen medios donde los robots generan ya las noticias. Todo está cambiando, pero esto no significa que el debate sea tecnología sí o tecnología no. Debemos saber qué podemos hacer nosotros que no saben llevar a cabo las máquinas.

¿Cuál es el aporte de la tecnología a la malla curricular de las ciencias de la comunicación o periodismo en su institución?

Creo que el aporte que le da a la malla curricular de las ciencias de la comunicación es que los nuevos comunicadores están obligados a ser multifacéticos y no solo enfrascarse en conocer acerca de contar historia sino saber el uso de herramientas tecnológicas.

estudiar. La tecnología le ha dado un plus a las empresas para los emprendedores, antes te preparabas para realizar periodismo pero ahora es mucho más grande la oportunidad laboral.

Para el periodismo significó una revolución total que fue pasar de lo analógico a lo digital, todavía sigue siendo afectado porque no se quiere aceptar que la gente ya no lee casi en papel, algunos por tradición es decir para que llenar la casa de papel si puedo acudir a mi celular dónde encuentro lo mismo y me mantengo informado, los periodistas tuvieron que aprender a trabajar en una forma digital sin sacrificar ninguna de las virtudes que debe tener el periodista, como honestidad, rigor y contrastación de fuentes. Y con la comunicación abrió oportunidad en este caso en el ámbito educativo un profesor puede conectarse con cualquier otro profesor para compartir información académica que les servirá a ambos

Hoy día nos facilita el acceso, el procesamiento y el cruce de todo tipo de datos y de ingentes cantidades de información. Tenemos la posibilidad de generar contenidos multimedia, *crossmedia* y *transmedia*. Tenemos al alcance crear nuestras propias plataformas. Podemos almacenar grandes cantidades de datos. Podemos generar mensajes interactivos. Pero todavía las máquinas no saben contar las historias que nosotros sí podemos empalabrar.

¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología para el estudiante-comunicador del siglo XXI?

Hay muchos, pero el que más me preocupa y es el hecho de trabajar sin tiempo o sea la tecnología nos permite hacer cosas que antes las podíamos hacer, pero con mucho más tiempo. Pero ahora todo es instantáneo y al momento, pero creo que el desafío está en que mientras más rápido se hacen las cosas más riesgo hay de equivocarnos. Restando tiempo para la investigación y hacer una doble revisión, yo pienso que la tecnología nos va a

Creo que el mayor desafío de la tecnología para el estudiante comunicador es el saber adaptarse al manejo de distintas tecnologías. como por ejemplo edición, redacción para redes sociales y fotografía aunque más envuelto en saber usar esos materiales tecnológico como tal.

Debemos aprender nuevas rutinas de producción de contenidos informativos, pero sin olvidar la esencia y el compromiso ético de nuestra profesión. La tecnología es un complemento, una ayuda para el periodista.

<p>¿Por qué es importante que los estudiantes de Comunicación sepan de Alfabetización Digital?</p>	<p>empujar a más errores en el sentido si se publica en vivo porque no tendremos tiempo para verificar.</p> <p>De nuevo la historia es más importante pero hoy en día las herramientas digitales, redes sociales y las fuentes también son digitales entonces se debe adaptar la historia ese tipo de fuentes, es una necesidad porque es el mundo actual en el que vivimos.</p>	<p>Porque de lo contrario no sabrán manejarse en un mundo que ya llegó.</p>	<p>Vivimos en un mundo intoxicado. Existen info ricos e info pobres. En ese escenario es vital saber diferenciar la información de calidad de aquella que no es de calidad. La capacidad de acceder y consultar de forma crítica y cualitativa los medios es un elemento crucial para los periodistas y para los ciudadanos. De nada servirá tener cibermedios si no tenemos ciberciudadanos.</p>
<p>¿Usted considera que la tecnología es transversal y un área interdisciplinar en su pénsum de estudios?</p>	<p>Claro que sí porque tenemos asignaturas que son tecnológicas donde aprenden a editar audio, video, <i>Photoshop</i> e <i>indesign</i> y después se aplica eso, en las otras asignaturas de redacción, radio o tv en ese sentido pienso que sí es transversal.</p>	<p>Absolutamente. Desde el nivel inicial hasta el posgrado.</p>	<p>Sí. Totalmente. Más que de forma autónoma sería más eficaz trabajarla de manera transversal en el conjunto de asignaturas.</p>
<p>¿Cómo direcciona el uso práctico y real de las tecnologías en sus estudiantes?</p>	<p>Diciéndoles que deben dominar las técnicas para editar y ser capaces de entregar trabajos con calidad tecnológica pero más allá de eso se les repite que lo más importantes es la historia.</p>	<p>Uso la tecnología teniendo en cuenta primero la pedagogía y la didáctica de la clase. Según el tema, el grupo y las posibilidades de la universidad, elijo lo que me parece más conveniente.</p>	<p>Intento aplicar el lema "<i>learning by doing by living</i>". Aprender haciendo y viviendo. Esto es, aplicar lo hecho en escenarios reales y cotidianos. Para mí, lo importante no es la herramienta sino la historia que contamos.</p>
<p>¿Usted ha investigación en temas relacionados a tecnologías y comunicación? Explique cuáles.</p>	<p>Yo veo en mi vida profesional lo que se necesita y todo va enmarcado en la tecnología algunas son interesantes, pero como docente tengo que ver cuáles son las que tienen un mayor futuro o un futuro próximo. No me voy a fijar en tecnologías avanzadas. Enseño lo que en este momento ayude.</p>	<p>Desde 1993 trabajo con metodologías cuantitativas y cualitativas. Con estudios descriptivos o con trabajos de campo.</p>	<p>Sí. En mis dos doctorados y prácticamente en toda mi publicación científica</p>

Tabla 15

*Matriz de entrevista a comunicadores de libre ejercicio*

Preguntas	Úrsula Strengch	Carlos Luis Andrade	Adriana Rivera
	 <p data-bbox="523 600 769 719">Comunicadora Social, Psicóloga y emprendedora. Actual concejal de Guayaquil.</p>	 <p data-bbox="815 586 1083 674">Comunicador Social, Abogado, presentador de televisión e influencer.</p>	 <p data-bbox="1126 586 1374 674">Emprendedora y Directora de Marketing School Ecuador</p>
¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?	<p data-bbox="509 752 783 1547">La tecnología sin duda es una parte importante creo que de todos los negocios y emprendimientos de la vida actual, los que no entramos en esa era creo que nos quedamos atrás y quizás no podemos desarrollar con éxito en el mundo actual, tenemos que treparnos cada día en este carro de la permanente innovación, los medios tradicionales poco a poco quedando caducos y obsoletos por toda esta globalización y posibilidades que brindan los medios digitales, nosotros como influencers, comunicadores y emprendedores debemos seguir potenciando estas herramientas tecnológicas.</p>	<p data-bbox="815 752 1086 1693">El aporte es importantísimo porque prácticamente mi carrera profesional se da a través de la tecnología, es lo que yo utilizo para influenciar, tengo seguidores, es mi público y audiencia. Antes mi audiencia se daba a través de los canales de televisión pero son las mismas audiencia que cada vez emigran a al celular y a lo digital, entonces yo ya no tengo audiencia en televisión, tengo programas como Gamavisión pero lo que actualmente me está dando trabajo no es esa audiencia, si bien es cierto tengo trabajo por trabajar para el canal pero tengo mis redes sociales donde genero contenido para mis seguidores con un valor propio dónde encuentro formas de monetizar mi trabajo y vivir tranquilo.</p>	<p data-bbox="1114 752 1386 1301">Yo creo que la tecnología ha sido el canal que me ha ayudado a tener mucha visibilidad, llegar de una manera más fácil a las personas, menos costosa con todas las ventajas que nos ofrecen las redes sociales y mostrando quien realmente soy en mi día a día con todas las habilidades, defectos y virtudes, cuando uno se hace un negocio debe trabajar lo que se llama la marca personal e ir llevando todo esto en su día a día.</p>
¿Qué aconseja a los profesionales, referente a la formación, investigación y tecnología?	<p data-bbox="509 1704 783 2033">La formación siempre será importante, por ejemplo, para desarrollar un emprendimiento es necesario las habilidades duras, la capacitación en cosas técnicas, ver modalidades para presentar un negocio que tenga todas las características de un</p>	<p data-bbox="815 1704 1086 2033">la esencia del comunicador social es como si fuéramos comerciantes, los comerciantes compran un producto barato y lo venden a un precio mayor para ganar dinero, en cambio nosotros comercializamos con contenido y esto exige</p>	<p data-bbox="1114 1704 1386 2033">Si no tienes la habilidad debes desarrollarla, porque en la actualidad en la que vivimos muchas puertas se pueden cerrar si no estás capacitado, si no tiene al marketing digital de tu lado, muchas personas que antes escribían en medios tradicionales ven que es</p>

	<p>negocio o propuesta exitosa, no descarto la parte de lo emocional estas deben ser un complemento para potenciar todo este bagaje tecnológico y académico de un emprendimiento.</p>	<p>investigar, capacitarse constantemente, tener contenido, hacerlo nuestro, ponerle nuestro sello y darle contenido a nuestra audiencia y ahí es donde vamos a marcar la diferencia entre un comunicador u otro, la audiencia va a consumir el contenido del comunicador que exprese el contenido de una mejor forma.</p>	<p>algo que se necesita es decir todas las empresas buscan a alguien que maneje la comunidad, que genere empatía, que sepa comunicar, que sepa escribir textos persuasivos con las personas para poder vender, conectar con la audiencia, entonces es un poco cambiar el chip. Las herramientas cada vez son más intuitivas y accesibles, el secreto está en la formación.</p>
<p>¿Cree usted que el perfil del comunicador social ha cambiado o cambiará con la tecnología?</p>	<p>La formación en valores en la misma, formación en competencias probablemente sea la misma, pero los comunicadores debemos ver todo este desarrollo como una aliada a la tecnología y a todas estas nuevas plataformas porque sin duda nos podemos desarrollar de manera exponencial, así que debe ser un complemento es decir seguir con nuestra formación académica regular y formal, pero apoyarnos en la tecnología y plataformas digitales.</p>	<p>El comunicador social sigue teniendo el mismo perfil, lo que cambia son las competencias, ahora un comunicador social debe ser como un surfista en la ola, pero en el mundo digital, entonces las competencias se han ampliado, necesitas tener mayor manejo de redes. Antes se encasillaba a los comunicadores únicamente para el periodismo, en el mundo actual no porque en el mundo digital hay audio, video y escritura, entonces debes tener características 360 para poder desenvolverte en este mundo.</p>	<p>Los principios son los mismos, lo diferente en la actualidad en medio por el cual se está realizando esa comunicación, sin embargo las personas, los valores y empresas son las mismas, se debe aprovechar esos recursos que comunicadores tienen, el saber comunicar.</p>
<p>¿Cuál es el aporte de la tecnología a la comunicación y al periodismo?</p>	<p>Van completamente de la mano, nosotros como comunicadores y periodistas no pudiéramos llegar a este mundo globalizado si no tuviéramos todas estas plataformas, sin duda un área se completa y se influye directamente con la otra.</p>	<p>Es que ha ampliado enormemente las oportunidades de trabajo para el comunicador social, hoy en día necesita encontrar un trabajo específicamente en un medio o empresa, es decir es inaudito que un comunicador social el día de hoy diga no tengo trabajo, porque el trabajo lo eres cuando comienzas a generar tu contenido, información, orientación, diversión para ganar tu propia audiencia.</p>	<p>Ahora es total y es muy visual, existen maneras de comunicar por video, cómo trabajar la marca personal, cómo mostrarnos en ámbitos de vida que netamente no son profesionales sin embargo conectan con las personas, podemos contactar des testimonios de vida real y dar un ejemplo de que, si se puede, es decir dejar un legado de la vida a través de las redes sociales.</p>

#### 4.2.1 Análisis de las entrevistas

Luego de implementar las entrevistas en las cinco categorías de la comunicación, las cuales fueron fundamentales para caracterizar el perfil del comunicador y la relación que tiene con la competencia digital. Se ha logrado destacar que la tecnología cumple un papel fundamental y es la precursora de la competencia digital para el comunicador, como lo mencionaron los entrevistados especialistas en comunicación digital mencionan que es una herramienta de uso que permite investigar y trabajar, además de ser un objeto de estudio, las tecnologías transforman la manera de leer información, compartir y comunicar en una razón dialógica.

Algo relevante que mencionaron los entrevistados especialista en tecnología fue la competencia profesional que en un futuro pueda existir o quizás esté existiendo, pero mencionan que las personas como tal y los profesionales deben estar siempre prestos a la capacitación y usando la tecnología, puesto que cada una de las actividades diarias hacen uso de la tecnología, en un futuro sería imposible no ver a personas usando la tecnología es más afirmaron que en un se considera analfabeta a una persona, cuando no sepa usar programas tecnológicos o la red.

Para los profesionales en comunicación institucional la competencia digital ha mostrado la importancia y la necesidad de que el profesional esté formado o tenga estas capacidades que derivan del uso de las tecnologías de la información y comunicación ya que esto es fundamental para el desarrollo y comunicación de la empresa.

El docente en comunicación debe encaminar el aprendizaje de los estudiantes en el entorno de la nueva cultura digital, desarrollando las capacidades desde el aula con sus alumnos, es decir un docente en comunicación debe ser usuario constante de la tecnología no solo por la facilidad y oportunidades que le da a su formación, sino por la responsabilidad de formar profesionales capaces de afrontar estas limitantes o beneficios para el estudiante de comunicación.

En la actualidad se puede observar un sinnúmero de comunicadores que aplican el uso del SEO y la tecnología para poder desempeñar cargos ya sean propios o para alguien, los comunicadores de libre ejercicio recalcaron en la importancia del uso de la tecnología como un factor positivo dentro de sus carreras puesto que esta, les ha ayudado a emprender y desempeñar sus propias empresas entorno al margen de la tecnología y comunicación.

Debido a esto alientan a los profesionales a trabajar con las tecnologías puesto que tanto comunicación como tecnología siempre irán de la mano.

### 4.3. Resultados de la observación

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en las visitas *in situ* en las seis empresas, públicas y privadas, del cantón Machala.

Tabla 16  
*Contexto Laboral en el departamento de Comunicación de UPA*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?.....	X		
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución.	X		
Reglamentos – Estrategias de comunicación.			
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 17  
*Formación Profesional en el departamento de Comunicación de UPA*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		Licenciatura
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.	X		
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.	X		
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.	X		
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 18.  
*Equipo tecnológico en el departamento de Comunicación de UPA*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video	X		
Cámara de fotografías	X		
Computadores de alta tecnología	X		
Programas de edición de audio, video y diagramación	X		
Programa de edición de video	X		
Programa de edición de fotografía	X		
Programa de diagramación	X		
Software de la red	X		
Grabadora de audio	X		
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017) Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 19  
*Habilidades del comunicador en UPA Comunicaciones*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.	X		
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.	X		
Apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017) Elaborado por: Fernanda Cáceres



Tabla 20

*Contexto Laboral en el departamento de Comunicación de Corporación Palmar*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?	X		
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		Reuniones entre relacionista público y asistente de administración.
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		Sí, pero por el momento no se encuentra actualizada.
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución. Reglamentos – Estrategias de comunicación.	X		
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 21

*Formación Profesional en el Departamento de Comunicación de Corporación Palmar*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		Licenciatura
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.		X	
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.	X		Se está realizando un cronograma para la preparación del personal de esta área.
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.		X	
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 22

*Equipo tecnológico en el departamento de comunicación de Corporación Palmar*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video		X	
Cámara de fotografías		X	
Computadores de alta tecnología	X		
Programas de edición de audio, video y diagramación		X	
Programa de edición de video		X	
Programa de edición de fotografía		X	
Programa de diagramación		X	
Software de la red	X		
Grabadora de audio		X	
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 23

*Habilidades del comunicador de Corporación Palmar*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.	X		
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.	X		
Es un apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 24  
*Contexto Laboral en Orense Sporting Club*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?	X		Contratan a empres UPA Comunicaciones como asesor de medios digitales.
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución. Reglamentos – Estrategias de comunicación.	X		
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 25  
*Formación Profesional en Orense Sporting Club*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		Diplomado en comunicación.
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.	X		
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.	X		
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.		X	
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 26

*Equipo tecnológico en el departamento de comunicación en Orense Sporting Club*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video	X		
Cámara de fotografías	X		
Computadores de alta tecnología	X		
Programa de edición de video	X		Usan los programas de Adobe.
Programa de edición de fotografía	X		
Programa de diagramación	X		
Software de la red	X		
Grabadora de audio	X		
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 27

*Habilidades del comunicador en Orense Sporting Club*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.		X	
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.	X		
Es un apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 28  
*Contexto Laboral en el Cuerpo de Bomberos de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		Sí, pero falta más personal capacitado en el área de trabajo.
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?		X	La empresa contrata el servicio de diagramación de revistas a persona independiente.
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución. Reglamentos – Estrategias de comunicación.	X		
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		
Fuente: (Valdivia, 2017)		Elaborado por: Fernanda Cáceres	

Tabla 29  
*Formación Profesional en el Cuerpo de Bomberos de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		Diplomado en comunicación.
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.	X		Nivel de inglés A1
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.	X		
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.		X	
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		
Fuente: (Valdivia, 2017)		Elaborado por: Fernanda Cáceres	

Tabla 30

*Equipo tecnológico en el departamento de comunicación del Cuerpo de Bomberos de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video	X		
Cámara de fotografías	X		
Computadores de alta tecnología	X		
Programa de edición de video	X		
Programa de edición de fotografía	X		
Programa de diagramación	X		
Software de la red	X		
Grabadora de audio	X		
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 31

*Habilidades del comunicador del Cuerpo de Bomberos de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.	X		
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.	X		
Es un apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 32

*Contexto Laboral en Departamento de Comunicación de Municipio de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		Son nueve profesionales que laboran en esta área.
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?		X	
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		Se realizan periódicamente especialmente los días lunes.
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución. Reglamentos – Estrategias de comunicación.	X		
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		
Fuente: (Valdivia, 2017)		Elaborado por: Fernanda Cáceres	

Tabla 33

*Formación Profesional en Departamento de Comunicación de Municipio de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		Cursando una maestría.
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.	X		Nivel A1
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.		X	
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.		X	
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		
Fuente: (Valdivia, 2017)		Elaborado por: Fernanda Cáceres	

Tabla 34

*Equipo tecnológico en Departamento de Comunicación de Municipio de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video		X	
Cámara de fotografías	X		
Computadores de alta tecnología	X		
Programa de edición de video	X		
Programa de edición de fotografía	X		
Programa de diagramación	X		
Software de la red	X		
Grabadora de audio	X		
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 35

*Habilidades del comunicador en el Departamento de Comunicación de Municipio de Machala*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.	X		
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.		X	
Es un apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.		X	

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres



Tabla 36

*Contexto Laboral en el Departamento de Comunicación del ECU 911*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cuenta con equipo o persona encargada de la comunicación institucional de la empresa.	X		
La institución contrata servicio de empresas encargadas de la comunicación externa. ¿Cuál empresa y servicios?		X	
Genera contenido comunicacional en las plataformas digitales.	X		
Realiza reuniones con sus compañeros de trabajo para manejar la comunicación interna y externa de la institución.	X		
La institución invierte en la comunicación institucional de esta.	X		
La institución gestiona una página web y redes sociales oficiales.	X		
Cuida la imagen, identidad y cultura organizacional de la institución. Reglamentos – Estrategias de comunicación.	X		
Identifica a los públicos con cuales realiza su trabajo.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 37

*Formación Profesional en el Departamento de Comunicación del ECU 911*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Egresado o maestría en licenciatura de comunicación, con énfasis en comunicación institucional. (Licenciatura/Maestría).	X		
Conocimiento en mercadeo y publicidad.	X		
Facilidad para el inglés.	X		
Tiene constante preparación asistiendo a congresos o cursos.		X	
Manejo de cámaras: Fotografía/video/planos.	X		
Edición de fotografía.	X		
Edición de video.	X		
Diagramación de revistas, <i>flyers</i> o materia físico y online.		X	
Gestiona páginas oficiales de la institución (Redes sociales y página web).	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 38

*Equipo tecnológico en el Departamento de Comunicación del ECU 911*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Cámara de video	X		
Cámara de fotografías	X		
Computadores de alta tecnología	X		
Programa de edición de video	X		
Programa de edición de fotografía	X		
Programa de diagramación	X		
Software de la red	X		
Grabadora de audio	X		
Impresora	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

Tabla 39

*Habilidades del comunicador en el Departamento de Comunicación del ECU 911*

Aspectos a evaluar	Cumple	No cumple	Otras observaciones
Creativo/Idealista.	X		
Resiliente.	X		
Líder.	X		
Investigador.	X		
Responsable.	X		
Proactivo.	X		
Es un apoyo constante para la dirección de la institución.	X		
Carácter estratégico.	X		

Fuente: (Valdivia, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

### 4.3.1 Análisis de las fichas de observación

La ficha de observación para la autora fue una de las técnicas que le favoreció al momento de investigar ya que facilitó en encontrar las características básicas que el comunicador institucional debe tener en su perfil profesional.

Según estas fichas los departamentos de comunicación de instituciones privadas entre ellas: *UPA* y *Corporación Palmar*, tienen los profesionales capacitados y el material tecnológico necesario y no cuentan con un departamento de comunicación institucional, aunque su trabajo es de relaciones públicas. Cabe recalcar que dentro de ellas se logró determinar que las actividades desempeñadas entre la empresa y el encargado de relaciones públicas son más de comunicación institucional, es un caso muy diferente con *Orense Sporting Club* ya que ellos sí cuentan un departamento de comunicación institucional definido, además del personal preparado profesionalmente y material tecnológico adecuado, aunque ellos contratan el servicio de otra empresa para capacitar a su personal en cuanto a diseño para redes sociales.

Dentro de las instituciones públicas existe un escenario muy distinto, un ejemplo de ello son las tres instituciones: la Municipalidad de Machala, El Cuerpo de Bomberos y ECU 911, ya que tienen definido el departamento de comunicación institucional y muy bien equipado en material tecnológico y de profesionales capacitados, se determinó la característica principal entre ellos, es que son instituciones que tienen una matriz ya concretada de las áreas de trabajo que se debe tener dentro de la institución.

Por ello se destaca al departamento de comunicación institucional como el fundamental para cuidar una institución o empresa ya que producto de este trabajo se puede ver reflejado las acciones de los comunicadores en los medios de comunicación y plataformas digitales de cada una de las instituciones, esto demuestra el profesionalismo y competencia digital que forma parte de las mismas.

#### 4.4. Matriz de desmontaje de artículos científicos

A continuación, se detalla lo más importante que mencionan los autores de Hispanoamérica sobre la relación entre competencia digital y perfil profesional del comunicador.

Tabla 40

##### *Desmontaje de artículos científicos*

N°	Título de la Investigación	Indicadores del Problema	Objetivo de la Investigación	Metodología de la Investigación	Resultados relevantes	Conclusiones
1.	Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas	Se desconoce el potencial que tiene la comunicación turística 2.0 en Ecuador y cuál es el impacto que este tiene con medios sociales.	El objetivo de esta investigación es identificar y evaluar la comunicación 2.0 en las empresas públicas y privadas de Ecuador.	Se utiliza la metodología mixta, cualitativa y cuantitativa.	Según los resultados de esta investigación los medios sociales son el lugar preciso para transmitir la publicidad turística a nivel internacional pero aun, estos, no se transmitían por medios digitales.	De acuerdo con la conclusión del artículo en el Ecuador la comunicación turística 2.0 recién se está dando a conocer definiéndola como incipiente.
2.	Gestión de comunicación corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica.	Definición, identificación que permitan aproximarse al estudio y práctica de la Gestión de Comunicación Corporativa.	Identificar los aportes de diferentes autores, referentes en el área de la Comunicación Corporativa.	Revisión bibliográfica.	Se ha podido observar que los diferentes aportes desde diferentes disciplinas han generado un vaciamiento de sentido dejándolo abierto hacia una comprensión subjetiva de su reflexión teórica y aplicación práctica.	Definir la comunicación corporativa ha permitido que este análisis es usado por profesionales y estudiantes en comunicación como la importancia en el abordaje de y la práctica de la misma.

- |  |  |   |  |  |   |
|--|--|---|--|--|---|
| 3. ¿Qué desafío enfrentan los comunicadores del siglo XXI?   | La irrupción de las nuevas tecnologías ha generado una nueva cultura en la que se debe desempeñar el comunicador, por lo tanto, se encuentra con nuevos desafíos.  | Analizar la importancia del concepto de “identidad”, y de otras nociones afines, para comprender la labor profesional del comunicador actual. | Revisión Bibliográfica   | El ecosistema de la comunicación se encuentra en constante cambio y más que crear a un comunicador con muchos conocimientos debe ser alguien que genere la integración de la sociedad.                                   | Los comunicadores se convierten en emisores y productores activos todos en referencia al consumo de información en redes sociales.  |
| 4. La comunicación institucional, epicentro de la empresa  | La falta de encargados profesionales en comunicación institucional, en las empresas.   | Caracterizar la importancia de la comunicación institucional en las empresas.   | Revisión bibliográfica.  | El fundamental que las empresas consten con un departamento de comunicación puesto que son los que se encargan profesionalmente de la integración laboral y el recorrido de la información dentro y fuera de la empresa. | Dentro de una institución o empresa el trabajo del comunicador está siendo poco valorado puesto que en los cargos de comunicación institucional tienen trabajando a otras profesionales que trabajan muy básicamente. |
| 5. Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador organizacional     | La problemática de este artículo se ve inmiscuida dentro de las nuevas capacidades que permiten un aporte positivo en el perfil del comunicador, las cuales son se deben dar a conocer por medio de estas investigaciones. | Actualizar y establecer las características y habilidades específicas del comunicador organizacional o en las organizaciones.                 | Mixta. Cualitativa por medio de revisión bibliográfica y cuantitativa a través de encuestas a egresados de comunicación en Colombia. | Los estudiantes están capacitados correctamente en lo que de teoría y escuela se trata pero existe una brecha que separa del trabajo real ya como profesional.   | Al concluir con la investigación de la temática se concluyó que existen alrededor de unas 20 capacidades que el comunicador debe tener.   |
| 6. Las tecnologías de la información y comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. | Al identificar la problemática dentro de este artículo que responder la cuestión del porqué es importante el uso de las TICs en la   | Identificar el uso de las tic en la educación inclusiva.  | Cualitativa por medio de revisión bibliográfica.   | La incorporación del tic en la educación debe tener un proceso de aplicación e identificación para que sea tomada como   | El mundo en el que viven las personas está cada vez más adelante en la tecnología por eso la educación no debe estar apartada de ella, aunque se debe plantear que lo   |

	educación.			método de aprendizaje.	importante la capacitación y la relación personal que antepone la tecnología.	
7.	Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas	La responsabilidad social es parte de un profesional, pero lo perjudicial para una empresa es cuando esta no se proyecte en las empresas.	Caracterizar la importancia de la responsabilidad social en el ámbito laboral.	Metodología cualitativa, revisión bibliográfica.	Las prácticas laborales sociales son esenciales para la justicia laboral.	Las buenas relaciones laborales son fundamentales para el ambiente laboral.
8.	Limitaciones en el uso y apropiación de tecnologías de información y comunicación para la negociación internacional en empresas colombianas	El siguiente artículo menciona la problemática sobre la falta de uso de las tecnologías de la información y comunicación en los procesos de negociación internacional.	Establecer las principales limitaciones y razones que impiden el uso y la apropiación de TIC para el proceso de negociación internacional, y proponer una solución a estos motivos, para incentivar así el uso de dichas tecnologías.	Método Mixto donde para el método cualitativo se realizó la revisión bibliográfica y para el cualitativo aplicado por medio de la encuesta a 380 empresas que trabajan con importaciones y exportaciones.	Entre los resultados obtenidos se destaca a la falta del conocimiento en el uso de las TICs lo que impide el uso de las mismas.	Es necesario la divulgación de las tecnologías de la información y la comunicación porque para empresas como estas es primordial que se conozca uso puesto que las herramientas que las caracterizan facilitan el trabajo en general.
9.	La representación social de instituciones públicas de índole política en la ciudadanía del estado de Colima	La desaprobación por parte de la sociedad mexicana, de las actualizaciones de miembros políticos especialmente políticos.	Identificar la posible representación social que ostenta la ciudadanía colimense respecto de este tipo de instancias e identificar la influencia que las actuaciones institucionales	Metodología cualitativa y cuantitativa. Por medio de un cuestionario en línea y entrevistas a ciudadanos de alta interacción social.	A pesar de la desaprobación los ciudadanos como tal esperan que en un futuro todo sea diferente.	La violencia y los altos niveles de pérdida en la economía hicieron que los colimenses sienten ese rechazo ante los representantes públicos de Colima.

			tienen sobre la cultura que el individuo distingue como referente de acción.			
10	Relaciones Públicas y social media. Proactividad de las empresas españolas en las redes sociales audiovisuales	La reputación corporativa que muestran las organizaciones mediante el diagnóstico de las redes sociales audiovisuales.	Analizar el empleo de las redes sociales audiovisuales más importantes por las cincuenta primeras empresas del ranking de reputación corporativa	Metodología mediante el diseño de índice de actividad global en redes sociales audiovisuales	La mitad de las empresas analizadas muestran un nivel de presencia en las redes sociales audiovisuales más que de la pro actividad de las empresas.	Las empresas necesitan profesionales especializados en compartir contenido digital para que sea visto como un aporte positivo más que por la presencia del mismo.
11	La comunicación como agente dinamizador de los factores de calidad empresarial.	La falta de comunicación en las empresas afectando así la productividad de la misma.	Analizar la comunicación como una fuerza activa y su relación con los factores de calidad desde cuatro perspectivas como son: liderazgo, satisfacción de necesidades de los clientes internos, estímulos y sanciones, horizonte institucional y mejora continua en empresas manufactureras de Ecuador.	La metodología es cuantitativa para relacionar los factores de calidad de canales de comunicación con las empresas del Ecuador.	Predomina la comunicación descendente en la población analizada.	La comunicación es una herramienta primordial para las empresas y deben ser desempeñadas todas las clases de comunicación en su totalidad, ya sean ascendente, descendente y lateral, estas ayudarán en la productividad empresarial.

12	Tecnologías de la información y la comunicación: Evolución del concepto y características	El uso específico de las tic como aliado de la comunicación.	Realizar una revisión de las conceptualizaciones de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) aplicadas a la Educación dadas en las tres últimas décadas y las características que delimitan este constructo.	Método cualitativo por medio de la revisión bibliográfica.	Las tic se encuentran en un nivel catalizador de los cambios sociales.	Los retos de las tecnologías de la información y comunicación son, la aproximación de la información al conocimiento y la apertura de un conocimiento artificial y automático.
13	Empresa privada: principal socio en el posconflicto y la construcción de la paz.	Develar el papel que cumple la empresa privada en cuanto a la construcción de la paz en la sociedad.	Desarrollar una reflexión sobre el rol de la empresa privada en el posconflicto, la construcción de paz en Colombia y sobre los mecanismos que tiene para desempeñarlo	Metodología documental	Las empresas privadas tienen un papel primordial en la construcción de la paz.	Las empresas privadas tienen un papel fundamental en la construcción de la paz, pero debe relacionar sus esfuerzos con la sociedad.
14	Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local	Falta de innovación en la competitividad empresarial.	Realizar un análisis de los niveles de innovación en Colombia y Norte de Santander.	Metodología documental.	El nivel de innovación en Colombia es muy básico y bajo en comparación con los de américa latina, américa del norte.	La innovación cumple un papel fundamental en el desarrollo del sector empresarial, pero debe desarrollarse aún más en Colombia.



- 15 . Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas
- Cantidad de mediana y pequeñas empresas se dedican a la innovación y tecnología.
- Establecer el nivel de innovación en tecnología y direccionamiento o estratégico de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la ciudad de Barranquilla, Colombia.
- Investigación descriptiva mediante el uso de técnica de recolección de datos.
- La mitad de las empresas se encuentran en la categoría de medianas empresas mientras que el 40% están dedicadas a la innovación y tecnología.
- La innovación y la tecnología es un campo que según esta investigación aún no ha sido explorado en su totalidad es por eso la minoría de medianas y pequeñas empresas se dedican a este factor.
- 16 . ¿Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación?
- La aparición de las nuevas profesiones que se desarrollan a partir de la comunicación, debido a la aparición de las nuevas tecnologías.
- Identificar las nuevas profesiones derivadas de la comunicación en la actualidad.
- Metodología cualitativa mediante la revisión bibliográfica.
- Las nuevas profesiones son las siguientes: Analista de web, especialista en *big data*, *Ethical hacker*, desarrollador de aplicaciones, diseñador web, especialista en generación de datos, ingeniero en contenido online, ingeniero en video, etc.
- El accionar de estas nuevas profesiones puede tener un nicho de confusión pues debido a que todas se derivan de la comunicación, prostituyendo o desvalorizando lo que ser comunicador se trata.
- 17 . Percepciones y expectativas sobre las competencias laborales en TICs en el perfil profesional del comunicador de la ciudad de Cochabamba al 2017
- El comunicador en su contexto laboral ¿está capacitado en cuanto a nuevas competencias en su área?
- Saber cómo andamos con relación a la preparación y la demanda del contexto cochabambino institucional sobre las competencias
- Metodología cualitativa mediante entrevistas.
- El comunicador de Cochabamba se establece como un comunicador digital o audiovisual.
- Las TICs en el comunicador tienen un sentido practicista, de tal manera lo hace capaz de adquirir nuevas competencias por medio de la práctica.

		del comunicador en el ámbito laboral.				
18	Las tecnologías de la información y la comunicación: cambios en el modelo de comunicación	La nueva sociedad generada por el uso de las tic debe ir racionalizando y comprendiendo con más precisión su uso.	Identificar los modelos de comunicación en la actualidad, enmarcados en las TICs.	Método cualitativo, revisión bibliográfica.	Se encuentran: modelo lineal, modelo circular y la nueva comunicación y el nuevo modelo.	Los modelos identificados son los primordiales en cuanto a comunicación intra personal e impersonal se habla.
19	La importancia de los departamentos de comunicación y relaciones públicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta	La proliferación de los departamentos de comunicación en la ciudad de Manta.	Demostrar la importancia de un departamento encargado de dirigir la comunicación institucional y las relaciones públicas en los aeropuertos internacionales, para lo cual se tomó como estudio de caso; el Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta	Metodología mixta, enmarcado en la descripción, estadística y bibliografía.	La existencia de un departamento de comunicación es necesario para que de esta manera genere y redirecciones los mensajes institucionales a su público específico.	Invertir en el departamento de comunicación del aeropuerto será un factor positivo puesto que impondrá el manejo de la información viéndose reflejado en sus públicos.
20	Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo	Conceptualización de perfil profesional como una guía para las personas adultas.	Evaluar la relación existente entre los valores relativos al trabajo y algunos perfiles	La metodología usada fue cuantitativa con el instrumento de la Escala Argentina de Valores Relativos al	Existe un contraste muy variable en base a realización personal de las profesiones que pertenecen al análisis.	Es preciso que aquellos que tienen una de estas profesiones como Marketing en ventas, contabilidad y administración consideren la realización personal puesto que es lo que mayor influencia tiene.

			profesionales (contabilidad y administración, marketing y ventas, y recepción).	Trabajo		
21	Percepción, activos intangibles y <i>stakeholders</i> : modelo para el análisis de imagen corporativa	La imagen corporativa como activo intangible de la institución	Conocer cuáles son los factores que influyen sobre la percepción que tienen los <i>stakeholders</i> sobre la institución	Metodología cualitativa y cuantitativa	La imagen corporativa permite identificar a la institución de las otras, es su símbolo de identidad.	Proyectar una imagen sólida y representativa de la organización es lo que marca la diferencia.
22	Orientaciones profesionales de los comunicadores sociales	La posición de los comunicadores sociales con referencia en lo político, social, laboral y académico de la ciudad de Guayaquil.	Analizar la posición laboral del comunicador social en la actualidad.	Método cualitativo y cuantitativo mediante encuestas, entrevistas y revisión bibliográfica.	La comunicación es un factor en constante evolución por lo que requiere de nuevos conocimientos e implementos que aporten satisfactoriamente al perfil de comunicador.	Las áreas del comunicador son extensas y con las nuevas tecnologías permiten que el comunicador pueda desempeñar en varias áreas de trabajo.
23	Hacia una concepción estratégica de la responsabilidad empresarial (RSE)	La aplicación de la responsabilidad empresarial en las organizaciones.	Brindar a los responsables de Relaciones Públicas una serie de premisas teóricas y metodológicas para emprender programas de RSE	Metodología cualitativa, y revisión bibliográfica.	Existe la dispersión y la desorientación de la responsabilidad social empresarial debido a la falta de emprendimientos y de los <i>stakeholders</i> .	La importancia de la RSE radica en que debe ser aplicada en las empresas puesto que son el desarrollo de estas.

24	Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes	Estudio del perfil del periodista y sus funciones en el entorno multimedia.	Ofrecer un análisis de las cualidades, funciones y perfiles tradicionalmente atribuidos al periodista y trasladados al entorno multimedia para determinar y concretar las posibles variaciones que den respuestas a las nuevas necesidades formativas.	La metodología usada en la cualitativa con la revisión documental y la entrevista	Existen variables inalterable entorno a la relación del académico y profesional en periodismo.	EL contexto mediático hace necesario el estudio de la tarea periodística en la actualidad, aunque requiere un análisis más científico y de campo.
25	Perfil del profesional de la comunicación interactiva	El cambio de la comunicación interactiva, acorde a las nuevas prácticas tecnológicas que se han desarrollado a partir de las nuevas tecnologías.	Identificar las características que identifican el perfil profesional del comunicador interactivo.	Metodología cualitativa mediante; estudio bibliográfico, análisis comparativo y estudio de casos.	La comunicación interactiva acorde a los resultado de esta investigación denotan una eclosión de una especialidad que cada vez tiene mayor especialidad en lo digital	Lo que la formación proyecta está muy lejos de su lenta asimilación en el sector laboral.
26	Función relacional, comunicacional y sinérgica de las Relaciones Públicas en las organizaciones públicas y privadas del Perú.	Diferencias que existen en la relación funcional de los relacionistas públicos de empresas privadas y públicas en Perú.	Comparar la función relacional que utilizan los responsables de RR. PP. de las organizaciones	Metodología cuantitativa mediante el estudio exploratorio, no experimental, descriptivo, comparativo y de	Existen niveles altos en el mensaje unidireccional de la relación humana, administración de la controversia pública y subfunción que están muy dimensionados en	Las funciones del comunicador están de sí conectadas pero lo que tiene conexión en referencia a la relación funcional es el mensaje unidireccional, la administración y las dimensiones corporativas.

			públicas y privadas del Perú.	modalidad intracultural.	corporaciones privadas de Lima	
27	Tres formas importantes de comunicación corporativa	Las relaciones públicas y el <i>marketing</i> se han ido ramificando en otras áreas de trabajo lo que se plantea como problemática al no saber cuál es la forma de trabajar con la comunicación corporativa.	Identificar las distintas formas de trabajar de la comunicación corporativa e institucional es el secreto de esta investigación.	Metodología cualitativa, descriptiva.	Las tres formas de trabajar dentro de la comunicación corporativa es analizando estos tres conceptos, comunicación de dirección, comunicación de <i>marketing</i> y comunicación corporativa.	La comunicación corporativa identifica a estas tres características como las pertenecientes a la comunicación dentro de las empresas.
28	El Comunicador Estratega Sustentable, un planificador prospectivo de los intangibles sociales	Modelo de formación para un comunicador estratega	Gestionar la construcción de un modelo de formación para el comunicador estratega.	Metodología cualitativa, revisión bibliográfica.	El nuevo modelo formativo de comunicación estratégica consta de herramientas estratégicas y tecnología.	Este modelo de formación comunicativa le brinda al futuro profesional la capacidad de destacar en el área laboral.
29	El trabajo colaborativo y la socio formación: un camino hacia el conocimiento complejo	Las nuevas perspectivas de aprendizaje enfocadas en las nuevas realidades sociales.	Analizar la naturaleza del trabajo colaborativo en el marco del enfoque socioformativo, con el fin de orientar su aplicación y generar nuevas líneas de investigación.	Análisis documental en la línea cualitativa.	La resolución de problemas el contexto y la metacognición para el trabajo colaborativo son el principio fundamental en la socioformación.	El necesario en la actualidad la convergencia de los aprendizajes y sus técnicas puesto que en la actualidad existen distintas realidades sociales.

30	Los desafíos competenciales del Dircom venezolano identificados en LCM 2016 - 2017	Desafíos en la era digital que implican en el desempeño del comunicador institucional.	Definir el perfil del DIRCOM en relación con <i>Latin American Communication Monitor</i>	Metodología cualitativa y cuantitativa, encuestas y revisión bibliográfica.	La tendencia y desafíos que se plantea el comunicador DIRCOM en Venezuela son la necesidad de aproximación a manejo de big data y algoritmos programados, las formas de relacionamiento (engagement) con los stakeholders y la articulación con influenciadores de redes sociales.	Los desafíos competenciales y la dinámica relacional deben ser equilibrada para el comunicador de DIRCOM.
----	--	--	--	---	--	---

Fuente: (Belcher, 2017)

Elaborado por: Fernanda Cáceres

#### 4.5. Resultados globales del estudio

Al término de la investigación, se llegó a los siguientes resultados generales: La investigación realizada, hace un análisis en la influencia de las tecnologías de información y la comunicación en perfil del comunicador. Comprobando con análisis científicos y de especialistas, tanto en comunicación como en tecnología se infiere que, en primera instancia, la comunicación es una profesión que se encuentra en constante cambio, no porque cambie la manera de transmitir información ya que la principal influencia que tienen las TIC en la comunicación es el medio por el cual se transmite la información.

Cabe recalcar que para los comunicadores se plantean nuevos retos en cuanto a aprendizaje de manejo tecnológico y la manera en contar sus historias, puesto que actualmente existen nuevos canales por los cuales se transmite información para los cuales el mensaje puede ser el mismo, pero las estructura, el público y la manera de transmitir el mensaje es lo que cambia, es decir el fin del comunicador siempre será contar historias, pero adaptándola a estos nuevos medios.

Para los entrevistados, los comunicadores se deben formar y ser capaces de transmitir una información por todos los medios que abundan en la actualidad, puesto que se plantea no es lo mismo contar una historia por un programa televisivo que por una red social ya influyen cuestiones de tiempo tanto en vídeo, tamaños de fotografías y el conocimiento del uso manejo de *SEO*, la capacidad de captar atención en estos medio y para culminar el tener el conocimiento del manejo de programas de edición y diagramación que ayuden a la creación de productos audiovisual y multimedia que abundan en estos medios. Por lo tanto, como la tecnología es cambiante y avanza con tal rapidez que cambia los perfiles profesionales de las carreras del futuro en este caso la comunicación.

Dentro de las instituciones a las cuales se tomó como objeto de estudio y de acuerdo con las entrevistas a especialista en todas las ramas de la comunicación, se llegó a la conclusión de que la labor del comunicador cambia acorde a su especialidad, es decir un periodista no tiene que hacer el mismo trabajo que un comunicador audiovisual o un comunicador digital.

Es verdad que todas las especialidades se parecen porque pertenecen a la comunicación pero en sí la labor del comunicador institucional en la actualidad sigue siendo la misma y la más completa ya que se desempeña en todos los ámbitos de la comunicación pero lo que cambia es el manejo de las plataformas, programas y aparatos tecnológicos, antes el papel de la comunicación institucional se veía envuelto solamente en las relaciones públicas.

Pero en la actualidad, hace mucho más que cuidar la comunicación interna y externa porque como ya se mencionó existen nuevos canales y nuevos públicos con cuales se debe mantener una comunicación.

El escenario en la ciudad de Machala es distinto porque las instituciones privadas recién están implementando los departamentos de comunicación, siendo este un trabajo muy básico de este modo a la institución le toca invertir en la formación de sus empleados para desempeñar este cargo como es el caso *Orense Sporting Club* y *Corporación Palmar* ya que ellos contratan estos servicios digitales de otra empresa, aunque en sus departamentos se trabaja acorde a la actualidad, esto con diferencia a las empresas públicas donde dos de ellas cuentan con un equipo de profesionales que pertenecen a cada área del departamento, estas son la Municipalidad de Machala y el ECU 911 cabe recalcar las las dos son instituciones gubernamentales, es decir ya tienen definidas sus áreas laborales. Los expertos en comunicación digital mencionaron la importancia del comunicador al estar en constante formación de en cuanto a alfabetización digital se trata, para un comunicador institucional es importante tener todas las capacidades que le convierten como comunicador debe saber, en conclusión el manejo de programas digitales de edición y diagramación, el uso de las TIC pues más allá de saberlas usar se encuentra el factor de la actualidad en la que se encuentran los profesionales pues la comunicación jamás estará separada de la tecnologías y por último mencionaron la capacidad que todo comunicador debe tener y es el saber contar historias, puesto que a pesar de que se han logrados grandes avances en la comunicación con las tecnología, está aún no es capaz de contar historia como la realizan los humanos y en este caso los profesionales en comunicación. Una de las característica a la que se vio vinculada esta investigación fue la localidad puesto que Machala es una ciudad pequeña donde las empresas privadas aún no explotan en su totalidad la comunicación institucional ya que se cumple con el trabajo únicamente de relaciones públicas pero con la diferencia que en este caso la persona encargada es la que realiza todo el trabajo del aparente equipo de comunicación en comparación con las instituciones públicas donde existe el equipo de trabajo con profesionales capacitados para cada área de comunicación institucional. Teniendo esta perspectiva de antemano se concluye que las características del perfil del comunicador en instituciones públicas y privadas de la ciudad Machala depende de la institución para la cual el comunicador esté trabajando, en el caso de las instituciones privadas si el comunicador no tiene las capacidades o los conocimientos tecnológicos las instituciones realizan contratos con otras empresas que se dedican como por el ejemplo al diseño, manejo de redes sociales, uso del SEO, etc.



Entre esas características están manejo de comunicación interna y externa, manejo de *social media*, manejo de cámaras tanto video como fotografía, programas de diseño, edición y diagramación, protocolo, habilidad para transmitir un mensaje o presentar, y para culminar algo que todos los comunicador deben saber es tener la capacidad para contar historias debido a que todas estas características que pertenecen al perfil del comunicador institucional en la actualidad serán usadas con el único fin de contar una historia.

## 4.6. Conclusiones

A modo de consideración final se enuncian las siguientes conclusiones en correspondencia con los objetivos de la investigación:

- La competencia digital en la actualidad ha hecho surgir nuevas profesiones en el ámbito comunicacional, tal es el caso del comunicador ya que actualmente realiza un trabajo multiplataforma, innovando el aprendizaje y las exigencias de las características tecnológicas que pertenecen al perfil de comunicador institucional. En conclusión la relación que tiene competencia digital con el perfil del comunicador institucional es trascendental, debido a los avances tecnológicos, es decir, si el comunicador no dispone de las competencias digitales, no podrá desempeñar este cargo, Machala como tal es una ciudad donde la comunicación institucional está comenzando a ser aplicada y por ello es primordial ir de la mano con la innovación, la capacitación y la formación en el uso las nuevas tecnologías, para desempeñar un cargo a la altura de un profesional en comunicación de multiplataformas.
- En conclusión dentro de las funciones que el comunicador institucional realiza en su entorno inmediato de trabajo en las instituciones tomadas como unidad de análisis se encuentran: Manejo de comunicación interna, implementación de mensajería por medio de uso de plataformas digitales, renovación y diseño de marca institucional, organización de eventos, maestro de ceremonia, manejo de comunicación externa, diseño de imagen multiplataforma, edición de fotografía, video y audios, diagramación de revistas, manejo de cámaras fotográficas y de video, redacción para distintos medios, entre ellos diarios, revistas y redes sociales, gestión y creación de contenido para páginas web y de redes sociales.
- El perfil del comunicador institucional del cantón Machala de acuerdo al análisis realizado se concluye que debe tener bases en el aprendizaje de la comunicación tales como redacción, saber contar la historia, identificar las fuentes y los públicos, facilidad de expresión y la habilidades tecnológicas que en la actualidad se requiere la formación, las cuales fueron mencionadas a lo largo de la investigación.
- La tecnología actualmente ha tenido demasiados avances novedosos en todos los ámbitos, debido a esto se busca analizar la importancia de la alfabetización digital ya que es un factor que debería ser de suma importancia para los profesionales, de este modo se concluye que su importancia radica en dos factores, el primero es desarrollar

las capacidades y habilidades tecnológicas para poder usar los instrumentos tecnológicos de los comunicadores y como segundo factor es el saber identificar el tipo de información que radica en web para evitar las conocidas *fake news*. A partir de esa idea se fragmenta a la alfabetización digital como ventaja para el perfil del comunicador institucional.

#### 4.7. Recomendaciones

- El estudio de las tecnologías y su influencia en el perfil del comunicador es una parte dentro de este campo análisis que se recomienda para futuras investigaciones ya que las tecnología, los profesionales y la comunicación están y estarán en constante avance. A medida que la tecnología va cambiando lo hace también la manera de comunicar por ende es recomendable el estudio y análisis de temas que van acorde a la actualidad y aportan factores positivos para aterrizar a los futuros profesionales en comunicación que pueden tener estos dos aspectos con los que la autora se encontraba al inicio de la investigación; pensar no tener plazas de trabajo en su ciudad y que comunicar era solo redactar y entrevistar.
- Para poder contemplar mejores resultados referentes al tema se recomienda, incluir un foro a un grupo de estudiantes egresados en comunicación, donde demuestren sus conocimientos en cuanto a uso de programas digitales, para demostrar que la universidad donde se están preparando a futuros comunicadores es la adecuada para capacitar a estudiantes con un perfil acorde a las destrezas que se deben desarrollar en la actualidad.
- Se recomienda desde el principio trabajar con la perspectiva de que en el transcurso de la investigación, tanto públicos como métodos pueden cambiar o no ser los suficientes para realizar un análisis de caso, para ello la comparación de pensamientos en el tipo de entrevistados es un factor positivo dentro de un análisis de caso puesto que da una idea aún más amplia en referencia al tema de investigación.
- En cuanto a los profesionales y futuros profesionales en comunicación se recomienda apostar por la comunicación institucional, la capacitación en tecnología y uso de la misma, especialmente en la ciudad de Machala puesto que es un campo que no es desempeñado en su totalidad. Al apostar por este sector laboral se pueden adquirir ofertas de trabajo, esto según los resultados de las empresas tomadas como objeto de estudio ya que algunas de ellas mencionaron el factor falta de empleados en esta área laboral.

## Referencias bibliográficas

- Aceves, F. (2004). Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas. *Revista Comunicación y Sociedad*, 1, 93.
- Altamirano, V., Marín, I. y Ordoñez, K. (2018). Comunicación turística 2.0 en Ecuador. Análisis de las empresas públicas y privadas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 635.
- Álvarez, C. y San Fabián, J. (2012). La elección del estudio de caso en investigación educativa. *Revista Gazeta de antropología*, 28 (14), 3.
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017). Gestión de comunicación corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72 (5), 525.
- Azar, R. (2017). ¿Qué desafíos enfrentan los comunicadores del siglo XXI?. *Revista Controversia*, 13(1), 28.
- Baranda del Campo, C. (2015). La comunicación institucional, epicentro de la empresa. *Revista Documentación de las Ciencias de la Información*, 38, 146.
- Belcher, W. (2017). *Cómo escribir un artículo científico en 12 semanas*. México: FLACSO México. [Tabla].
- Barrero, A. y Palacios, J. (2015). Reflexiones sobre el papel del comunicador social y competencias del comunicador en las organizaciones. *Revista Poliantea*, 11(20), 203.
- Cabero, J. y Ruiz, J. (2017). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulando la brecha digital. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Educativa*, 9,16-30.
- Camacho, J. (2015, enero-junio). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*, 20, 9.
- Campos, G. y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 49.
- Cano, J. y Baena, J. (2017). Limitaciones en el uso y apropiación de tecnologías de información y comunicación para la negociación internacional en empresas colombianas. *Observatorio (OBS) Journal*, 11, 115.
- Cárdenas, J. (2017). La representación social de instituciones públicas de índole política en la

- ciudad del estado de Colima. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 23, 58.
- Costa, C. y Fontela, B. (2016). Relaciones Públicas y social media. Proactividad de las empresas españolas en redes sociales audiovisuales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 6(11), 238.
- Chamba, L., Higuerey, A. y Pardo, M. (2018). La comunicación como agente dinamizador de los factores de calidad empresarial. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, (E16), 259.
- De Kerckhove, D. (1999). *La piel de la cultura. Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- Fernández, R. (2001). La entrevista en la investigación cualitativa. *Revista Pensamiento actual*, 2(3), 15.
- Grande, M., Cañon R. y Cantón I. (2016). Tecnologías de la información y la comunicación: Evolución del concepto y características. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Educativa*, 6, 225.
- González, J. (2016). Empresa privada: principal socio en el posconflicto y la construcción de paz. *Revista Panorama*, 10(18), 87.
- González, J. (2015). Innovación y tecnología, factores claves de competitividad empresarial. Una mirada desde lo local. *Revista Letret*, 7, 112.
- Guirao, J., Olmedo, A. y Ferrer, E. (2008). El artículo de revisión. *Revista Iberoamérica de Enfermería Comunitaria*, 1(1), 5.
- Hernández, H., Cardona D. y Del Rio J. (2017). Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación Tecnológica y Gestión Administrativa en las Pequeñas Empresas. *Información Tecnológica*, 28(5), 17.
- INEC (2017). Directorio de empresas 207. Ecuador en cifras. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Karam, T. (2017). ¿Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación? *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 14(27), 56 - 67.
- López, C. (2013). Historia de las RRPP. Blog del docente del Área Comunicación Corporativa y Empresaria en la Facultad de Diseño y Comunicación. Recuperado de <https://bit.ly/2eK8szP>
- López, J. (2017). Percepciones y expectativas sobre las competencias laborales en TICs en el perfil profesional del comunicador de la ciudad de Cochabamba al 2017. *Revista Compás Empresarial*, 8(22), 11.

- López, R. y Deslauriers, J. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Revista Margen*, 61, 7.
- Lucas, A. (2006). Las tecnologías de la información y la comunicación: Cambios en el modelo de comunicación. *Revista Homologramática*, 1(4), 15 - 33.
- Márquez, J., García, W. y Mejía L. (2017). La importancia de los departamentos de comunicación y relaciones públicas en los aeropuertos internacionales. Estudio de Caso: Aeropuerto Internacional Eloy Alfaro de Manta. *Revista Razón y Palabra*, 21(2-97), 590.
- Martínez, L. (2007). La Observación y el Diario de Campo en la Definición de un Tema de Investigación. *Revista Perfiles Libertadores*, 4(80), 74-76.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (síntesis conceptual). *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 128.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista Pensamiento y Gestión*, 20, 168-169.
- Martínez, R. y Gonzáles, C. (2018). Comunicación de Marca en Instagram, ¿Una Cuestión de Género? El Rol del Influencer de Moda. *MCS-Masculinities and Social Change*, 7(3), 236.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Meza, M. (2009) Concepto de relaciones públicas. Mi espacio. Recuperado de <https://bit.ly/2RgVTTX>
- Moreno, J. & Marcaccio, A. (2014). Perfiles profesionales y valores relativos al trabajo. *Revista Ciencias Psicológicas*, 8(2), 130.
- Pasquel, G., Báez, V., Pauker, L. y Apolo, D. (2016). Percepción, activos intangibles y stakeholders: modelo para el análisis de imagen corporativa. *Revista Mediterránea*, 7(1), 5.
- Revista Gestión (2015). Índice Ranking Anual. *Revista Gestión*. Disponible en: <https://bit.ly/2lvLAW0>
- Rivadeneira, E. y Montoya, T. (2017). Orientaciones profesionales de los comunicadores sociales. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 65.
- Sánchez, A. (2017). Hacia una concepción estratégica de la responsabilidad social empresarial. *Revista Cultura*, 31(6), 122.
- Sánchez, P., Campos, E. y Berrocal, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 196.

- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Soler, J. Sora, C. Freixa, P. e Ignasi, J. (2016). Perfil del profesional de la comunicación interactiva. *Revista El profesional de la Información*, 25(2), 199.
- Solis, B. (2009). *Putting the Public Back in Public Relations: How Social Media Is Reinventing the Aging Business of PR*. Estados Unidos: Pearson Education, Inc.
- Valdez, M. (2015). Función relacional, comunicacional y sinérgica de las relaciones públicas en las organizaciones públicas y privadas de Perú. *Revista Correspondencias y análisis*, 5, 64.
- Valdivia, M. (2017). Matriz de Consistencia Categorical de las Entrevistas Cualitativas. Blog de educación. [Tabla]. Recuperado de <https://cutt.ly/bwdmm4H>
- Van, C. (2018). Tres formas importantes de comunicación corporativa. *Revista Razón y Palabra*, 22(1\_100),148.
- Vásquez, M. (2017). El comunicador estrategia sustentable, un comunicador prospectivo de los intangibles sociales. *Revista Estrategas, Investigación en Comunicación*, 4, 80 - 81.
- Vázquez, J. M., Hernández, J., Vázquez, J., Juárez, L., y Guzmán, C. (2017). El trabajo colaborativo y la socioformación: un camino hacia el conocimiento complejo. *Revista Educación y Humanismo*, 19(33), 340.
- Vinueza, G. (2015). *Monitoreo de medios y planificación de la información*. Emaze. [Tabla].
- Yamil, X., Furiati C. y Moreno Á. (2018). Los desafíos competenciales del DirCom venezolano identificados en LCM 2016 -2017. *Revista Comhumanitas*, 9(2), 27.

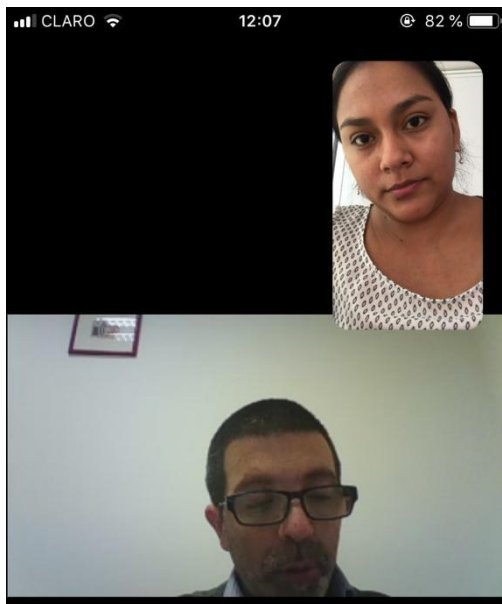


## Anexos

### Entrevistas

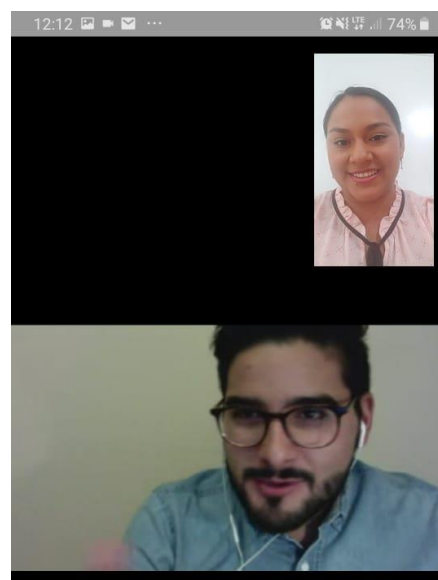
#### Comunicadores digitales y nuevos medios.

Entrevista a Francisco Albarello, experto en medios digitales.



Entrevista a Miguel Loor, experto en comunicación digital.

#### Videollamada



### Profesionales especializados en tecnología

Entrevista a Jennifer Célleri, docente y Coordinadora de la Maestría en Software de Universidad Técnica de Machala.



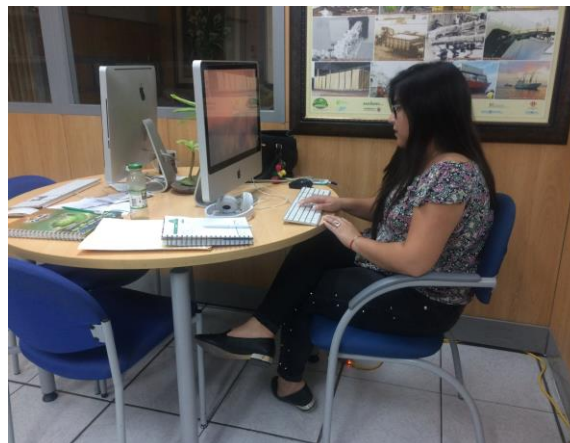
Entrevista de Iván Ramírez, docente de transferencia en tecnologías de la Universidad Técnica de Machala.

Entrevista Henry Pineda, publicista y especialista en Adobe profesional.



## Comunicadores Institucionales

Entrevista a Karen Andrade, Licenciada en Comunicación y Relaciones Públicas y Encargada de Relaciones Públicas y ejecutiva de cuentas de UPA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
Calidad, Pertinencia y Calidez  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Machala, 25 de junio de 2019.

Lic. Luis Aguilar Pesantez  
Gerente General de UPA

Presente.

De mis consideraciones:

Yo, Fernanda Madeleine Cáceres Saltos, egresada de la carrera de Comunicación Social, de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Machala, me dirijo a usted, para solicitar de la forma más comedida y respetuosa lo siguiente:

Es de mi interés se me conceda visitar el área de comunicación institucional o relaciones públicas de vuestra institución, como unidad de análisis para la realización de mi titulación. La visita constaría de un día presencial, miércoles 27 de junio en el horario de 14:00 - 17:00 horas. Primero se realizará una entrevista al encargado de este departamento, preguntas que van acorde al cargo que ejerce, después se aplicará cuatro fichas de observación, donde se analizará el contexto laboral, nivel de preparación del representante del departamento, habilidades de comunicador y por último la ficha de equipos tecnológicos con los que se trabaja en esta área. Su respuesta me ayudaría a culminar con mi investigación y por ende mis estudios universitarios, cabe recalcar que la información adquirida será solo para uso académico y de mi autoría, por lo que me permito solicitar a usted, autorice a quien corresponda la aceptación para la visita.

Agradeciendo su atención a la presente, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi mayor estima.

Atentamente.

  
Egre. Fernanda Cáceres

Egresada-Tesista

  
Fernanda Tusti

Tutora de Trabajo de Titulación

Contactos:  
0987606239  
fcaceres\_est@utmachala.edu.ec



UPA COMUNICACIONES S. A.  
  
KAREN ANDRADE



Entrevista a Alfredo Benítez, Licenciado en Comunicación Social y encargado de Relaciones Públicas en Palmar.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
Calidad, Pertinencia y Calidez  
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Machala, 26 de junio de 2019.

Abg. Daniela Palacios  
Financiera de División Exportadora Palmar

Presente.

De mis consideraciones:

Yo, Fernanda Madeleine Cáceres Saltos, egresada de la carrera de Comunicación Social, de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Machala, me dirijo a usted, para solicitar de la forma más comedida y respetuosa lo siguiente:

Es de mi interés se me conceda visitar el área de comunicación institucional o relaciones públicas de vuestra institución, como unidad de análisis para la realización de mi titulación. La visita constaría de un día presencial, 26 de junio, de 14:00 a 16:00 horas. Primero se realizará una entrevista al encargado de este departamento, preguntas que van acorde al cargo que ejerce, después se aplicará cuatro fichas de observación, donde se analizará el contexto laboral, nivel de preparación del representante del departamento, habilidades de comunicador y por último la ficha de equipos tecnológicos con los que se trabaja en esta área. Su respuesta me ayudaría a culminar con mi investigación y por ende mis estudios universitarios, cabe recalcar que la información adquirida será solo para uso académico y de mi autoría, por lo que me permito solicitar a usted, autorice a quien corresponda la aceptación para la visita.

Agradeciendo su atención a la presente, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi mayor estima.

Atentamente.

  
Egre. Fernanda Cáceres

Egresada-Tesista

  
Fernanda Misa



Tutora de Trabajo de Titulación

Contactos:  
0987606239  
fcaceres\_est@utmachala.edu.ec



COMERSUR CIA. LTDA.  
Jesús Misa, 26 de junio de 2019.  
Firma Autorizada

Entrevista a Leonardo Salas, Licenciado en Comunicación Social y encargado del departamento de comunicación institucional de Orense S.C.


**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
*Calidad, Pertinencia y Calidez*  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**


Machala, 24 de junio de 2019.

Ing. Martha Romero  
Gerente de Orense Sporting Club  
Presente.

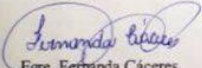
De mis consideraciones:


Yo, Fernanda Madeleine Cáceres Saltos, egresada de la carrera de Comunicación Social, de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Machala, me dirijo a usted, para solicitar de la forma más comedida y respetuosa lo siguiente:



Es de mi interés se me conceda visitar el área de comunicación institucional o relaciones públicas de vuestra institución, como unidad de análisis para la realización de mi titulación. La visita constaría de un día presencial, martes 25 de junio en el horario de 14:00 - 17:00 horas. Primero se realizará una entrevista al encargado de este departamento, preguntas que van acorde al cargo que ejerce (*adjunto las preguntas con el oficio*), después se aplicará cuatro fichas de observación (*adjunto las fichas con el oficio*) donde se analizará el contexto laboral, nivel de preparación del representante del departamento, habilidades de comunicador (*esta ficha se la realizará al director de la empresa respecto al encargado de esa área*) y por último la ficha de equipos tecnológicos con los que se trabaja en esta área. Su respuesta me ayudaría a culminar con mi investigación y por ende mis estudios universitarios, cabe recalcar que la información adquirida será solo para uso académico y de mi autoría, por lo que me permito solicitar a usted, autorice a quien corresponda la aceptación para la visita.

Agradeciendo su atención a la presente, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi mayor estima.

Atentamente.

  
 Egre. Fernanda Cáceres  
 Egresada-Testista

  
 Fernanda Tusa  
 Tutora de Trabajo de Titulación

CS Scanned with CamScanner





Entrevista a Angie Espinoza, Licenciada en Comunicación Social y encargada del departamento de comunicación institucional del Cuerpo de Bomberos de la Municipalidad de Machala.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA  
*Calidad, Pertinencia y Calidez*  
 UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES  
 CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Machala, 1 de julio de 2019.

Cnl. Javier Astudillo  
 Jefe del Cuerpo de Bomberos Municipalidad de Machala

Presente.

De mis consideraciones:

Yo, Fernanda Madelaine Cáceres Saltos, egresada de la carrera de Comunicación Social, de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Machala, me dirijo a usted, para solicitar de la forma más comedida y respetuosa lo siguiente:

Es de mi interés se me conceda visitar el área de comunicación institucional o relaciones públicas de vuestra institución, como unidad de análisis para la realización de mi titulación. La visita constaría de un día presencial, miércoles 3 de julio en el horario de 15:00 17:00 horas. Primero se realizará una entrevista al encargado de este departamento, preguntas que van acorde al cargo que ejerce, después se aplicará cuatro fichas de observación, donde se analizará el contexto laboral, nivel de preparación del representante del departamento, habilidades de comunicador y por último la ficha de equipos tecnológicos con los que se trabaja en esta área. Su respuesta me ayudaría a culminar con mi investigación y por ende mis estudios universitarios, cabe recalcar que la información adquirida será solo para uso académico y de mi autoría, por lo que me permito solicitar a usted, autorice a quien corresponda la aceptación para la visita.

Agradeciendo su atención a la presente, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi mayor estima.

Atentamente.

*Fernanda Cáceres*  
 Egre: Fernanda Cáceres

Egresada-Tesista

*Fernanda Tusa*  
 Fernanda Tusa



Tutora de Trabajo de Titulación



Contáctos:  
 0987606239  
 fcaceres\_est@utmachala.edu.ec



Entrevista a Oswaldo Galarza, Director en el área de Comunicación institucional del GAD Municipal de Machala.


**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA**  
*Calidad, Pertinencia y Calidez*  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**


Machala, 1 de julio de 2019.

Lcdo. Oswaldo Galarza  
 Director de Relaciones Públicas  
 Gad de Municipalidad de Machala

Presente.


De mis consideraciones:



Yo, Fernanda Madeleine Cáceres Saltos, egresada de la carrera de Comunicación Social, de la Unidad Académica de Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Machala, me dirijo a usted, para solicitar de la forma más comedida y respetuosa lo siguiente:


Es de mi interés se me conceda visitar el área de comunicación institucional o relaciones públicas de vuestra institución, como unidad de análisis para la realización de mi titulación. La visita constará de un día presencial, lunes 1 de julio en el horario de 15:00 17:00 horas. Primero se realizará una entrevista al encargado de este departamento, preguntas que van acorde al cargo que ejerce, después se aplicará cuatro fichas de observación, donde se analizará el contexto laboral, nivel de preparación del representante del departamento, habilidades de comunicador y por último la ficha de equipos tecnológicos con los que se trabaja en esta área. Su respuesta me ayudaría a culminar con mi investigación y por ende mis estudios universitarios, cabe recalcar que la información adquirida será solo para uso académico y de mi autoría, por lo que me permito solicitar a usted, autorice a quien corresponda la aceptación para la visita.


Agradeciendo su atención a la presente, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi mayor estima.

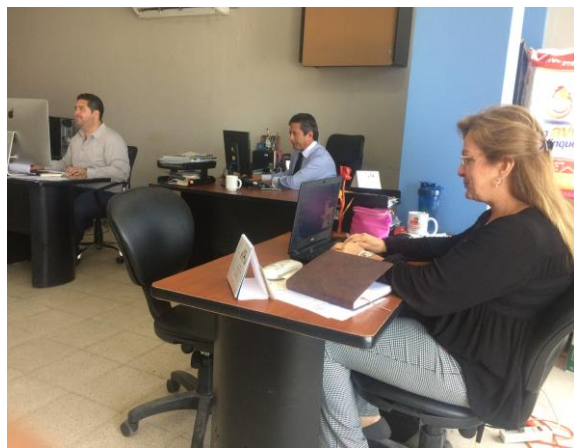
Atentamente.

  
 Egre. Fernanda Cáceres  
 Egresada-Tesista

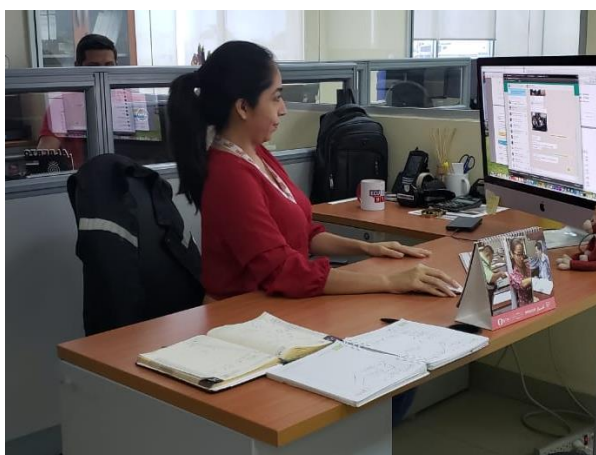
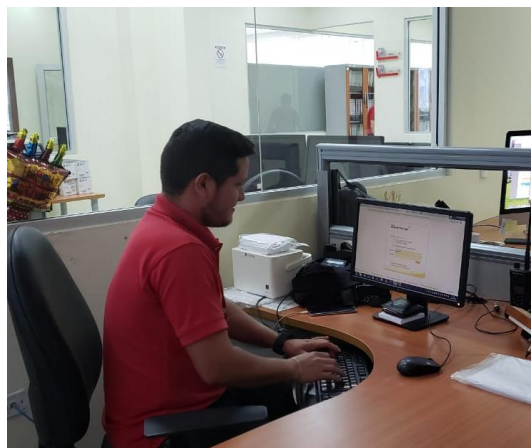
  
  
 Fernanda Iusa  
 Tutora de Trabajo de Titulación




 Contáctos:  
 9987606239  
 fcaceres\_estud@umachala.edu.ec  
 CamScanner



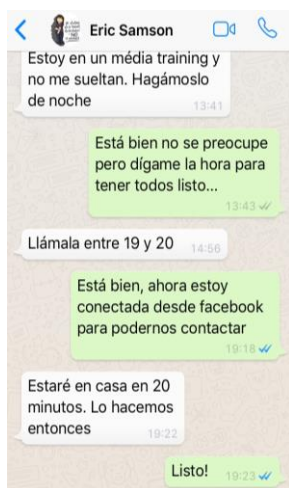
Entrevista a Alberto Samaniego, encargado de la Dirección de Comunicación Institucional de ECU 911 Zona 7.



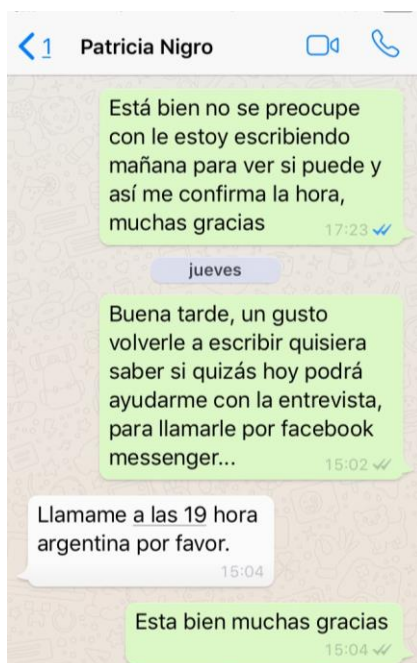


## Docentes en Comunicación.

Entrevista a Eric Samson, docente en la Universidad de San Francisco y periodista de Radio Francia Internacional.



Entrevista a Patricia Nigro, Doctora en Comunicación Social, especialista en tecnologías y educación.



## Entrevista Santiago Tejedor, Periodista de España y docente de la Universidad Autónoma de Barcelona.

**Santiago Tejedor Calvo**  
para mi

Hola Fernanda:

Saludos y abrazos.  
Te hago llegar las preguntas.  
Abrazos.  
Santi

- ¿Qué aporte tiene la tecnología en su carrera profesional?

**Está presente en mi día a día. La utilizo para el acceso a la información, la generación de contenidos y el desarrollo de intercambios dialógicos.**

- ¿Qué aconseja al profesional referente a la formación, investigación y tecnología?

**En el campo del periodismo, no deberíamos olvidar la esencia: La tecnología suma, pero el objetivo es generar buenos contenidos. Desde mi punto de vista, es decisiva la formación continuada y el aprovechamiento de los recursos que nos ofrece la tecnología.**

**De:** Fernanda Madeleine Caceres Salto <fcaceres\_est@utmachala.edu.ec>  
**Enviado el:** dissabte, 27 / juliol / 2019 16:34  
**Para:** Santiago Tejedor Calvo <Santiago.Tejedor@uab.cat>  
**Asunto:** Re: Entrevista Ecuador Universidad Técnica de Machala

Le vuelvo a saludar Santiago y de paso para agradecerle mucho por las respuestas y su aporte a mi investigación, le comento que el día de ayer me reuní con mi tutora Fernanda Tusa para hacer la revisión de la entrevista que realicé pero aumentamos algunas cuestiones, me gustaría saber si tal vez me podría ayudar respondiendo, las preguntas que redacto a continuación: Según la UNESCO, ¿qué habilidades tecnológicas debe tener el estudiante del siglo XXI?

Desconozco este aspecto.

¿Cuáles son los desafíos que plantea la tecnología para el estudiante-comunicador del siglo XXI?  
Debemos aprender nuevas rutinas de producción de contenidos informativos, pero sin olvidar la esencia y el compromiso ético de nuestra profesión. La tecnología es un complemento, una ayuda... al periodista.

¿Por qué es importante que los estudiantes de Comunicación sepan de Alfabetización Digital?  
Vivimos en un mundo infoxicado. Existen info ricos e info pobres. En ese escenario es vital saber diferenciar la información de calidad de aquella que no es de calidad. La capacidad de acceder y consultar de forma crítica y cualitativa los medios es un elemento crucial para los periodistas y para los ciudadanos. De nada servirá tener cibermedios si no tenemos ciberciudadanos.

¿Ud. considera que la tecnología es transversal y un área interdisciplinar en su pénsum de estudios?  
Sí. Totalmente. Más que de forma autónoma sería más eficaz trabajarla de manera transversal en el conjunto de asignaturas.

¿Cómo direcciona el uso práctico y real de las tecnologías en sus estudiantes?  
Intento aplicar un "learning by doing by living". Aprender haciendo y viviendo. Esto es, aplicar lo hecho en escenarios reales y cotidianos. Para mí, lo importante no es la herramienta sino la historia que contamos.

## Comunicadores en Libre ejercicio profesional

Asistente a la Expo Consorcio Pichincha, Innovación y tecnología.

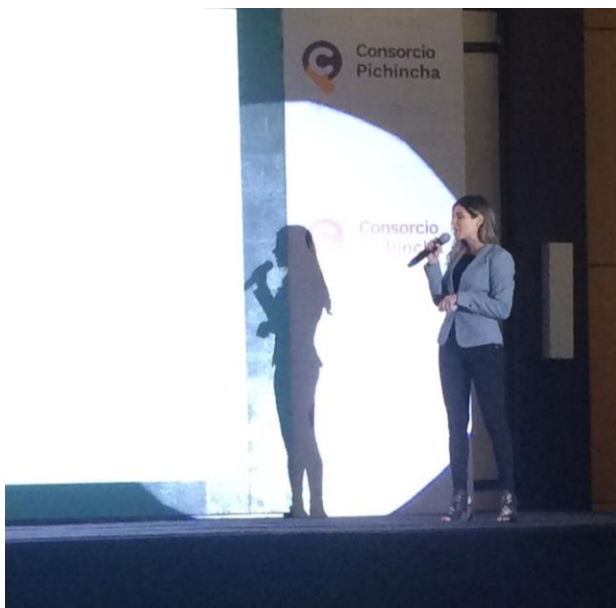


Entrevista a Úrsula Strengch, Licenciada en Comunicación Social y actual prefecta de Guayaquil





Entrevista a Adriana Rivera, Gerente de MKTSCHOOL y experta en nuevas tendencias digitales.



Entrevista de Carlos Luis Andrade, licenciado en comunicación social, abogado e influencer.

