



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

RETOS EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA ANTE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

PEREZ MONCADA BRIGETTE STEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

RETOS EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA ANTE
LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

PEREZ MONCADA BRIGETTE STEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2021



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
ANÁLISIS DE CASOS

RETOS EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA ANTE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

PEREZ MONCADA BRIGETTE STEFANIA
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

LAZO SERRANO LIZETTE IVONNE

MACHALA, 29 DE ABRIL DE 2021

MACHALA
2021

Trabajo Titulación 2020-2

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dialnet.unirioja.es Fuente de Internet	<1 %
2	croniosv.com Fuente de Internet	<1 %
3	eprints.rclis.org Fuente de Internet	<1 %
4	Submitted to Universidad Sergio Arboleda Trabajo del estudiante	<1 %
5	bjr.sbpjor.org.br Fuente de Internet	<1 %
6	repositori.upf.edu Fuente de Internet	<1 %
7	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
8	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
9	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

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

La que suscribe, PEREZ MONCADA BRIGETTE STEFANIA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado RETOSES EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA ANTE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, 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, 29 de abril de 2021


PEREZ MONCADA BRIGETTE STEFANIA
0705907285

UNIVERSITAS
MAGISTROUM
ET SCHOLARUM

DEDICATORIA

A mi madre, a mi padre, tíos (as), primos(as) y amigos (as) que la vida universitaria me permitió conocer, y que estuvieron en los momentos buenos y malos, siendo luz en mi vida.

Brigette Stefanía Pérez Moncada

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mi familia, en especial a mi madre, a los docentes que, como uno de sus propósitos, es que sus estudiantes lleguen a cumplir el sueño con el que ingresan a este mundo llamado universidad.

Brigette Stefanía Pérez Moncada

**RETOS EN EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA ANTE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

Autora Brigette Stefanía Pérez Moncada

C.I 0705907285

bperez2@utmachala.edu.ec

Coautora Lizette Ivonne Lazo Serrano

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se motiva, debido a que con la evolución digital existen cambios en el perfil de los diferentes profesionales de la comunicación; en el caso del quehacer periodístico, enfrenta una redefinición en su perfil vinculado a las transformaciones generadas por la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y como consecuencia la convergencia digital, lo cual implica que exista el dominio de nuevos lenguajes, competencias, conocimientos, habilidades y comportamientos, es por eso que es importante conocer cuáles son esos retos de los periodistas de la provincia de El Oro, en donde el periodismo digital ha tomado bastante terreno.

Teniendo en cuenta lo mencionado, la investigación denominada “Retos en el perfil profesional del periodista ante la transformación digital”, tiene como objetivo principal evaluar los retos actuales del periodista, ante la transformación digital que ha generado una redefinición en su perfil profesional y como objetivos específicos: identificar las competencias y las capacidades de los periodistas, conocer las necesidades de los profesionales y las acciones tomadas para desempeñar su trabajo, e identificar los retos que han asumido en su perfil profesional ante la transformación digital.

Para la fundamentación teórica epistemológica, que es tomada como referencia del soporte de la investigación, se abordan los siguientes temas: transformación digital en el periodismo, etapas de la transformación tecnológica en el periodismo con la web 1.0, web 2.0, web 3.0 y web 4,0, los retos del ejercicio periodístico, el perfil profesional-académico del periodista en la transformación digital, las competencias, tareas y perfiles profesionales emergentes del periodista y las estrategias de formación del perfil en la transformación digital.

La metodología aplicada para esta investigación con formato de análisis de caso, emplea el método cuali-cualitativo, análisis de contenidos, para levantar el estado de la cuestión

y los parámetros categorizados y posterior a ser aplicados a través de la investigación de campo.

Para el análisis de los datos se aplicaron entrevistas a públicos clave para el tema como: profesionales en periodismo con una experiencia profesional de más de diez años, que pertenecen al Colegio de Periodistas de El Oro (CPO) así como a medios de comunicación más importantes de la provincia; periodistas con menos de cinco años de experiencia, que iniciaron su ejercicio profesional con la era digital mucho más establecida y expuesta a más transformaciones; y expertos en el área del periodismo nacional e internacional y a la vez académicos de la comunicación con más de 20 años de experiencia en ambas áreas.

En cuanto a los análisis cuantitativos se los ha levantado con la aplicación de encuestas realizadas a profesionales en Comunicación Social graduados de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), tomando en cuenta a las dos últimas promociones que tienen menos de cinco años de haber obtenido su título profesional.

Al hablar de los resultados, se constata que las competencias y capacidades de los profesionales se han modificado a la forma de tratar de estar a la par con las exigencias, debido a que dentro de lo nuevo que han tenido que asumir, está el producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos, el ser responsable de redes sociales y de alimentar contenido a blogs, entre otros, lo cual ha implicado el reto de adaptarse de forma autodidacta y de manera formal a las innovaciones que se presentan, asumiendo la formación continua desde una estrategia de formación a través de tutoriales de YouTube hasta pocas preparaciones de posgrado, para de una u otra manera no ser desplazados o “quedar en el olvido”.

Palabras claves: Perfil profesional, Retos profesionales, Periodistas, Transformación digital y Periodismo digital.

**CHALLENGES IN THE PROFESSIONAL PROFILE OF THE JOURNALIST
IN THE FACE OF DIGITAL TRANSFORMATION**

Autora Brigette Stefanía Pérez Moncada

C.I 0705907285

bperez2@utmachala.edu.ec

Coautora Lizette Ivonne Lazo Serrano

ABSTRACT

The present degree work is motivated, because with the digital evolution there are changes in the profile of the different communication professionals; In the case of journalistic work, it faces a redefinition in its profile linked to the transformations generated by the evolution of Information and Communication Technologies (ICT) and as a consequence digital convergence, which implies that there is a domain of new languages , competencies, knowledge, skills and behaviors, that is why it is important to know them are those challenges of journalists in the province of El Oro, where digital journalism has taken a lot of ground.

Taking into account the aforementioned, the investigation called "Challenges in the professional profile of the journalist in the face of digital transformation", has as its main objective to evaluate the current challenges of the journalist, in the face of the digital transformation that has generated a redefinition in his professional profile and as objectives Specific: identifying the competences and capacities of journalists, knowing the needs of professionals and the actions taken to carry out their work, and identifying the challenges they have assumed in their professional profile in the face of digital transformation.

For the epistemological theoretical foundation, which is taken as a reference for the research support, the following topics are addressed: digital transformation in journalism, stages of technological transformation in journalism with web 1.0, web 2.0, web 3.0 and web 4,0, the challenges of journalism, the professional-academic profile of the journalist in the digital transformation, the competencies, tasks and emerging professional profiles of the journalist and the strategies for the formation of the profile in the digital transformation.

The methodology applied for this research with a case analysis format, uses the qualitative-qualitative method, content analysis, to raise the state of the question and the categorized parameters and later to be applied through field research.

To analyze the data, key public interviews were applied to the subject, such as: journalism professionals with a professional experience of more than ten years, who belong to the El Oro Association of Journalists (CPO) as well as to the most important media. . points of sale in the province; journalists with less than five years of experience, who began their professional practice with the much more consolidated digital era and exposed to more transformations; and experts in the area of national and international journalism and communication academics once with more than 20 years of experience in both areas.

Regarding the quantitative analyzes, they have been raised with the application of surveys carried out to professionals in Social Communication graduated from the Technical University of Machala (UTMACH), taking into account the last two promotions that have less than five years of having obtained its title. job title.

When talking about the results, it is verified that the competences and capacities of the professionals have been modified to the way of trying to be on a par with the demands, because within the new thing that they have had to assume, is the production of content for different supports and platforms in adaptive formats, being responsible for social networks and feeding content to blogs, among others, which has implied the challenge of adapting in a self-taught and formal way to the innovations that are presented, assuming the training It continues from a training strategy through YouTube tutorials to a few postgraduate preparations, in order not to be displaced or "forgotten" one way or another.

Keywords: Professional profile, Professional challenges, Journalists, Digital transformation and Digital journalism.

CONTENIDO

DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I	17
GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO	17
1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio	17
1.2 Hechos de interés	18
1.3 Objetivos de la investigación	20
CAPÍTULO II	21
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA, EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO	21
2.1 Transformación digital en el periodismo	21
2.2 Etapas de la transformación tecnológica en el periodismo	22
2.3 Retos del ejercicio periodístico	26
2.4 Perfil profesional-académico del periodista en la transformación digital	28
2.5 Competencias, tareas y perfiles profesionales emergentes del periodista	31
CAPÍTULO III	39
PROCESO METODOLÓGICO	39
3.1 Diseño de la investigación	39
3.2 Sistema de categorización de datos	40
CAPÍTULO IV	43
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
4.1 Análisis de las entrevistas a profesionales del periodismo	43
4.2 Análisis de las entrevistas a expertos	48
4.3 Análisis de encuestas a graduados de la carrera de comunicación social de la UTMACH	51
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	91
REFERENCIAS	92
ANEXOS	98

INTRODUCCIÓN

Los periodistas enfrentan una redefinición en sus perfiles vinculado a las modificaciones generadas por la convergencia digital y sus transformaciones, que provocan modificaciones “Las transformaciones del periodismo de los últimos años lo han arrojado con un perfil más computacional que lo acerca a un campo interdisciplinar en el que se requieren competencias informacionales e informáticas en diversos grados de intensidad” (Codina, 2016). Lo cual implica que exista el dominio de nuevos lenguajes, capacidades, actitudes, rutinas y comportamientos frente a la transformación digital.

La forma de hacer periodismo se está transformando debido al desarrollo tecnológico y es que la modificación del quehacer periodístico se presenta por la evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); según un estudio internacional realizado por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona - España, sobre valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles, hay una consideración relevante a las competencias tradicionales del perfil del periodista, pero incorporando los desafíos que se presentan por los cambios tecnológicos, tanto en los conocimientos disciplinares (saber), competencias profesionales (saber hacer), específicas y académicas (Schena et al., 2018).

En la actualidad los periodistas trabajan bajo una presión, a más de redefinir sus habilidades bajo el ecosistema en constante transformación. Zambrano y Barrios (2014) afirman que el entorno comunicativo que abarca las redes sociales y las plataformas de comunicación en la transformación digital, brindan un nuevo panorama al quehacer periodístico, en donde el profesional del siglo actual requiere ser capacitado para afrontar la convergencia de medios, así como la migración de las actividades.

Villanueva et al. (2018) mencionan que, en el Ecuador desde la creación de la primera Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador en 1943, la

formación de los periodistas ha evolucionado y que es necesario diseñar un perfil periodístico acorde a los retos del periodismo ecuatoriano y de las nuevas tendencias; pero cuáles son las competencias (rutinas y funciones); y las capacidades profesionales de los periodistas en la transformación digital, además, cuáles han sido las necesidades y acciones tomadas por los periodistas para el desempeño laboral y qué retos han asumido los periodistas en su perfil, todas estas interrogantes enmarcadas al contexto de la evolución digital; a partir de estas preguntas se deriva la presente investigación que se denomina retos en el perfil profesional del periodista ante la transformación digital, que busca como objetivo principal evaluar los retos actuales del periodista, mediante el análisis cuali-cuantitativo de las necesidades surgidas ante la transformación digital que ha generado una redefinición en su perfil profesional, además, identificar las competencias y las capacidades profesionales ante la transformación digital, también conocer las necesidades de los periodistas y las acciones tomadas para desempeñar su trabajo, e identificar los retos que los periodistas han asumido en su perfil profesional debido a la transformación digital.

La investigación está dividida en cuatro capítulos, el primer capítulo aborda las generalidades del objeto de estudio indicando que es lo que se quiere saber con la investigación, la segunda parte es la fundamentación teórica que orienta al accionar del estudio en donde se aborda las temáticas como, transformación digital en el periodismo, retos del ejercicio periodístico, competencias, tareas y perfiles profesionales emergentes del periodista, entre otras.

Como tercer capítulo está el proceso metodológico de la investigación, que se basa en un método cuali-cuantitativo, a partir de la aplicación de entrevistas y encuestas a profesionales del periodismo y expertos en el tema, y finalmente como cuarta parte están los resultados de la investigación sobre cuáles son las competencias y las capacidades de los profesionales, sus necesidades y las acciones tomadas para desempeñar su labor, y los retos que han asumido en su perfil.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Definición y contextualización del objeto de estudio

La transformación digital ha hecho del periodismo ir en busca de profesionales idóneos, refiriéndose a sujetos con conocimiento en redacción, capacidad de respuesta inmediata, generar información de manera rápida, además, de difundirla en distintas plataformas con el fin de alcanzar lo que se espera de una noticia. Y es que con la transformación digital definida en el escenario periodístico como el conocimiento de manejar distintas dimensiones como plataformas, herramientas y diversos formatos de recepción en un dispositivo con conectividad, genera una modificación en los perfiles profesionales del periodista, además, del surgimiento de nuevas competencias en el ejercicio de su labor periodística (Barrios y Zambrano, 2014).

Siendo así que el periodista enfrenta retos en su perfil profesional “En las salas de redacción de los medios tradicionales, los requerimientos también están enfocados al manejo de recursos digitales y un perfil de periodista multiplataforma, que integre los ya posicionados ecosistemas del Periodismo Data o de Datos” (Villanueva et al, 2018, p. 193).

Cada nueva dimensión que aparece con el constante avance tecnológico sería una modificación para el profesional en periodismo. Palomo y Palau-Sampio (2016) en una investigación realizada sobre el periodista adaptativo, Valero uno de los consultores entrevistados afirma que “Si en la era digital todo el mundo tiene que cambiar, el periodista debe ser el atleta del cambio” (p. 191).

Los retos en el perfil profesional del periodista ante la transformación digital, es lo que se aborda en la investigación.

1.2 Hechos de interés

Existe una modificación en el quehacer periodístico desde la aparición de Internet, implicando en el periodista nuevas características, necesidades, competencias y habilidades frente a la transformación digital; los periodistas enfrentan una redefinición en su perfil, provocado por la convergencia digital, y es que el periodismo de los últimos años requiere de competencias informacionales e informáticas con un nivel que cubra las necesidades de la labor periodística (Codina, 2016).

En el Ecuador el acceso a internet dio inicio en lo local un proceso mundial en el contexto periodístico, Morejón y Zamora (2019) afirman que:

A partir de 1995 aparecen las primeras experiencias de medios de comunicación con acceso a Internet, diario Hoy, El Comercio y El Universo, lo cual fue llamado por Roger Filder como mediamorfosis, el cambio en los medios de comunicación y los retos en las prácticas de producción del periodista que tuvieron que migrar al entorno digital, causado por el avance tecnológico (p. 12).

En el contexto de la crisis Covid-19, la transformación digital en el periodismo se evidencia en el tratamiento y difusión de la información, involucrando el uso de herramientas tecnológicas con una misión de servicio y liderazgo, los periodistas enfrentan el periodismo en salud, con un manejo de información sobre la crisis, cuyo contenido debe ser claro porque forma parte en la toma de decisiones de los usuarios referente al tema difundido (Velázquez y Serna, 2020, p. 187).

Ante lo mencionado por los autores, el liderazgo del periodista en pandemia está representado por la adaptación a los cambios que trae la nueva modalidad en la rutina laboral, desde nuevos roles en el periodismo salud, económico, social, educativo, etc.

LeanFactor (2020) afirma que en España los efectos del confinamiento sobre las condiciones laborales de los periodistas, hizo incrementar el teletrabajo; antes de la crisis del Covid-19 un 19,6% de profesionales en periodismo trabajaban desde su hogar. Con la pandemia los retos en el perfil del periodista se activa las modalidades en producción de información, en el sentido de modelos organizativos en red con un mayor peso digital (Casero-Ripóllles, 2020).

En la preparación de los perfiles de periodistas idóneos, la academia juega un papel importante en los retos que se enfrenta el profesional con el avance tecnológico, además, de un buen dominio de lenguaje y una redacción clara, debe enmarcarse a áreas relacionadas con lo requerido en competitividad de habilidades sobre el manejo de la Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) (Villanueva et al., 2018).

De este modo, es necesario saber cuáles son los retos en el perfil profesional del periodista, las necesidades que lleva consigo el constante avance de la tecnología y, cuál ha sido la redefinición en su perfil profesional, con relación a la era digital y sus herramientas afines a las TIC, considerando que el desarrollo y la innovación tecnológica ocasiona retos en el perfil profesional del periodista, desde adaptar nuevas formas de generación y producción de contenido (Carrillo, 2016).

De ahí surgen las interrogantes, para el origen de la investigación:

- ¿Cuáles son las competencias (rutinas y funciones); y las capacidades profesionales de los periodistas ante la transformación digital?

- ¿Cuáles han sido las necesidades y acciones tomadas por los periodistas para el desempeño laboral en el contexto de la transformación digital?
- ¿Qué retos han asumido los periodistas en su perfil debido a la transformación digital?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Evaluar los retos actuales del periodista, mediante el análisis cuali-cuantitativo de las necesidades surgidas ante la transformación digital que ha generado una redefinición en su perfil profesional.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar las competencias y capacidades profesionales de los periodistas ante la transformación digital.
- Conocer las necesidades de los periodistas y las acciones tomadas para desempeñar su trabajo en el contexto de la transformación digital.
- Identificar los retos que los periodistas han asumido en su perfil debido a la transformación digital.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA, EPISTEMOLÓGICA DEL ESTUDIO

2.1 Transformación digital en el periodismo

En 1989 surge un primer informe de la UNESCO sobre la Comunicación y la Información en donde se habla sobre las transformaciones en diferentes sectores; político, económico y tecnológico, sin embargo, en 1998 nace un nuevo informe sobre la Comunicación de Lofti Maherzi, con variantes sobre los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías, lo cual pronosticaba una revolución con nuevas dimensiones para los profesionales en comunicación, un proceso de transformación que traían las TIC (López et al., 2017).

Para el siglo XXI, el acelerado proceso evolutivo de internet, permitió la incorporación de la era digital sufriera muchas transformaciones en la cotidianidad de sus usuarios que hacen uso del mismo, hasta la manera de cumplir una labor profesional, entre ellas, la del periodista (González, 2016).

Codina (2016) afirma que “las transformaciones del periodismo en los últimos años lo han arropado con un perfil más computacional que lo acerca a un campo interdisciplinar en el que se requieren competencias informacionales e informáticas en diversos grados de intensidad” (p. 82).

En un estudio realizado en España, se diseñó una investigación exploratoria del trabajo de 25 periodistas europeos y americanos, se llega a la conclusión de que el reto tecnológico aumentará y es parte de un proceso de cambio y transformación digital, que no tiene marcha atrás y que el fin es la evolución de los profesionales que deben adaptarse a las nuevas dinámicas que implica trabajos en equipos multidisciplinares en donde los

periodistas y tecnólogos deben concordar con su diálogo y entender lo nuevo que trae la tecnología para el mejoramiento del perfil profesional (López et al., 2017).

La convergencia mediática y el desarrollo tecnológico son dos puntos claves en la adaptación de los contenidos de formación profesional de estudiantes de comunicación social, como también las rutinas de los comunicadores y periodistas en la producción de contenidos (Naranjo y Vega, 2017).

En el Ecuador han pasado más de 20 años desde que el primer periódico, Diario Hoy, comenzó a digitalizarse en los años 90, entregando un primer boletín de noticias a través de ClariNet. En el año 2014 en un mapa de medios digitales creado por José Rivera, en 1999 el Comercio fue el segundo medio en incursionar en lo digital, en su sala de redacción se incorporó una edición digital parecida al formato impreso, luego de 6 años la empresa estableció nuevos formatos multimedia en su plataforma digital (Vivero, 2017).

2.2 Etapas de la transformación tecnológica en el periodismo

2.2.1 Web 1.0

En la década de los 90 aparece la web 1.0, las páginas web, que eran utilizadas por personas con acceso a internet como una forma básica de navegación de información, donde quien ejercía el periodismo se caracterizó por ser un sujeto activo (periodista) que traspasaba el contenido (notas periodísticas) a la web o página principal del medio de comunicación en el cual laboraba, la información era recibida por un sujeto pasivo (usuarios) sin que exista la posibilidad de una retroalimentación e interacción con el contenido o el medio (Latorre, 2018).

En la Web 1.0 “los usuarios actuaban simplemente como consumidores de contenido” (San Millan, 2017, p. 32), la posibilidad de que exista interacción era limitada por quien

la administraba, el usuario solo se remite a leer y la relación entre la web y el público era igual al modelo emisor-receptor (Latorre, 2018).

2.2.2 Web 2.0

El término Web 2.0 hace su primera aparición en el año 2004, fue utilizada por O'Really empresa conocida por su editorial de libros de tecnología; la web 2.0 se refiere a una segunda generación de tecnología web basada en redes sociales (Twitter, Facebook), blogs, wikis, chat, foros, presentaciones en red, que permite la conexión de personas en un intercambio de información convirtiéndose en un espacio de interactividad, en donde el periodista genera un vínculo de cercanía con los usuarios (Latorre, 2018).

El autor menciona que la web 2.0 desarrolla una dinámica interactiva de lectura y escritura con el medio y tiene la capacidad de compartir datos, esta etapa se caracteriza por ser bidireccional diferenciándose de lo unidireccional que es la web 1.0. “El surgimiento de nuevas tecnologías, la web 2.0 y la digitalización ejercen presión sobre los modelos de negocio convencionales periódicos y publicaciones impresas” (Marques, 2016, p. 15).

Además, en la web 2.0 nace un nuevo método de ejercer periodismo, el ciberperiodismo o periodismo digital aparece gracias a las redes sociales, que se convirtieron en un espacio de interactividad entre el periodista y el público, facilitando el acceso a la información desde un dispositivo móvil o un computador, lo que hizo que el profesional en periodismo se convirtiera en un masterweb o administrador de un sitio digital (Salazar, 2017).

2.2.3 Web 3.0

Sobre la Web 3.0, Latorre (2018) afirma que “El término web 3.0 apareció por primera vez en 2006 en un artículo de Zeldman, crítico de la web 2.0.” (p. 2). Con el avance de

las TIC la Web 3.0 comienza a operar de forma inteligente, con la personalización de la información y la creación propia de contenido desde un celular móvil, lo que se conoce como periodismo móvil, creando productos multimedia incluyendo textos, audios, videos y diseños novedosos, usando herramientas como aplicaciones de edición que son protagonistas en la era digital, algo distinto de la web 1.0 y 2.0 (Anguisaca, 2015).

La capacidad de transmitir información de una manera rápida e inmediata, es lo que brinda la web 3.0, además, la labor del periodista se genera con la participación del público como periodistas ciudadanos con la creación de noticias (Robledo-Dioses, 2017, p.12). Desde un dispositivo móvil los ciudadanos pueden llamar o enviar material noticioso a los periodistas de los medios de comunicación, que luego de una contrastación la información es publicada en páginas web y redes sociales del medio (Westlund, 2018).

2.2.4 Web 4.0

La web 4.0 llega en el año 2016 con la evolución de la tecnología con una visión de no solo proporcionar información, sino dar soluciones a los usuarios, desde recibir un taxi donde apunte el GPS del celular simplemente con el comando “querer solicitar un taxi”, siendo parte de la toma de decisiones con la comprensión de un lenguaje claro, de modo que la acción tenga un resultado efectivo, a diferencia de la web 3.0 en donde los buscadores son esenciales y se trabaja con palabras claves que dan como resultado mucha información para interactuar (Latorre, 2018).

En el contexto periodístico la web 4.0 es el internet de las cosas y con la inteligencia artificial (IA) se interpreta las necesidades de los usuarios (Arzate et al., 2017). “La Inteligencia Artificial que actualmente está escribiendo noticias. Se trata de un conjunto de reglas que, aplicadas sistemáticamente a unos datos de entrada apropiados, resuelven un problema en un número finito de pasos elementales” (Berlanga, 2016). La IA es un

algoritmo, para entender de una forma más sencilla se define como una serie de instrucciones nada complejas que resuelven un problema.

En una publicación de National Geographic, en el año 2018 en China un robot debutó como presentador de noticias con una apariencia completamente humana, que ha sido desarrollado a partir de la IA; este robot que trabaja con algoritmos pertenece a la agencia de Noticias Xinhua y es el conductor virtual de la página electrónica, como miembro de su equipo trabaja las 24 horas en el sitio web con una reducción de costos de producción y con una eficiencia. Para Bi Yantao, profesor del Instituto de Políticas y Administración Públicas de Hainan-China, los robots reemplazan a las personas en los medios de comunicación, sin embargo, estos cumplen solo una función secundaria.

Para Efraín Luna, director de la carrera de Comunicación de la Universidad Católica de Guayaquil-Ecuador, actualmente los profesionales de la comunicación ya no aspiran a llegar a ejercer en un medio tradicional, la causa, la transformación digital en el contexto periodístico, según Christian Espinosa máster en Nuevas Tecnologías de la Información, el profesional en periodismo es identificado por sus redes sociales y plataformas digitales del medio digital en el que se desempeña, teniendo como reto generar un valor agregado que lo diferencia de los demás.

Esta nueva forma de comunicación es una renovación del personal en las salas de redacción; el perfil del periodista se enfrenta a cambios que hacen una modificación en su perfil a causa del escenario digital que se caracteriza por la proactividad, no solo recibir información y difundirla, sino, saber el uso de herramientas para generar y difundir el contenido (Vizuete, 2019).

2.3 Retos del ejercicio periodístico

Loaiza (2018) afirma que la era digital a más de implicar que los medios tradicionales buscarán adaptarse a lo nuevo que estaba surgiendo, se discutía si el profesional del quehacer periodístico tradicional, se adaptaría a los cambios de nuevas prácticas para no quedarse en el olvido.

El perfil del periodista se modifica debido a que uno de los retos es su formación no solo en el conocimiento de cómo transmitir al público una noticia, sino, cómo colaborar y avanzar junto con las máquinas que aportan en la labor del profesional (Salazar, 2018). “La evolución de la tecnología ha seguido marcando a la profesión y actualmente el gran reto es impregnar a las redacciones de inteligencia artificial” (Daewon y Seongcheol, 2018).

A continuación, las características de los retos en el ejercicio periodístico en la transformación digital, identificados por los siguientes autores a mencionar son:

2.3.1 Polifuncionalidad

La era digital modificó el espacio laboral y las competencias profesionales, incorporar la web en las jornadas periodísticas ha conllevado la organización de la producción, una convergencia de lenguaje y forjar entornos más colaborativos, demandando una mayor acción en el proceso de generación de contenido (Trámpuz, 2017).

Villanueva et al. (2018) mencionan que se busca un perfil polifuncional, con la capacidad de administrar, generar, crear y hasta diagramar contenido atractivo para los usuarios,

siguiendo con la difusión de manera inmediata hacia todos los formatos digitales, tratándose de un periodista diseñador y programador, lo cual indica que se requiere de profesionales con mayores competencias, con la intención de poder asumir diferentes roles en el ámbito de publicación del contenido.

2.3.2 Información y redacción

El periodista para ejercer una eficacia en su labor debe saber escribir para la red es decir tener una escritura hipertextual, una claridad en las ideas, un dominio del inglés leído, debe tener un conocimiento básico de periodismo de radio, prensa y televisión, sin dejar de lado las habilidades en edición literaria, fotográfica y gráfica, bien vista en la dimensión digital, además, tener una rapidez de búsqueda de información (Caminero y Sánchez-García, 2018).

El periodista conoce los recursos informativos y la forma de la usabilidad. Zambrano et al. (2018) afirman que:

La tecnología está presente como un generador de nuevas ideas y productos informativos con innovación y modelos de redacción para el periodista que conoce el manejo del contenido y lo genera con su audiencia, en el ejercicio de su labor al escribir (p. 597).

2.3.3 Habilidades tecnológicas

El conocimiento tecnológico es parte del proceso de creación de contenidos para las plataformas digitales. Zambrano et al. (2018) indican que:

El conocimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) implican la habilidad en la planificación, aplicación, evaluación de nuevas creaciones en cuales los consumidores participen en los procesos innovadores y en la producción de contenido, y en la comprensión del diseño y uso en las herramientas de la web (p. 598).

Lo mencionado por los autores confirma que deben estar familiarizados con las TIC, para el diseño, desarrollo y gestión de contenidos digitales, con el fin de una comunicación de innovación, con la funcionalidad de la tecnología, sobre esto el periodista debe tener un conocimiento procedimental es decir almacenar en su memoria información a largo plazo.

2.4 Perfil profesional-académico del periodista en la transformación digital

El siglo XXI presenta grandes cambios para el ejercicio de los profesionales en el periodismo, a raíz de la transformación digital la labor periodística ha evidenciado cambios en la forma de producir la noticia, para lo cual la academia es vista como un centro de capacitación de periodistas competentes en el manejo de destrezas multimedia y digitales (Lugo-Ortiz, 2016).

A raíz del surgimiento de la era digital y su constante transformación, los profesionales en periodismo han tenido una evolución en su perfil, buscando estar en el nivel recurrente de formación y con la necesidad de especialización, “Las tecnologías digitales están reconfigurando el paisaje de las profesiones de la comunicación” (Salaverría, 2016).

La transformación digital a los periodistas, según Zambrano et al. (2018) los lleva a pensar en cambios y configuración en la forma de trabajo en los medios tradicionales, sobre un replanteamiento de las TIC y la creación de nuevos contenidos, narrativos y tipos de audiencias (p. 588). El avance tecnológico debate el futuro del periodismo tratando de

enriquecer el perfil con cada actualización tecnológica y los cambios que muestra la profesión en donde son partícipes las redes de comunicación para renovar e innovar la forma de presentar la información (Robledo-Dioses, 2017).

La academia juega un rol fundamental en la preparación de periodistas idóneos, capaces de enfrentar los nuevos retos que llegan con el avance tecnológico (Villanueva et al., 2018). En un estudio en la Universidad César Vallejo de Perú, según periodistas de la web del Grupo La República, los requisitos de los perfiles emergentes para ejercer periodismo en el entorno digital es estar capacitado para la optimización y el posicionamiento en buscadores de la Internet, así como gestionar con eficacia las distintas redes sociales, seleccionar con rapidez la información y datos de mayor interés para el público (Ortiz, 2018).

Lugo-Ortiz (2016) afirma que la academia (universidad, institutos tecnológicos, etc.) ya no solo se concentra en la formación de periodistas para medios tradicionales, también prepara personas idóneas para las plataformas que están en evolución, implicando la obtención de información desde el ejercicio profesional respecto a competencias (generales y específicas) y capacidades profesionales, características personales, equipos y herramientas. Sin embargo, se habla de que Latinoamérica tiene una serie de críticas sobre sus facultades de periodismo, ante una falta de vinculación de los proyectos educativos con las ofertas de trabajo (Odriozola et al., 2016).

Los cambios que se plantean los periodistas son las nuevas competencias técnicas y académicas, la adaptación a las distintas formas de organización, las habilidades múltiples relacionadas con la convergencia digital (Barrios, 2016).

En una investigación realizada por Zambrano et al. (2018) sobre el periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana, aplicando encuestas

a estudiantes, egresados, docentes, decanos y a directores de programas de comunicación y periodismo, da como resultado que en los panoramas de los programas de periodismo, se habla de que en Europa, América y Colombia no se priorizan asignaturas relacionadas con procesos de comunicación con las TIC, ni la comunicación digital, pero si el uso de plataformas digitales y redes sociales, no se integra asignaturas sobre gestión de información y narrativas para entornos digitales, ni el manejo de contenidos, entre otros.

En el Ecuador, en el año 2013 el Consejo de Educación Superior (CES) determinó que las universidades realicen un rediseño en las mallas curriculares (Villanueva et al., 2018). En el año 2014 con una oferta académica de regularización, las universidades que ofrecen carreras de Comunicación Social o Periodismo, ofertan planes académicos prácticos y técnicos, sin embargo, hay “la inexistencia de una malla curricular que implemente al periodismo digital y cubra sus exigencias e infinidad de aplicaciones” (Odriozola et al., 2016).

Un caso particular es la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), que en su malla curricular 2013 – 2017 de la carrera de comunicación social, ya se implementó asignaturas de comunicación digital y comunicación multimedia, que se caracterizan por el estudio de la red en plan de comunicación digital en medios, y herramientas efectivas para los nuevos entornos que enfrentan los profesionales en periodismo, sin embargo, en el año 2017 el CES aprobó el proyecto de rediseño de la carrera de comunicación social a comunicación, dirigido por Karina Benítez (2017), bajo el número de resolución RPC-SO-25-No.488-2017, pero, por otra resolución del gobierno se hizo en el año 2019 una actualización de la malla curricular, la cual se encuentra vigente y complementa la asignatura Comunicación Digital I, con una segunda parte llamada Comunicación Digital II, que trata de la planificación y gestión de proyectos de comunicación digital, la producción de contenidos y posicionamiento del mismo en las plataformas digitales.

2.5 Competencias, tareas y perfiles profesionales emergentes del periodista

La transformación del periodismo en los últimos años, han provocado en el profesional un perfil periodístico con más competencias, habilidades y tareas que han evolucionado por los cambios de las TIC; las tareas (rutinas periodísticas) en el periodismo a raíz de la transformación digital se han modificado, el periodista domina la tecnología, producción de video y fotografía, además, el profesional genera soluciones, es habilidoso en el manejo de producción desde su inicio, desarrollo y final (Zambrano et al., 2018).

Así mismo, los autores mencionan que las capacidades profesionales del periodista en la transformación digital se evidencian en la presentación de la información con nuevas formas de redacción de textos para la red (enlace, hiperenlace o link) y con la particularidad de redacción transmedia para distintas plataformas (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, entre otras).

Sobre las características personales en el profesional, se hace referencia a la adaptación de las rutinas que provoca los cambios tecnológicos, el compromiso con los valores universales y profesionales, la responsabilidad social, crecimiento personal y social, trabajo en equipo sobre los procesos comunicativos digitales, el liderazgo en proyectos que involucren las TIC, además, del pensamiento reflexivo, crítico y analítico (Zambrano et al., 2018).

Los profesionales en periodismo han puesto a prueba diferentes técnicas y métodos, dejando de lado en cierto punto la libreta y el esfero por las agendas digitales, “Los recursos y los instrumentos para realizar periodismo en la era digital han sobrepasado las expectativas del medio y de los periodistas” (Puente, 2019, p.24), acercándose a herramientas tecnológicas de organización y sistematización de datos, de narración digital, de rastreo, de multimedia (edición de audio, video e imágenes), de monitoreo de

información, de registro de tendencias, de notificación de noticias, entre otras (Puente, 2019).

Las tareas desempeñadas por los periodistas han ido aumentando con el avance tecnológico, en España un estudio sobre cuáles son los perfiles periodísticos emergentes más reconocidos en el ámbito académico universitario, dio como resultado el perfil periodista multimedia – multitarea, gestor de redes o community manager, periodista de datos y editor de contenidos (Sánchez-García et al., 2019). Prudkin (2019) menciona que el periodismo de Dron nace como una novedosa competencia en las funciones del quehacer periodístico, aplicada en los procesos de producción y prácticas periodísticas.

2.5.1 Periodista multitarea-multimedia

El perfil de periodista multitarea-multimedia, está dentro del perfil emergente predominante, es considerado polivalente con varias funciones o puede desempeñar varios cargos, es adaptativo, además, redactor transmedia. Dentro de las diversas competencias del periodista polivalente, está producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos. El profesional debe asumir la función de tratamiento de datos, realizar productos multimedia con funciones complementarias de una buena redacción (Sánchez-García et al., 2019).

Además, se destaca por su conocimiento diverso en fotografía, video, infografía web, información para la red, sin embargo, Sánchez-García y Campos (2016) afirman que, en la academia se ha comprobado la lenta incorporación de las asignaturas relacionadas con el periodismo multimedia (p. 161).

2.5.2 *Community manager*

El Community manager o gestor de redes, es denominado también como el responsable de redes sociales, su labor principal es crear enlaces de afinidad relacionando las comunidades online con la marca; al perfil del gestor de redes se le atribuye tres funciones importantes, gestión y dinamización de redes, interacción con la audiencia y distribución de contenido, y establecer contacto del director con el usuario (Márquez-Hayasaki et al., 2016).

Sánchez-García et al., (2019) afirman que el community manager, tiene conocimiento en comunicación online y en estrategias de comunicación, trasladado a las redes sociales las estrategias de marketing.

Desde la perspectiva sobre perfiles periodísticos más demandados, Gómez-Calderón et al. (2017) afirman que:

El gestor de redes es la persona encargada de la organización en las redes sociales en cuanto al valor de la marca, los tonos representativos y los contenidos en un plazo corto, mediano y largo, además, es un estratega que se identifica mucho más con las relaciones públicas (p. 195).

2.5.3 *Periodista de datos*

Este perfil denominado también Big Data, está ligado a la tecnología digital y es que se encuentra con la necesidad de adquirir conocimientos en navegación especializada en grandes bases de datos, en el tratamiento de la información con herramientas de

programas de software, además, de la habilidad en el dominio de materiales de visualización, debido a que los datos los convierte en una información a través de una narrativa multimedia (Arias et al., 2018). Los autores mencionados afirman que el periodista de datos es “experto en buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la enorme cantidad de datos disponible en la red” (p. 277), y que se centra en un proceso de formación continua de la mano con las TIC.

“El Periodismo de Datos, heredero del Periodismo de Investigación y Precisión, adquiere una nueva dimensión en el entorno del Big Data que empuja a redefinir un nuevo perfil profesional en construcción, el del periodista de datos” (Arias et al., 2018, p. 274).

Lo anteriormente mencionado confirma que el periodismo de datos se nutre de periodismo de investigación y precisión, de una manera analítica, al periodista de datos o analista de datos, a criterio de Sánchez-García et al., (2019) afirman que “se le atribuyen competencias en nuevas narrativas, innovación infográfica y programas de tratamiento de datos” (p. 168).

2.5.4 *Editor de contenidos*

El editor o gestor de contenido es el profesional responsable de analizar, gestionar y editar toda la información digital de la empresa, atribuyendo la función de alimentar de contenidos en blogs y web que pertenecen a la institución, de modo que da un sentido propio a la marca añadiendo un valor institucional con los usuarios hacia el medio (Sánchez-García et al., 2019).

Además, los autores mencionados anteriormente indican que al gestor de contenidos se lo considera como un perfil más genérico que los anteriores y que por ello fue de los primeros en aparecer, contemplado incluso en el catálogo de perfiles de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) de España, y que ha encontrado un desarrollo ligado a los avances de contenidos multimedia.

2.5.5 *Periodismo de Dron*

López (2016) afirma que el periodismo de dron aparece como un perfil inmerso en la tecnología que busca mostrar una realidad acompañada de una narrativa que aproxime al público a la realidad que se cuenta, con el periodismo de dron aparecen nuevas narrativas, nuevas formas de hacer periodismo, son las tecnologías que permiten ir más allá con la transformación de las actividades.

En distintas universidades del mundo, López (2016) afirma que dentro de la academia el periodismo con drones es considerado como una asignatura que enseña el manejo de las “naves no tripulantes”, lo cual demanda una nueva manera de contar algo que pocas veces ha sido visto por el espectador, atrayendo a más personas al observar imágenes de alta resolución con labores informativas.

El uso del dron en la labor del periodista le permite tomar fotografías y videos en lugares de difícil acceso, como una manifestación, sin la necesidad de recurrir al alquiler de helicópteros o avionetas para elaborar contenido informativo; en el Ecuador el periodismo de dron despegó en el año 2013, el Diario El Universo realizó tomas con dron a la procesión del Cristo del Consuelo (Rivera y Rosero, 2017).

Tabla 1: Competencias, habilidades y conocimientos de los perfiles profesionales emergentes del periodista

PERFILES	COMPETENCIAS (RUTINAS)	HABILIDADES	CONOCIMIENTOS
-----------------	-----------------------------------	--------------------	----------------------

Periodista multitarea-multimedia	Producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos.	Puede desempeñar varios cargos, es adaptativo.	Redacción, fotografía, video, infografía web, información para la red.
Community manager	Responsable de redes sociales, su labor principal es crear enlaces de afinidad relacionando las comunidades online con la marca.	Al perfil del gestor de redes se le atribuye tres funciones importantes, gestión y dinamización de redes, interacción con la audiencia y distribución de contenido, y establecer contacto del director con el usuario	Requiere de alto conocimiento de comunicación online, tecnología y estrategias de comunicación y marketing.
Periodista de datos	Genera información a base de un análisis y visualización de datos.	Los datos los convierte en una información a través de una narrativa multimedia, es experto en buscar y jerarquizar la información.	Navegación especializada en grandes bases de datos, en el tratamiento de la información con herramientas de programas de software, además, de la habilidad en el dominio de materiales de visualización, debido a que los datos los convierte en una información a través de una narrativa multimedia.

Editor de contenidos	Filtra, selecciona, ordena, difunde información digital y es el responsable de alimentar contenidos en blogs, redes sociales y páginas web.	Organización de la información digital añadiendo un valor propio a la marca de la empresa.	Escritura para red en página web y redes sociales de la empresa.
Periodismo de dron	Produce contenido informativo con drones “naves no tripulantes”	Obtención de imágenes en áreas de difícil acceso con rapidez, movilidad y mayor seguridad para el profesional.	Uso y manejo de los dispositivos electrónicos equipados, cámaras de audio y video (HD).

Fuente: (Sánchez-García et al., 2019; Sánchez-García y Campos, 2016; Márquez-Hayasaki et al., 2016; Gómez-Calderón et al., 2017; Arias et al., 2018; López, 2016)

Elaboración: Propia

2.6 Estrategias para mejorar el perfil profesional del periodista en la transformación digital

La formación continua de los profesionales es la clave para adaptarse a nuevos tiempos, nuevos retos y nuevas oportunidades; la evolución de las TIC ha traído en la práctica periodística nuevas herramientas para procesar información y formas de generar contenidos para diferentes medios, lo cual ha provocado cambios en los planes de estudio (Ruiz, 2019).

Por otro lado, también se ofrece estrategias de educación formal, respondiendo a la actualización de necesidades de formación y capacitación para el ambiente laboral

cambiante de los profesionales, como es el caso de la Universidad de Guadalajara-México que desde el año 2008, fundó el Centro de Formación en Periodismo Digital (CFDP), una entidad académica que ha logrado la capacitación y profesionalización de periodistas. James Breiner periodista estadounidense, destaca a la Universidad de Guadalajara por su maestría en periodismo digital y por el CFDP, en donde se ofertan cursos de educación continua tanto virtual como presencial, además de talleres presenciales y en línea que son patrocinados por organizaciones públicas y privadas para periodistas de México y América Latina (Orozco, 2015).

Según una encuesta de Ruiz (2019) sobre el análisis del perfil profesional del periodista digital, realizada a comunicadores que laboran en Medios Ediasa. S.A de la ciudad de Portoviejo-Ecuador, un 78% de profesionales tienen estudios de tercer nivel y un 25% estudios de cuarto nivel, el mayor porcentaje de profesionales que cuentan solo con estudios de tercer nivel y su preparación es autodidacta en temas digitales, lo cual hace referencia al autoaprendizaje que es una educación informal, según estos datos en la academia hace falta el interés por incorporar mayor práctica que teoría en temas de procesos digitales.

CAPÍTULO III

PROCESO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de la investigación

Esta investigación se orienta siguiendo lineamientos y metodologías presentadas en diversas investigaciones relacionadas con la temática del perfil, retos y competencias en el ámbito periodístico y en especial con el proyecto de investigación titulado “El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana”, realizado por dos universidades colombianas. El impulso de la investigación denominada “Retos en el perfil profesional del periodista ante la transformación digital”, se da con el fin de conocer a que se enfrentan los profesionales de la provincia de El Oro con la evolución tecnológica.

El estudio tiene una metodología cuali-cuantitativa, que permitió cumplir con el objetivo de la investigación, gracias al levantamiento bibliográfico y a la aplicación de técnicas como encuestas a profesionales en comunicación social graduados de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH) y entrevista a expertos en el área del periodismo y académicos de la Comunicación, a profesionales del Colegio de Periodistas de El Oro (CPO) y de los medios más importantes de la provincia, y también a periodistas que iniciaron su ejercicio profesional con la era digital mucho más establecida y expuesta a más transformaciones.

La aplicación de las técnicas de encuesta y entrevista a los profesionales, fue con el fin de identificar los conocimientos, las necesidades y habilidades entorno a la transformación digital, mientras que con las entrevistas a expertos se identificó la formación del perfil profesional de los periodistas.

Para calcular la muestra de graduados a encuestar, se tomó en consideración a los titulados del periodo 2019-2 y 2020-1 de la Carrera de Comunicación Social de la UTMACH, cuyo

total es de 71, y que, aplicando la fórmula respectiva, con un 10,5% de margen de error, la muestra representativa resultó de: 25.

Para entrevistar a los profesionales de la Comunicación se seleccionó a 15 profesionales. Además, se realizó entrevistas a tres expertos: Tania Alvarado presidenta del CPO, Erick Samson, Director de la Carrera de Periodismo de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) y corresponsal internacional de varios medios de comunicación y Matías Zibell García, Director de la carrera de Comunicación Social de la Universidad del Azuay (UDA) y corresponsal de la BBC en Ecuador.

3.2 Sistema de categorización de datos

Para analizar el primer objetivo específico, identificar las competencias y capacidades profesionales de los periodistas ante la transformación digital, se trabajó con datos recopilados de investigaciones de artículos científicos de Zambrano et al. (2018).

Para cumplir con el segundo objetivo específico, conocer las necesidades de los periodistas y las acciones tomadas para desempeñar su trabajo en el contexto de la transformación digital, se tomó en cuenta datos de artículos científicos y tesis de titulación sobre los conocimientos de los periodistas como parte de las necesidades y acciones que desempeñan en el ámbito laboral de los autores Sánchez-García et al. (2019); Sánchez-García y Campos (2016); Márquez-Hayasaki et al. (2016); Gómez-Calderón et al. (2017), Arias et al. (2018), y López (2016).

Mientras que, para el tercer objetivo específico, identificar los retos que los periodistas han asumido en su perfil debido a la transformación digital, se recopiló información de los resultados de artículos científicos de varios autores como Salazar (2018); Daewon y Seongcheol (2018); Trámpuz (2017); Villanueva et al. (2018); Caminero y Sánchez-García (2018) y Zambrano et al. (2018).

Tabla 2: Categorización de competencias, habilidades, conocimientos y estrategias de formación a analizar.

<p>Competencias generales</p> <p>(López et al., 2017; Zambrano et al., 2018).</p>	<p>Poseer y estar comprometido con los valores universales y profesionales (respeto a la verdad, contrastar datos, diferenciar información y opinión, respeto al principio de inocencia).</p> <p>Responsabilidad social, hace referencia a hacer un relato comprensivo, garantizar el acceso de información relevante.</p> <p>Crecimiento personal y social.</p> <p>Trabajo en equipo sobre los procesos comunicativos digitales.</p> <p>Liderazgo en proyectos que involucren las TIC.</p> <p>Toma de decisiones.</p> <p>Pensamiento reflexivo, crítico y analítico.</p>
<p>Competencias específicas</p> <p>(Zambrano et al., 2018; Prudkin, 2019; Sánchez-García et al., 2019; Rivera y Rosero, 2017).</p>	<p>Producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos.</p> <p>Responsable de redes sociales y de alimentar con contenido a blogs y páginas web.</p> <p>Generador de información a base de un análisis</p> <p>Producir contenido informativo con drones “naves no tripulantes”.</p>
<p>Habilidades generales</p> <p>(Caminero y Sánchez-García, 2018).</p>	<p>Dominio del inglés</p> <p>Buscar y jerarquizar la información.</p> <p>Creatividad y agilidad.</p> <p>Identificar y contar buenas historias de interés.</p> <p>Flexibilidad de adaptarse rápidamente al ambiente laboral</p>

<p>Habilidades específicas</p> <p>(Ortiz, 2018; Zambrano et al., 2018; Sánchez- García et al., 2019; Márquez- Hayasaki et al., 2016; Arias et al., 2018).</p>	<p>Gestión y dinamización de redes, interacción con la audiencia y distribución de contenido, y establecer contacto del director con el usuario.</p> <p>Organización de la información digital añadiendo un valor propio a la marca de la empresa.</p> <p>Dominio de materiales de visualización (infografías).</p>
<p>Conocimientos</p> <p>(Villanueva et al., 2018; Zambrano et al., 2018).</p>	<p>Redacción, fotografía, video.</p> <p>Conocimiento de comunicación online, tecnología y estrategias de comunicación y marketing.</p> <p>Navegación especializada en grandes bases de datos, en el tratamiento de la información con herramientas de programas de software.</p> <p>Escritura para red en página web y redes sociales de la empresa.</p> <p>Uso y manejo de los dispositivos electrónicos equipados, cámaras de audio y video (HD).</p>
<p>Estrategias de Formación</p> <p>(Orozco, 2015; Ruiz, 2019)</p>	<p>Actualización de necesidades de formación y capacitación para el ambiente laboral cambiante.</p> <p>Preparación autodidacta</p> <p>Talleres presenciales y en línea que son patrocinados por organizaciones públicas y privadas.</p>

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Análisis de las entrevistas a profesionales del periodismo

Las entrevistas fueron realizadas a profesionales del Colegio de Periodistas de El Oro (CPO) y demás profesionales del periodismo.

4.1.1 Competencias generales de los profesionales en periodismo

Los entrevistados fueron 15 periodistas, diez de ellos con una trayectoria de más de 10 años, y cinco con una trayectoria menor. A los quince entrevistados, seleccionados por su experiencia en el ámbito periodístico, tanto en la era tradicional y digital, se les indagó respecto a: sus competencias generales en su perfil profesional, competencias específicas con la transformación digital, habilidades generales, habilidades específicas desarrolladas ante la transformación digital, conocimientos, y estrategias de formación.

De acuerdo a lo expuesto por todos los profesionales entrevistados, sobre las competencias generales en su perfil profesional mencionaron los valores periodísticos, la ética por delante, como una característica fundamental, la responsabilidad social, el respeto al principio de la inocencia, el contraste de información. Además, manifiestan el crecimiento personal y social, la toma de decisiones.

En cuanto al trabajo en equipo lo tienen presente casi todos (cuatro) del grupo de los profesionales con menos de cinco años de experiencia, al referirse a los procesos comunicativos digitales, de igual forma tres de este grupo, también consideran que ejercen un liderazgo en proyectos que involucran las TICs. Por su parte, en el grupo con mayor experiencia, menos de la mitad (dos) mencionan que trabajan en equipo en los mismos procesos comunicativos digitales y también ejercen liderazgo en proyectos con TICs.

Se puede concluir que las competencias generales y valores periodísticos aprendidos en las aulas se mantienen en el desarrollo del ejercicio profesional como: la ética, el respeto

a la verdad, la responsabilidad social, el contraste de información; y no cambian en el periodista a pesar de los cambios tecnológicos.

Según los datos obtenidos, menos de la mitad, tomando en cuenta que en su mayoría son los profesionales jóvenes y no los de mayor experiencia, que tienen presentes competencias en relación a trabajos y proyectos que involucran las diferentes herramientas tecnológicas, considerando que es algo fundamental en el perfil profesional de periodista como lo dice Barrios (2016) es parte de la adaptabilidad de los periodistas a las distintas formas de organización y habilidades múltiples.

4.1.2 Competencias específicas de los profesionales en periodismo con la transformación digital

Respecto a las competencias específicas, la mayoría de entrevistados mencionan que en su labor producen contenidos para diferentes plataformas, son responsables de redes sociales, en alimentar con contenido informativo, a base de análisis, sin embargo, hay un total desconocimiento en cuanto al uso de dron para crear contenido informativo.

En conclusión, se evidencia lo que menciona Sánchez-García et al (2019) que las tareas de los periodistas han ido aumentando con el avance tecnológico, en cuanto a la producción de contenidos para diferentes plataformas, sin embargo, se habla de que no hay conocimiento sobre el periodismo de dron, debido a que lo relacionan con una técnica costosa, dejando de lado lo que menciona López (2016) que aparece como una nueva narrativa, nueva forma de hacer periodismo.

4.1.3 Habilidades generales desarrolladas por los profesionales en periodismo

De los quince entrevistados, más de la mitad mencionan que entre las habilidades que más tienen desarrollada, están el saber buscar y jerarquizar la información, la creatividad

y agilidad para realizar diferentes labores profesionales en el periodismo, además de identificar y contar buenas historias de interés para el público.

Algo muy importante que han desarrollado es la flexibilidad de adaptarse rápidamente al ambiente laboral, como mencionaron nueve profesionales, cuatro de ellos lo relacionan con su experiencia con más de diez años, debido a que sus funciones han ido cambiando y modificándose.

En cuanto al dominio del idioma inglés, nueve profesionales estiman que están en nivel básico, debido a que aseguran que “lo hablan, se defienden, pero no lo entienden”, los demás profesionales, manifiestan que su inglés “realmente no es para nada bueno”, sin embargo, son conscientes de su importancia, porque lo consideran un idioma elemental no solo en el periodista, sino en todas las personas.

Se puede concluir que, los profesionales son conscientes de las necesidades que tienen en su perfil, destacando su importancia, como el dominio de inglés, esto ratifica lo que dice Caminero y Sanchez-García (2018) sobre que el periodista para ejercer con eficacia su labor debe tener un buen dominio del inglés.

4.1.4 Habilidades específicas desarrolladas por los profesionales en periodismo con la transformación digital

Respecto a las habilidades específicas entorno a la transformación digital, desarrolladas por los profesionales entrevistados, los periodistas gestionan y dinamizan las redes, tienen interacción con las audiencias y realizan contacto con los usuarios.

En cuanto a la personalización de los contenidos, son pocos los que mencionan poder dar un valor propio de marca (estilo personal) a su trabajo periodístico, puesto que deben seguir los lineamientos establecidos por el medio donde laboran.

Sobre el uso y manejo de herramientas de visualización, sólo cinco, es decir, la tercera parte de los entrevistados (tres de ellos profesionales con mayor experiencia y dos con menos experiencia), mencionan el dominio de creación de material de visualización, como infografías para el complemento de su producto informativo, quienes no tienen esta habilidad mencionan que, desde las aulas de clases no les gustaba la parte de diseñar.

En conclusión, una de las mayores habilidades desarrolladas es la gestión y dinamización de redes, que es parte de la migración a las nuevas plataformas, respecto al uso y manejo de herramientas de diseño para la elaboración de infografías, es una habilidad que está debilitada en el perfil profesional de los periodistas, debido a que, desde su paso por la academia no fue de agrado el área del diseño gráfico.

4.1.5 Conocimientos de los profesionales en periodismo

Todos los profesionales mencionan que la redacción es la base de los periodistas, y que “periodista que no sabe redactar no es periodista”, sin embargo, manifiestan que existen cambios en la redacción de acuerdo al escenario en donde se la va a desarrollar, y que lo han aprendido con las funciones que han tenido que desarrollar en su labor profesional.

La mayoría de entrevistados manifestaron que tienen conocimientos en comunicación online, tecnología, estrategias de comunicación y marketing, en el uso y manejo de los dispositivos electrónicos equipados, cámaras de audio y video, y que todo es parte de una preparación a través de diferentes medios; sin embargo, solo seis profesionales, (cinco de ellos con mucha más experiencia), manifiestan que tienen conocimiento en la navegación especializada de grandes bases de datos y en el tratamiento de información en programas de software.

En cuanto a conocimientos sobre fotografía, solo cinco entrevistados, que corresponde a la tercera parte, en donde cuatro son profesionales más experimentados, afirman saber el uso y manejo de una cámara y el valor de una narrativa fotográfica.

Se puede concluir que, el conocimiento principal en el periodista es la redacción, y que presenta cambios de acuerdo a la plataforma en la que se va a desarrollar, tal como menciona Zambrano et al. (2018) el periodista conoce recursos informativos y generan nuevas ideas tanto en el modelo de redacción para la audiencia. Sobre fotografía y navegación especializada, el manejo de información y el tratamiento de la misma, en soportes de software, en su mayoría son los profesionales con menos de cinco años de experiencia, que tienen desconocimiento en ambas áreas.

4.1.6 Estrategias de formación aplicadas por los profesionales en periodismo con la transformación digital

Sobre las estrategias de formación por parte de los entrevistados, la mayoría mencionaron una preparación personal, autodidacta, además, de la realización de manera online de talleres, cursos, charlas, impartidos por organizaciones públicas y privadas, mencionando las gestiones realizadas por el CPO, solo tres entrevistados manifestaron que su formación es a través de cursos de actualización brindados por universidades y estudios de posgrado.

Para concluir, las estrategias de formación de los profesionales en su mayoría son mediante, preparación autodidacta, tutoriales, videos en YouTube, que corresponde al tipo de capacitación informal, además, de la preparación a través de talleres, cursos cortos, que son parte de una capacitación de tipo no formal, dejando de lado la capacitación formal, como los cursos de actualización académicos y los estudios de posgrado.

Se considera que, ciertas capacitaciones de manera online, no son efectivas porque son rápidas y no existe una retroalimentación mucho más directa; sin embargo, se destaca que existen varias ofertas de formación continua, que suman conocimientos en su perfil, permitiendo potencializar y adaptar los conocimientos de la era convencional a la era digital, esto ratifica lo que menciona Ruiz (2019) la formación continua es la clave a los nuevos tiempos, retos y oportunidades del profesional en periodismo.

4.2 Análisis de las entrevistas a expertos

Las entrevistas a expertos en periodismo y enseñanza fueron dirigidas a Tania Alvarado, presidenta del CPO, Eric Samson corresponsal de medios internacionales y director de la carrera de periodismo de la USFQ y Matías Zibell corresponsal de la BBC y director de comunicación social de la UDA.

Tania Alvarado, Eric Samson y Matías Zibell, coinciden que el perfil profesional del periodista ha sufrido cambios y modificaciones con cada nueva herramienta tecnológica que se presenta en el mundo, a los cuáles los profesionales han tenido que adaptarse sin dejar de lado los principios éticos, la investigación, el contraste información y los valores como la verdad y la responsabilidad social, son fundamentales para el desarrollo de la labor del profesional en periodismo.

Coinciden en que la adaptación debe ser enfrentada a través de la formación del profesional, destacando la capacitación formal, como el estudio de posgrados del periodista en toda la dinámica para hacer periodismo y captar nuevas audiencias. Para Eric Samson, el énfasis está en la adaptación hacia las nuevas plataformas que convergen con la radio y la tv, que, si bien estos medios no han desaparecido, la tecnología ha generado su convergencia a las plataformas digitales.

Por su parte Matias Zibell recalca que ahora el periodista debe hacer todo, debe ser “un hombre orquesta” o un “periodista pato”, no sabe mucho, pero sabe de todo un poco; ya no solo basta con saber entrevistar y escribir si trabajaba para un medio escrito, es también necesario conocer conceptos de encuadres fotográficos, conceptos de copy and paste de video, edición de audio y más. Esto para Zibell ha ocasionado también la desaparición o reemplazos de plazas de trabajo como la del camarógrafo, fotógrafo, editores, productores y otros.

En cuanto a la capacitación continua, el periodista debe tener una amplia gama de formación a través de distintos medios, según Tania Alvarado los medios de capacitación

son principalmente la academia, los cursos que ofrecen las universidades, el buen uso de internet, al igual que los cursos y capacitaciones que brindan diferentes gremios como el Colegio de Periodistas de El Oro (CPO) que facilita herramientas que logren fortalecer el ejercicio profesional.

Para Eric Samson no solo los cursos que ofrecen las universidades son parte del aprendizaje, también existen los tutoriales en YouTube, como herramientas completas para poder desempeñar o realizar una labor, sin embargo, se considera que la academia si juega un rol importante en el inicio de la formación del profesional.

Para Tania Alvarado la academia está haciendo un buen trabajo, con muchas más exigencias en el fortalecimiento de conocimientos tanto a los catedráticos como a los estudiantes, involucrando los cambios y las exigencias actuales que requiere el profesional hoy en día.

Eric Samson como director de la USFQ asegura que para la formación del profesional es importante que los docentes estén en ejercicio profesional activo, lo cual les permite ver la evolución de la profesión y eso se lo comparte en las aulas, lo cual suma al perfil profesional. Matias Zibell menciona que en la academia hace falta la incorporación de áreas tecnológicas, tomando en cuenta que los principios del periodismo no se deben dejar de lado y que los periodistas profesionales tienen que multiplicar la formación continua, para que se mantengan actualizados y abiertos a todo lo que ofrece el periodismo móvil, las redes sociales, las diferentes plataformas y las nuevas narrativas, y porque no tomar en cuenta una nueva forma de contar historias a través del periodismo de dron con imágenes apegadas a la realidad, pero sin perder el contenido informativo.

En conclusión, para los expertos el periodismo ha enfrentado cambios y modificaciones ante la evolución de la tecnología, sin embargo, esto no deja de lado los principios básicos del profesional, la ética, la investigación, el contraste información, la verdad y la responsabilidad social.

La formación continua, es parte de la adaptación a las transformaciones, destacando la capacitación formal como un mayor profesionalismo en el periodista, y que, además, en la formación del profesional es importante que docentes sean periodistas activos en la labor de campo y que, en la academia hace falta la incorporación de áreas con herramientas tecnológicas, que mantengan actualizados las nuevas formas de comunicar.

4.3 Análisis de encuestas a graduados de la carrera de comunicación social de la UTMACH

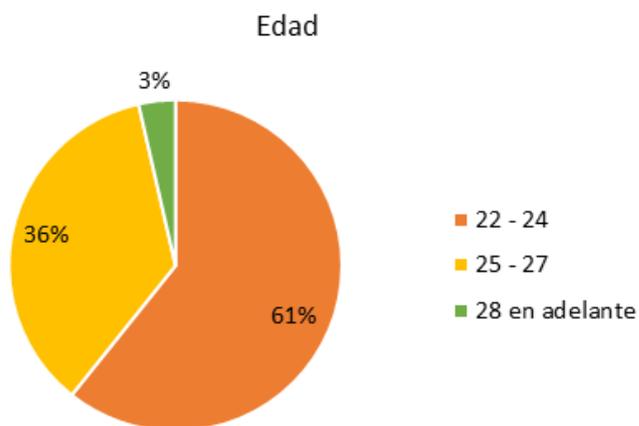
4.31 Edad

Tabla 1: EDAD

Edad		
VARIABLES	F	%
23 – 24	17	61%
25 – 27	7	36%
28 en adelante	1	3%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia



Fuente: Tabla 1

Elaboración: Propia

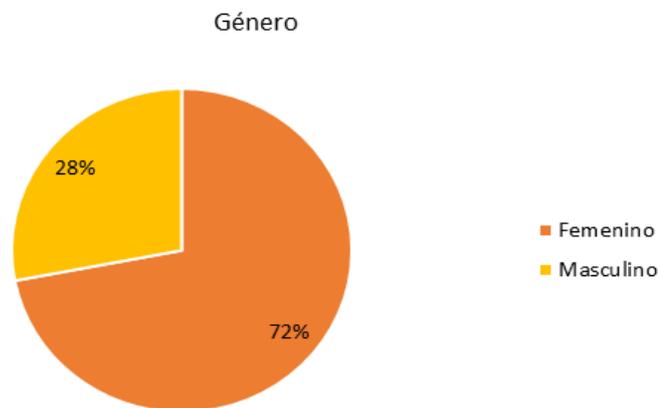
De acuerdo a los datos levantados, la mayoría son jóvenes menores de 25 años, siendo un 61% entre 22 – 24 años, el 36% entre 25 – 27 y un mínimo porcentaje del 3% de 28 años en adelante.

4.32 Género

Tabla 2: GÉNERO

Género		
Variables	F	%
Femenino	18	72%
Masculino	7	28%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia



Fuente: Tabla 2
Elaboración: Propia

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se puede evidenciar que la mayoría de encuestados con un 72% pertenecen al género femenino y un 28% masculino.

En su mayoría al igual que en las aulas, los graduados siguen siendo la mayoría mujeres en el área de la comunicación.

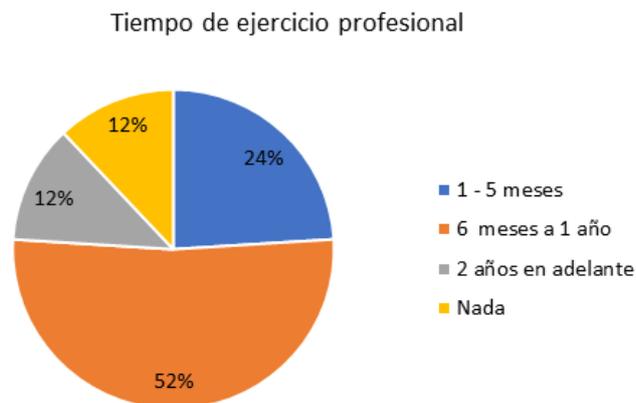
4.3.3 Tiempo de ejercicio profesional

Tabla 3: TIEMPO DE EJERCICIO PROFESIONAL

Tiempo de ejercicio profesional		
Variables	F	%
6 meses a 1 año	13	52%
1 a 5 meses	6	24%
2 años en adelante	3	12%
No ejerce en el área	3	12%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia



Fuente: Tabla 3

Elaboración: Propia

Se puede evidenciar que un 52% tiene de tiempo de ejercicio profesional de 6 meses a 1 año, un 24% de 1 a 5 meses, y un 12% tiene de 2 años en adelante su tiempo en el ejercicio profesional, sin embargo, hay otro 12% que indica que no ha ejercido su profesión.

Los datos levantados, reflejan que la mayoría de profesionales recién graduados, empezaron a trabajar antes de obtener su título.

4.3.4 Áreas de mayor conocimiento

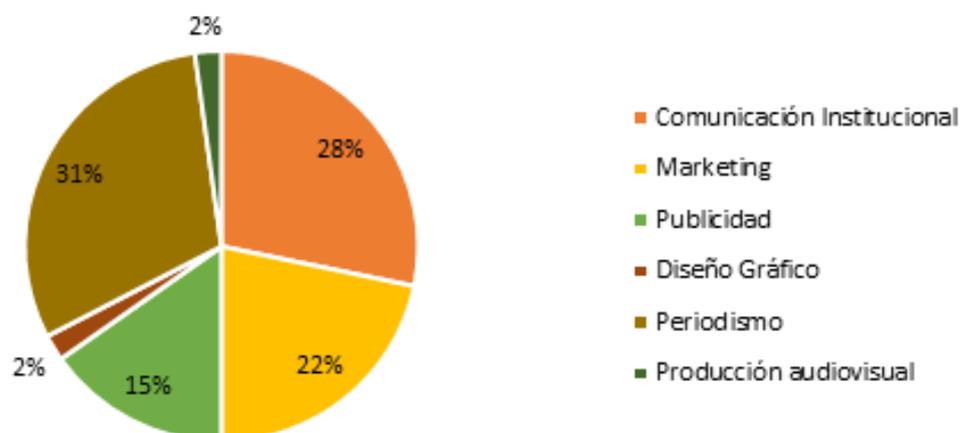
Tabla 4: ÁREAS DE MAYOR CONOCIMIENTO

¿En qué área tiene mayor conocimiento?		
Variables	F	%
Periodismo	14	31%
Comunicación Institucional	13	28%
Marketing	10	22%
Publicidad	7	15%
Diseño gráfico	1	2%
Producción audiovisual	1	2%
Total	46	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Áreas en las que tiene mayor conocimiento



Fuente: Tabla 4

Elaboración: Propia

De acuerdo a los datos levantados en la encuesta sobre las áreas de mayor conocimiento por parte de los profesionales, un 31% tienen mayor conocimiento en periodismo, un 28% en comunicación institucional, un 22% en marketing, un 15% en publicidad y un porcentaje mínimo del 2% tiene mayor conocimiento en diseño gráfico, al igual otro 2% en producción audiovisual.

Se puede evidenciar que, dentro de los conocimientos de los profesionales encuestados, predomina el periodismo, la comunicación organizacional o institucional y el conocimiento en marketing, sin embargo, la publicidad es un conocimiento intermedio, y los conocimientos muy bajos son en cuestión al área de diseño gráfico y producción audiovisual, lo cual para Villanueva et al, (2018) en un profesional se requiere también la capacidad de crear contenido atractivo, lo cual implica conocimiento en el área de diseño gráfico.

4.3.5 Áreas que le gustaría tener mayor conocimiento

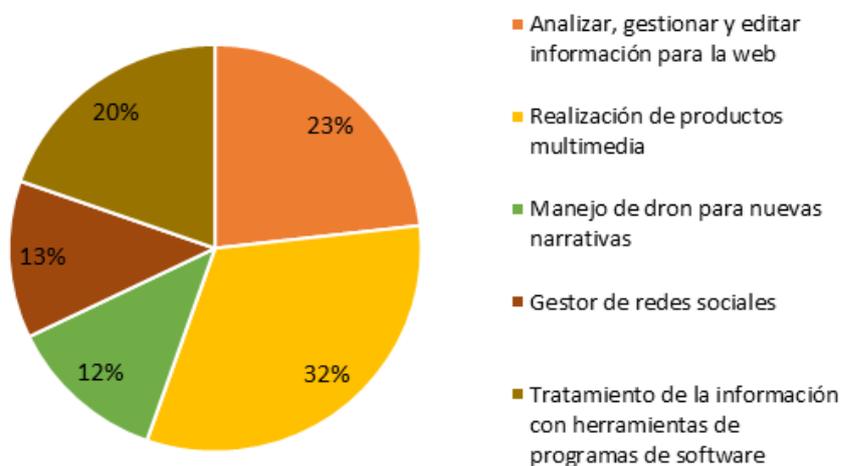
Tabla 5: ÁREAS QUE LE GUSTARÍA TENER MAYOR CONOCIMIENTO

¿En qué le gustaría tener mayor conocimiento?		
Variables	F	%
Realización de productos multimedia	18	32%
Analizar, gestionar y editar información para la web	13	23%
Tratamiento de la información con herramientas de programas de software	11	20%
Gestor de redes sociales	7	13%
Manejo de dron para nuevas narrativas	7	12%
Total	56	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Áreas que le gustaría tener mayor conocimiento



Fuente: Tabla 5

Elaboración: Propia

De los profesionales encuestados un 32% indicaron que les gustaría tener mayor conocimiento en realización de productos multimedia, un 23% en análisis, gestión y edición de información para la web, un 20% en tratamiento de la información con herramientas de programas de software, un 13% en el área de gestionar las redes sociales, y otro porcentaje del 12% le gustaría tener mayor conocimiento en el manejo de dron.

Según los datos de la encuesta, con mayor importancia los profesionales prefieren obtener conocimiento en las áreas de creación de productos multimedia, análisis, gestión y edición de información para la web y en el tratamiento de la información con herramientas de programas de software, que lleva consigo el uso y manejo de las diferentes plataformas, a un número menor de profesionales, les llama la atención el gestionar las redes sociales y el manejo de dron para contar nuevas narrativas. Estos datos reafirman lo expuesto por Robledo-Dioses (2018) que manifiesta que cada actualización tecnológica es una forma de enriquecer el perfil profesional y ser parte de una nueva forma de presentar la información

4.3.6 Aspectos del perfil periodístico o comunicacional que se han modificado con la transformación digital

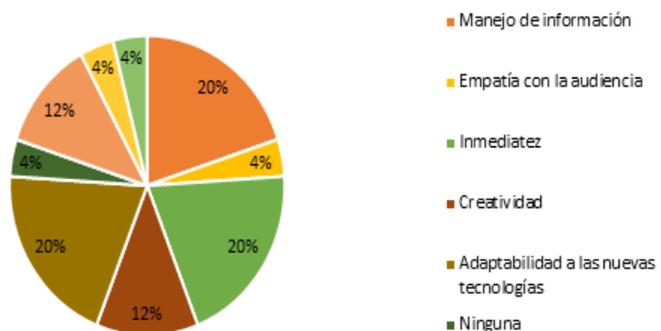
Tabla 6: ASPECTOS DEL PERFIL PERIODÍSTICO O COMUNICACIONAL QUE SE HAN MODIFICADO CON LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Qué aspectos de su perfil periodístico o comunicacional considera que se han modificado con la transformación digital?		
Variables	F	%
Manejo de información	5	20%
Inmediatez	5	20%
Adaptabilidad a las nuevas tecnologías	5	20%
Creatividad	3	12%
Manejo y redacción para redes sociales	3	12%
Empatía con la audiencia	1	4%
Acceso a las fuentes	1	4%
Credibilidad	1	4%
Ninguna	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Aspectos del perfil periodístico o comunicacional que se han modificado con la transformación digital



Fuente: Tabla 6

Elaboración: Propia

Según los datos de la encuesta, el 20% ha modificado en su perfil el manejo de la información, otro 20% la inmediatez, nuevamente otro 20% la adaptabilidad a las nuevas tecnologías, un 12% la creatividad, otro 12% el manejo y redacción para redes sociales, un 4% la empatía con la audiencia, otro 4% el acceso a las fuentes, y también otro 4% la credibilidad, por último, un 4% más que, ninguno de los aspectos se ha modificado en su perfil.

Se puede evidenciar que los aspectos que más se han modificado en el perfil de los profesionales, es el manejo de la información, la inmediatez y la adaptabilidad a las nuevas tecnologías, lo cual confirma lo mencionado por los autores Palomo y Palau-Sampio (2016) en donde la transformación digital sería una modificación para el profesional.

En una modificación intermedia, está la creatividad y el manejo y redacción para redes sociales, sobre la empatía con la audiencia, acceso a las fuentes y credibilidad, son pocos quienes han modificado estos dos aspectos con la transformación digital.

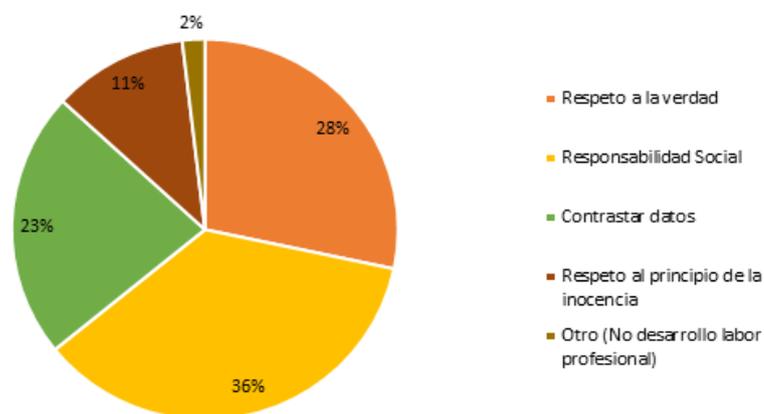
4.3.7 Valores periodísticos desarrollados en la labor profesional

Tabla 7: VALORES PERIODÍSTICOS DESARROLLADOS EN LA LABOR PROFESIONAL

¿Qué valores periodísticos desarrolla en su labor profesional?		
Variables	F	%
Responsabilidad Social	19	36%
Respeto a la verdad	15	28%
Contrastar datos	12	23%
Respeto al principio de la inocencia	6	11%
Otro (No desarrolla labor profesional)	1	2%
Total	53	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración propia

Valores periodísticos desarrollados en la labor profesional



Fuente: Tabla 7
Elaboración Propia

De acuerdo a datos de la encuesta, sobre los valores periodísticos desarrollados en la labor profesional, un 36% indica la responsabilidad social, un 28% el respeto a la verdad, un 23% el contrastar datos, un 11% el respeto al principio de la inocencia y un 2% indica no desarrollar su labor profesional.

Se evidencia que la responsabilidad social está muy presente en la labor de los profesionales, al igual que el respeto a la verdad, la contrastación de información y el respeto al principio de inocencia, siendo parte de los valores generales del periodismo y que siguen vigentes, en los jóvenes profesionales, lo cual ratifica Zambrano et al, (2018) mencionando que, ante los cambios tecnológicos, en el profesional persiste el compromiso por los valores periodísticos.

4.3.8 Conocimientos y habilidades adquiridos que han generado cambios en el perfil profesional

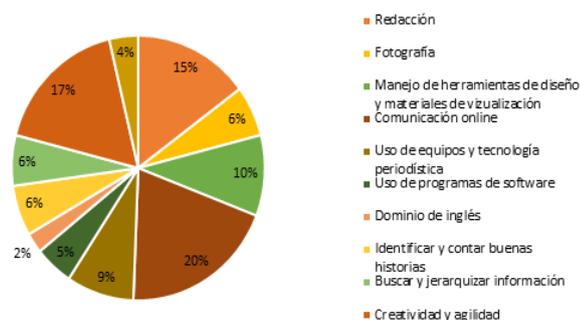
Tablas 8: CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES ADQUIRIDOS QUE HAN GENERADO CAMBIOS EN EL PERFIL PROFESIONAL

Desde su incorporación como profesional ¿Qué conocimientos y habilidades ha adquirido que ha generado un cambio en su perfil profesional?		
Variables	F	%
Comunicación online	16	20%
Creatividad y agilidad	14	17%
Redacción	12	15%
Uso de equipos y tecnología periodística/ Uso de programas de software	11	14%
Manejo de herramientas de diseño y materiales de visualización	8	10%
Fotografía	5	6%
Identificar y contar buenas historias	5	6%
Buscar y jerarquizar información	5	6%
Edición de video	3	4%
Dominio de inglés	2	2%
Total	81	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Conocimientos y habilidades adquiridos que han generado cambios en el perfil profesional



Fuente: Tabla 8

Elaboración: Propia

De acuerdo a los datos de la encuesta, los profesionales desde su incorporación un 20% ha adquirido en su perfil profesional la comunicación online, un 17% la creatividad y agilidad, un 15% la redacción, un 14% el uso de equipos y tecnología periodística y uso de programas de software, un 10% el manejo de herramientas de diseño y materiales de visualización, un 6% la fotografía, otro 6% el identificar y contar buenas historias y otro valor igual al 6% el buscar y jerarquizar información, un 4% la edición de video y por último un valor mínimo del 2% el dominio de inglés.

Se puede evidenciar, que los profesionales desde hace menos de un año que fue su incorporación, han fortalecido áreas que no fueron en su totalidad cubiertas en las aulas de clases, como: comunicación digital, jerarquización de información, diseño gráfico, fotografía, producción, redacción e inglés, además, de habilidades como: la creatividad y agilidad, y el contar buenas historias, siendo conocimientos y habilidades que actualmente se requieren en el campo profesional, por ende Ortiz (2018) corrobora que el profesional para ejercer periodismo en el entorno digital debe estar capacitado en diferentes áreas que fortalezcan su perfil profesional.

4.3.9 Competencias cognitivas que ha desarrollado

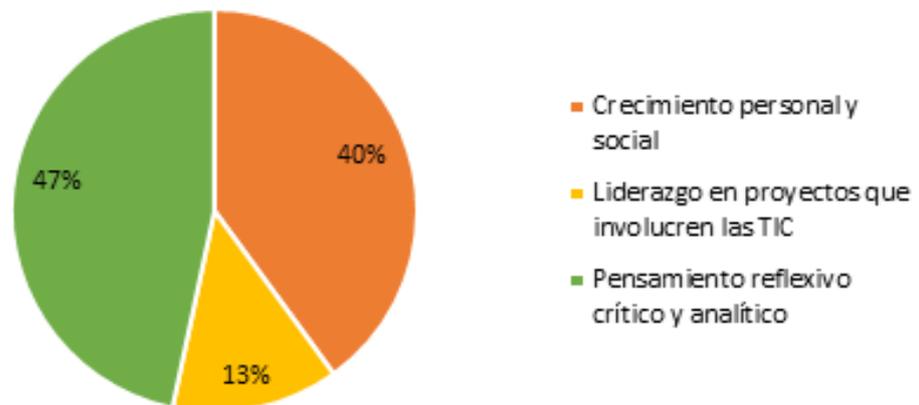
Tabla 9: COMPETENCIAS COGNITIVAS QUE HA DESARROLLADO

¿Cómo profesional qué competencias cognitivas ha desarrollado?		
VARIABLES	F	%
Pensamiento reflexivo crítico y analítico	14	47%
Crecimiento personal y social	12	40%
Liderazgo en proyectos que involucren las TIC	4	13%
Total	30	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Competencias cognitivas que ha desarrollado



Fuente: Tabla 9

Elaboración: Propia

Sobre las competencias cognitivas desarrolladas por los encuestados, un 47% ha desarrollado un pensamiento crítico, analítico y reflexivo, un 40% un crecimiento personal y social, y un 13% un liderazgo en proyectos que involucran las TIC.

Se puede evidenciar que las competencias cognitivas que han desarrollado fuera de la academia, siendo ya profesionales, son el pensamiento crítico, analítico y reflexivo, el crecimiento personal y social, y un porcentaje mínimo el liderazgo en proyectos relacionados con las TIC, por lo que Zambrano et al, (2018) mencionan que hacen referencia a los cambios tecnológicos.

4.3.10 Competencias específicas que ha incorporado en el perfil profesional

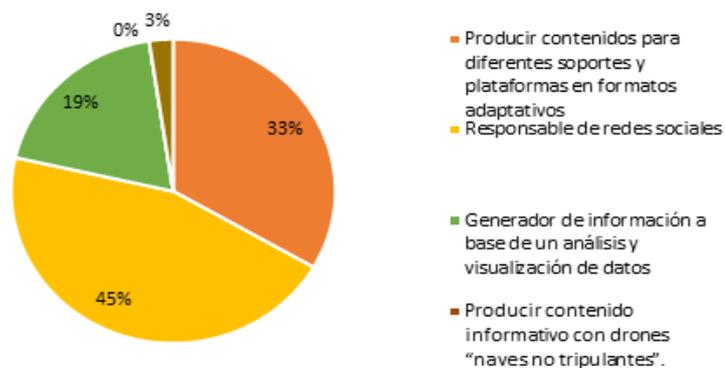
Tabla 10: COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE HA INCORPORADO EN EL PERFIL PROFESIONAL

¿Qué competencias específicas ha incorporado en su perfil profesional?		
Variables	F	%
Responsable de redes sociales	19	45%
Producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos	14	33%
Generador de información a base de un análisis y visualización de datos	8	19%
Ninguna (no ejerce)	1	3%
Producir contenido informativo con drones “naves no tripulantes”.	0	0%
Total	42	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Competencias específicas que ha incorporado en el perfil profesional



Fuente: Tabla 10

Elaboración: Propia

De acuerdo a los datos de la encuesta, los profesionales han incorporado en su perfil profesional diferentes competencias específicas, un 45% el ser responsables de redes sociales, un 33% el producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos, un 19% el ser generador de información a base de un análisis y visualización de datos, por último, un 3% indica que ninguna de las competencias específicas ha incorporado en su perfil profesional.

Se puede evidenciar, que los profesionales después de su paso por la academia, incorporaron a su perfil profesional la producción audiovisual, la gestión de redes sociales y la creación de información a base de análisis, que según los autores Sanchez-García et al, (2019) son parte de los conocimientos de los perfiles emergentes, como lo son el periodista multitarea-multimedia, community manager, editor de contenidos y periodista de datos.

Según los datos, el perfil que más ha sido incorporado es el de community manager o gestor de redes sociales, dejando de lado el periodismo de dron, que para López (2016) es una nueva forma de hacer periodismo y es un perfil inmerso en la tecnología.

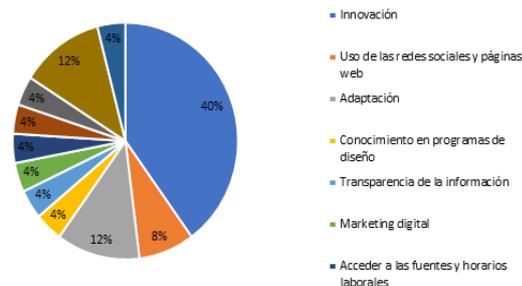
4.3.11 Retos actuales para desempeñar la labor profesional ante la transformación digital

Tabla 11: RETOS ACTUALES PARA DESEMPEÑAR LA LABOR PROFESIONAL ANTE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

¿Cuáles considera que son los retos actuales para desempeñar la labor profesional ante la transformación digital?		
Variables	F	%
Innovación	10	40%
Adaptación	3	12%
Poca contratación	3	12%
Uso de las redes sociales y páginas web	2	8%
Conocimiento en programas de diseño	1	4%
Transparencia de la información	1	4%
Marketing digital	1	4%
Acceder a las fuentes y horarios laborales	1	4%
Remuneración	1	4%
Aún sin título profesional	1	4%
Redacción responsable	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propia

Retos actuales para desempeñar la labor profesional ante la transformación digital



Fuente: Tabla 11
Elaboración: Propia

Según los datos de la encuesta, un 40% considera un reto la innovación, un 12% la adaptación, otro 12% el uso de las redes sociales y páginas web, un 4% el conocimiento en programas de diseño, otro 4% la transparencia de la información, nuevamente otro 4%, el marketing digital, otro 4% el acceder a fuentes y horarios, otro 4% la remuneración, y finalmente otro 4% la redacción responsable.

Los profesionales para desempeñar su labor tienen el reto de la innovación, ante la transformación digital, además, de su adaptación y el uso de las redes sociales y páginas web, lo cual deja entrever lo afirmado por Salazar (2018) que manifiesta que uno de los retos es avanzar junto a las tecnologías que son un aporte en el perfil profesional.

4.3.12 Tipo de periodista que se necesita actualmente en la provincia de El Oro

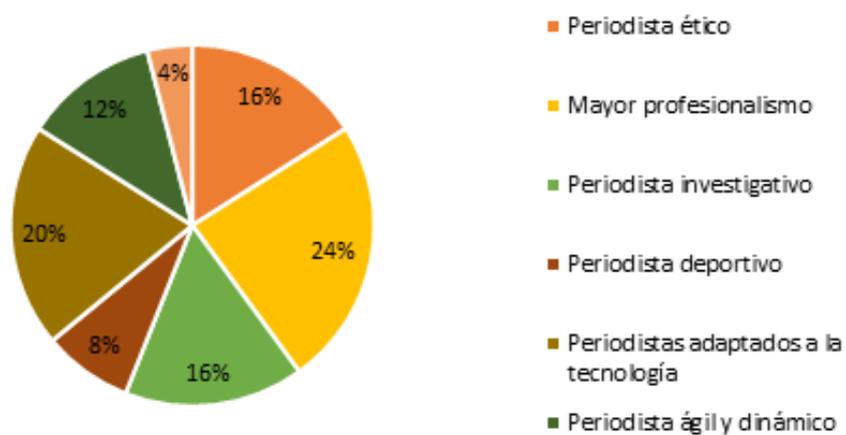
Tabla 12: TIPO DE PERIODISTA QUE SE NECESITA ACTUALMENTE EN LA PROVINCIA DE EL ORO

¿Qué tipo de periodista cree que se necesita actualmente en la provincia de El Oro?		
Variables	F	%
Mayor profesionalismo	6	24%
Periodistas adaptados a la tecnología	5	20%
Periodista ético	4	16%
Periodista investigativo	4	16%
Periodista ágil y dinámico	3	12%
Periodista deportivo	2	8%
Periodista crítico	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tipo de periodista que se necesita actualmente en la provincia de El Oro



Fuente: Tabla 12

Elaboración: Propia

Un 24% de profesionales encuestados, mencionan que en la Provincia de El Oro hace falta periodistas con mayor profesionalismo, un 20% indica que hace falta periodistas adaptados a la tecnología, un 16% periodistas éticos, otro 16% menciona periodistas investigativos, un 12% periodistas ágiles y dinámicos, un 8% periodistas deportivos y por último un 4% señala la falta de periodistas críticos.

Se puede evidenciar que, según los encuestados, en la provincia de El Oro hace falta mayor profesionalismo en periodistas, del mismo modo que estén adaptados a la tecnología con nuevas formas de presentar la información en diferentes plataformas digitales, tal como menciona Salaverría (2016) “Las tecnologías digitales están reconfigurando el paisaje de las profesiones de la comunicación”.

Además, se destaca que haya periodistas con mucha más ética y en el área de investigación.

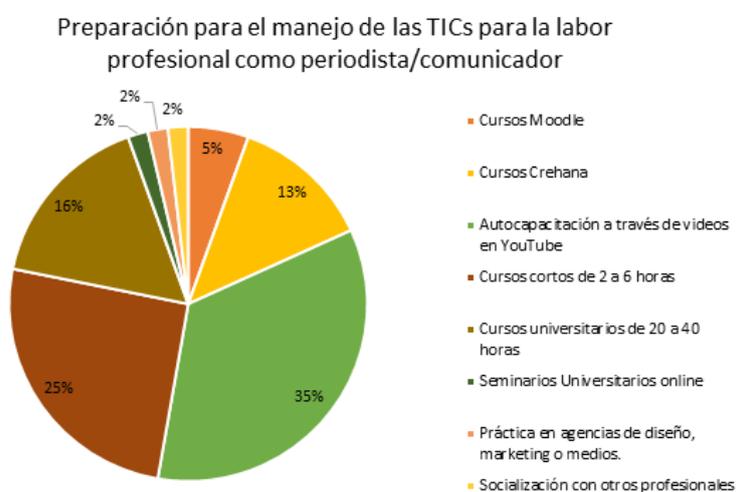
4.3.13 Preparación para el manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para la labor profesional como periodista/comunicador

Tabla 13: PREPARACIÓN PARA EL MANEJO DE LAS TICs PARA LA LABOR PROFESIONAL COMO PERIODISTA/COMUNICADOR

¿Cuál es su preparación para el manejo de las TICs para su labor profesional como periodista/comunicador?		
Variables	F	%
Autocapacitación a través de videos en YouTube	19	35%
Cursos cortos de 2 a 6 horas	14	25%
Cursos universitarios de 20 a 40 horas	9	16%
Cursos Crehana	7	13%
Cursos Moodle	3	5%
Seminarios Universitarios online	1	2%
Práctica en agencias de diseño, marketing o medios.	1	2%
Socialización con otros profesionales	1	2%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia



Fuente: Tabla 13

Elaboración: Propia

Sobre la preparación para el manejo de las TIC para el desarrollo de la labor profesional, un 35% realizan su preparación mediante la autocapacitación a través de videos de YouTube, un 25% a través de cursos cortos de 2 a 6 horas, un 16% mediante cursos universitarios de 20 a 40 horas, un 13% a través de los cursos Crehana, un 5% sus preparación es mediante cursos Moodle, un porcentaje mínimo del 2% se preparara a través de seminarios online universitarios, otro 2% con práctica en agencias de diseño, marketing o medios, y por último un porcentaje igual de 2% con la socialización con otros profesionales.

Se puede evidenciar que la mayor forma de preparación para los profesionales es la capacitación informal, que involucra la autocapacitación mediante videos de YouTube, siguiéndole la capacitación no formal, que consiste en cursos cortos de 2 a 6 horas, cursos de crehana, seminarios, prácticas y socialización con demás colegas, respecto a la capacitación formal, los cursos universitarios de 20 a 40 horas y cursos Moodle, no destacan mayormente como parte de la preparación para el manejo de las TICs, sin embargo, para Orozco (2015) la educación formal responde a las necesidades de actualización de formación para los profesionales en medio de un ambiente laboral lleno de cambios.

4.3.14 Temas de capacitación para la profesionalización

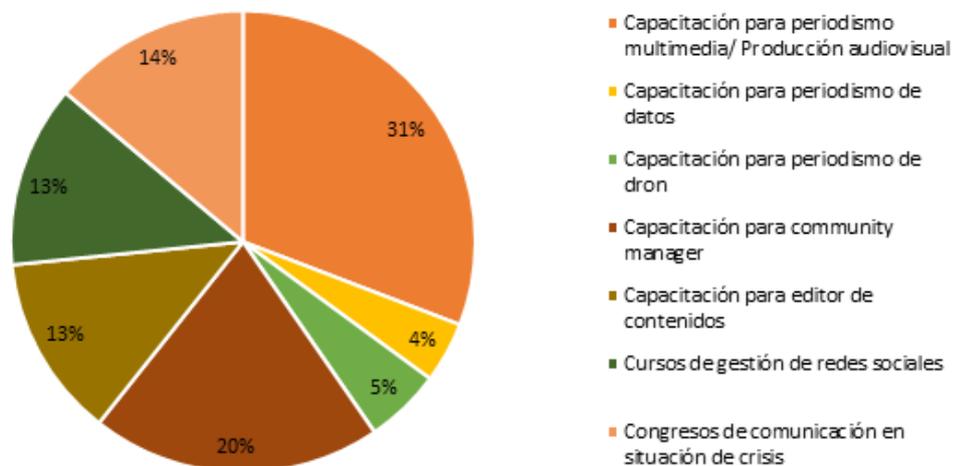
Tabla 14: ¿Qué temas de capacitación para su profesionalización le gustaría recibir?

TEMAS DE CAPACITACIÓN PARA LA PROFESIONALIZACIÓN		
Variables	F	%
Periodismo multimedia/Producción audiovisual	29	31%
Community manager	19	20%
Comunicación en situación de crisis	13	14%
Editor de contenidos	12	13%
Gestión de redes sociales	12	13%
Periodismo de dron	5	5%
Periodismo de datos	4	4%
Total	94	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Temas de capacitación para la profesionalización



Fuente: Tabla 14

Elaboración: Propia

Sobre los temas de capacitación para los profesionales, a un 31% le gustaría recibir temas de capacitación para periodismo multimedia/producción multimedia, un 20% en community manager, un 14% sobre congresos de comunicación en situación de crisis, un 13% para editor de contenidos, otro 13% cursos de gestión de redes sociales, un 5% en capacitación para periodismo de dron y otro valor del 4% en periodismo de datos.

En resumen, para su profesionalización los encuestados se inclinan más, por los temas de periodismo multimedia/producción audiovisual, community manager, comunicación en situación de crisis, edición de contenidos y gestión de redes sociales, entre las opciones menos seleccionadas está, la capacitación en periodismo de dron y de datos, lo cual hace entrever lo mencionado por Puente (2019) que manifiesta que los profesionales han dejado de lado ciertos puntos por recursos apegados a la era digital.

4.3.15 Modalidad para recibir capacitaciones

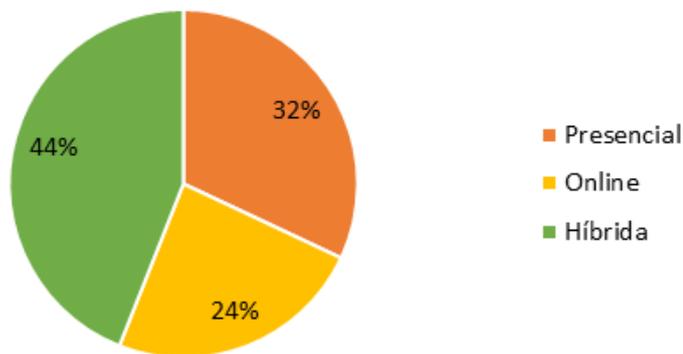
Tabla 15: MODALIDAD PARA RECIBIR CAPACITACIONES

¿En qué modalidad le gustaría recibir la capacitación?		
Variables	F	%
Híbrida	11	44%
Presencial	8	32%
Online	6	24%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Modalidad para recibir capacitaciones



Fuente: Tabla 15

Elaboración: Propia

De acuerdo a los datos de la encuesta, un 44% indican que les gustaría recibir capacitaciones en modalidad híbrida, un 32% de manera presencial y un 24% en modalidad online.

Los profesionales apuestan por una capacitación en modalidad híbrida, que involucre tanto clases o capacitaciones que sean presenciales y en línea, la cual es parte de la educación formal del Centro de Formación en Periodismo Digital (CFDP) según lo mencionado por Orozco (2015).

4.3.16 *Tiempo de duración de capacitaciones para una mayor formación en el perfil profesional*

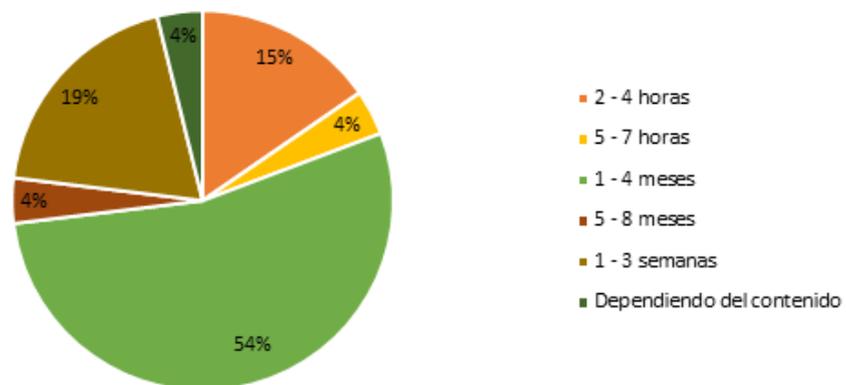
Tabla 16: TIEMPO DE DURACIÓN DE CAPACITACIONES PARA UNA MAYOR FORMACIÓN EN EL PERFIL PROFESIONAL

Para una mayor formación de su perfil profesional ¿Cuánto tiempo deben durar las capacitaciones?		
Variables	F	%
1 - 4 meses	14	54%
1 - 3 semanas	5	19%
2 - 4 horas	4	15%
5 - 7 horas	1	4%
5 - 8 meses	1	4%
Dependiendo del contenido	1	4%
Total	26	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Tiempo de duración de capacitaciones para una mayor formación en el perfil profesional



Fuente: Tabla 16

Elaboración: Propia

Sobre el tiempo de duración de capacitaciones, un 54% mencionó de 1 – 4 meses, un 19% de 1- 3 semanas, un 15% de 2 – 4 horas, un 4% de 5 – 7 horas, y otro valor de 4% de 5 – 8 meses, por otro lado, un 4% indicó que depende del contenido su tiempo de capacitación.

En resumen, es considerable la apreciación del tiempo de capacitación de los profesionales al existir una mayoría que considera una duración de 1 a 4 meses.

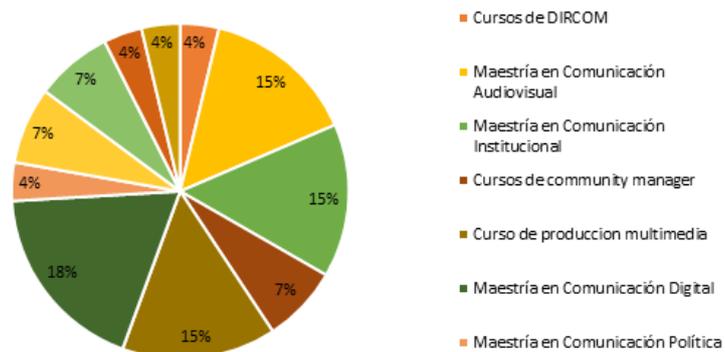
4.3.17 Maestrías o cursos que debe ofertar la Universidad Técnica de Machala (UTMACH)

Tabla 17: MAESTRÍAS O CURSOS QUE DEBE OFERTAR LA UTMACH

¿Qué tipo de maestrías o cursos le gustaría que oferte la Universidad Técnica de Machala (UTMACH)?		
Variables	F	%
Maestría en Comunicación Digital	5	18%
Maestría en Comunicación Audiovisual	4	15%
Maestría en Comunicación Institucional	4	15%
Curso de producción multimedia	4	15%
Cursos de community manager	2	7%
Maestría en Periodismo de Investigación	2	7%
Cursos de gestión de crisis	2	7%
Cursos de DIRCOM	1	4%
Maestría en Comunicación Política	1	4%
Cursos de Edición	1	4%
Maestría en Periodismo Deportivo	1	4%
Total	27	100%

Fuente: Encuesta
Elaboración: Propio

Maestrías o cursos que debe ofertar la UTMACH



Fuente: Tabla 17
Elaboración: Propia

De acuerdo a lo mencionado, a un 18% de profesionales les gustaría la oferta de maestrías de la UTMACH en comunicación digital, un 15% en comunicación audiovisual, otro 15% en comunicación institucional, respecto a los cursos un 15% le gustaría cursos de producción multimedia, un 7% cursos de community manager, en cambio otro 7% en maestría en periodismo de investigación, otro 7% sobre cursos de DIRCOM, un 4% de cursos de edición, y nuevamente otro 4% le gustaría que oferte la maestría de comunicación política, al igual que otro 4% en periodismo deportivo.

En resumen, por parte de los profesionales el 63% pide maestrías, en áreas como comunicación digital, comunicación audiovisual, comunicación institucional, periodismo de investigación, comunicación política y periodismo deportivo.

Respecto a cursos el 47% de los profesionales, prefieren cursos de producción multimedia, cursos de community manager, cursos de dircom, manejo de crisis y edición.

Es indispensable que la UTMACH oferte maestrías en las áreas que son requeridas y que involucran las TICs, y que actualmente se convierten en un reto para los profesionales.

4.3.18 Recomendaciones para la UTMACH para mejorar el perfil de los nuevos comunicadores

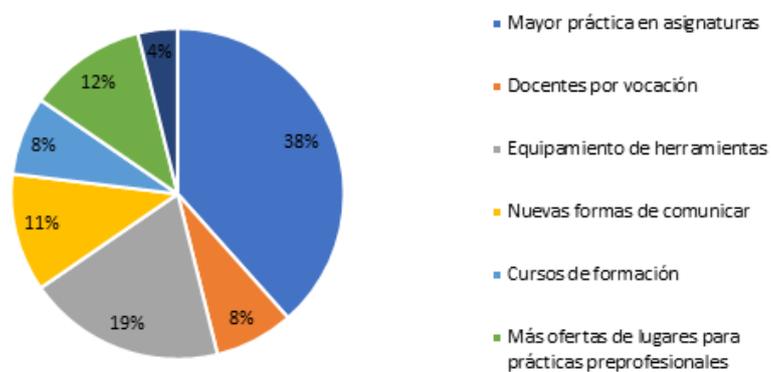
Tabla 18: RECOMENDACIONES PARA LA UTMACH PARA MEJORAR EL PERFIL DE LOS NUEVOS COMUNICADORES

Recomendaciones para la UTMACH para mejorar el perfil de los nuevos comunicadores		
Variables	F	%
Mayor práctica en asignaturas	10	38%
Equipamiento de herramientas	5	19%
Nuevas formas de comunicar	3	12%
Más ofertas de lugares para prácticas	3	12%
Docentes por vocación	2	8%
Cursos de formación	2	8%
Revisión de contenido de Syllabus	1	4%
Total	26	100

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Recomendaciones para la UTMACH para mejorar el perfil de los nuevos comunicadores



Fuente: Tabla 18

Elaboración: Propia

Un 38% de profesionales, recomiendan mayor práctica, un 19% el equipamiento de herramientas, un 12% las nuevas formas de comunicar, otro 12% indica más ofertas de lugares para prácticas preprofesionales, por otro lado, un 8% recomienda docentes por vocación, nuevamente un 8% menciona los cursos de formación y por último un 4% el revisar el contenido de los Syllabus.

En conclusión, los profesionales graduados en la UTMACH de la carrera de Comunicación Social, recomiendan a la universidad que, para mejorar el perfil de los nuevos comunicadores, en las asignaturas se realice mayor práctica que involucre al campo laboral, además, del equipamiento de herramientas como: fotografía y estudios de grabación, lo cual hace entrever lo mencionado por los autores Villanueva et al, (2018) de que la academia juega un papel fundamental en la creación de profesionales idóneos capaces de enfrentar el avance tecnológico.

4.3.19 Recomendaciones para los nuevos periodistas

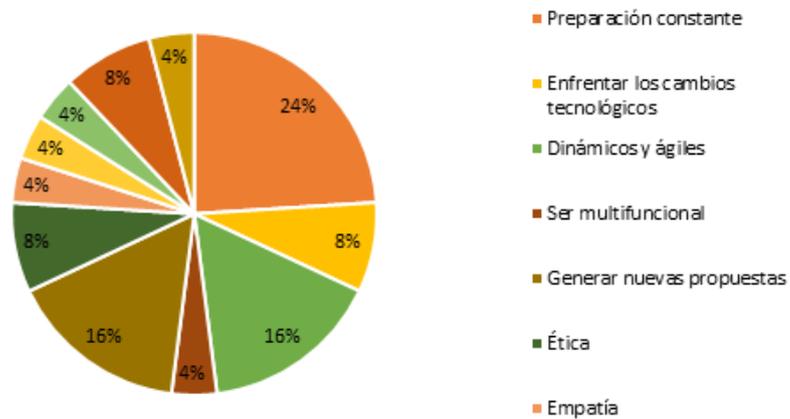
Tabla 19: Recomendaciones para los nuevos periodistas

RECOMENDACIONES PARA LOS NUEVOS PERIODISTAS		
Variables	F	%
Preparación constante	6	24%
Dinámicos y ágiles	4	16%
Generar nuevas propuestas	4	16%
Enfrentar los cambios tecnológicos	2	8%
Pasión por la carrera	2	8%
Ética	2	8%
Ser multifuncional	1	4%
Empatía	1	4%
Contrastar la información	1	4%
Prudencia	1	4%
Emprendedores	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Recomendaciones para los nuevos periodistas



Fuente: Tabla 19

Elaboración: Propia

Un 24% de profesionales recomienda a los nuevos periodistas, la preparación constante, otro 16% el ser dinámicos y ágiles, un 16% recomienda el que deben generar nuevas propuestas, un 8% el enfrentar los cambios tecnológicos, otro 8% el tener pasión por lo que estudian, otro 8% recomienda el ser éticos, un 4% el que sean multifuncionales, otro 4% el tener empatía, nuevamente otro 4% el contrastar la información, otro 4% ser prudentes y por último otro 4% el emprender.

Las recomendaciones para los nuevos periodistas, son varias, pero las que más se destacan son la preparación constante, ser dinámicos y ágiles, generar nuevas propuestas, ser éticos, estar apasionados con la carrera y enfrentar los cambios tecnológicos, tal como mencionan López et al, (2017) el reto tecnológico es parte de un proceso de cambio que debe ser enfrentado y que trae un mejoramiento en el perfil del profesional.

4.3.20 Perfiles que se deben integrar en el profesional

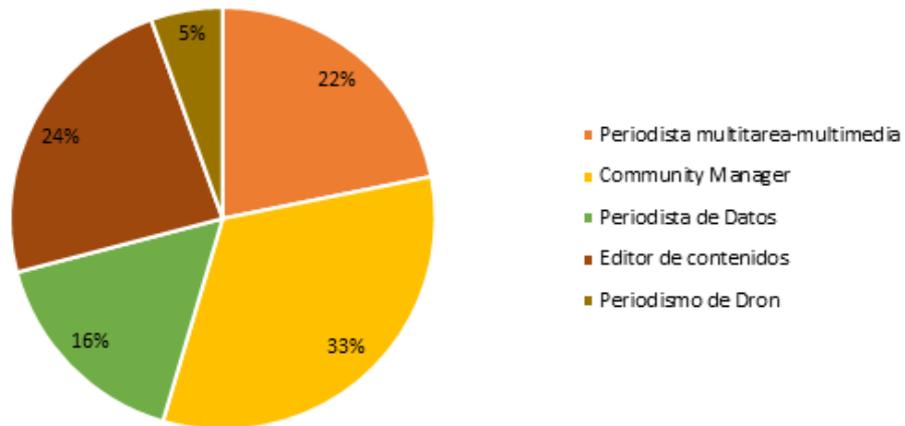
Tabla 20: PERFILES QUE SE DEBEN INTEGRAR EN EL PROFESIONAL

¿Cuáles cree que debe integrar en su perfil profesional?		
Variables	F	%
Community Manager	18	33%
Editor de contenidos	13	24%
Periodista multitarea-multimedia	12	22%
Periodista de Datos	9	16%
Periodismo de Dron	3	5%
Total	55	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Propia

Perfiles que se deben integrar en el profesional



Fuente: Tabla 20

Elaboración: Propia

Según datos de los encuestados, un 33% de profesionales debe integrar el perfil del community manager, un 24% el de editor de contenidos, un 22% el de periodista multitarea – multimedia, un 16% el de periodista de datos, mientras que un 5% el de periodismo de dron.

Para Zambrano et al, (2018) el periodismo en los últimos años ha sufrido una transformación, lo cual ha provocado un perfil periodístico acorde a los cambios tecnológicos, y según los datos, se evidencia que son tres los perfiles principales, que considera la mayoría de profesionales deben de integrar en su perfil: el de community manager o también denominado gestor de redes, el de editor de contenidos y el de periodista multitarea- multimedia, y se deja de lado, al periodismo de dron que, para Prudkin (2019) nace como una novedosa competencia en el quehacer periodístico.

CONCLUSIONES

- Luego de la investigación tanto periodistas nuevos como profesionales experimentados, tienen retos actuales en su perfil periodístico ante la transformación digital, y se dividen en diferentes áreas, empezando por el dominio de herramientas de diseño, dominio de inglés, la flexibilidad de adaptación, generar información a base de análisis, el trabajo en equipo en procesos digitales, el liderazgo en proyectos con TICs, el identificar y contar buenas historias, la gestión y dinamización de redes estableciendo mayor retroalimentación, la fotografía, la navegación especializada en grandes bases de datos y el producir contenido informativo mediante el uso del dron también llamadas “naves no tripulantes”.

Para los profesionales el tratar de adaptarse y enfrentar las nuevas necesidades son retos que surgen ante la transformación digital, y que deben ser sumados al perfil profesional para no “morir” o ser desplazados “quedando en el olvido”.

- Las competencias y capacidades de los periodistas se corroboran tanto en la teoría levantada en la investigación, como en los expertos, en las entrevistas y en las encuestas. Ante la transformación digital, en las competencias generales se mantienen las bases del periodismo, como: la ética, el respeto a la verdad, la contrastación de la información, el pensamiento crítico, analítico y reflexivo, la responsabilidad social y el crecimiento personal y social, siendo competencias básicas del ejercicio profesional periodístico que no han cambiado y están fortalecidas.

Sin embargo, se nota una pequeña diferencia entre nuevos profesionales y antiguos, respecto a la competencia del principio de la inocencia, la toma de decisiones, trabajo en equipo de los procesos comunicativos digitales y liderazgo

en proyectos que involucren las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que son las más debilitadas.

Respecto a las competencias específicas, hay una consolidación que ha generado un nuevo perfil del comunicador, sobre producción de contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos y manejo de redes sociales y blog, sin embargo, pero hay una debilidad en la competencia de generar información a base de análisis, y esta debilidad se ha encontrado en los nuevos profesionales.

También se nota la falta de competencia en producir contenidos informativos con drones, ninguno de los dos grupos tiene esta competencia que para López (2016) es una nueva forma de hacer periodismo y de mostrar nuevas narrativas.

- La mayoría de periodistas tanto nuevos profesionales como experimentados, tienen debilidades en el dominio de materiales de visualización para la creación de infografías, dominio de inglés, el buscar y jerarquizar la información, el identificar y contar buenas historias de interés, la flexibilidad de adaptarse rápidamente al ambiente laboral, la gestión y dinamización de redes estableciendo contacto del director con el usuario, la fotografía con una nueva narrativa y la navegación especializada en grandes bases de datos. Lo cual contradice con lo que debe ser el perfil del profesional, fortalecido en diferentes áreas, información que fue levantada en la investigación y que fue corroborado por los expertos.

Sobre las acciones tomadas por parte de los profesionales, para la mayoría de periodistas su preparación ha sido informal, de manera autodidacta (YouTube, tutoriales, textos digitales, ayuda de colegas), y no han hecho un mayor fortalecimiento en las áreas respecto a las necesidades que tienen.

- Entre los retos asumidos por los profesionales, está el conocimiento de comunicación online y estrategias de comunicación y marketing, la redacción para red en página web y redes sociales, y el uso de dispositivos electrónicos, que según Trámpuz (2017) la era digital hizo modificaciones en el campo laboral implicando nuevas competencias que demandan de más conocimientos.

RECOMENDACIONES

- Los profesionales deben estar prestos para adquirir nuevas competencias que involucren las TIC, sin perder el sentido de las bases principales del periodismo, es importante destacar que en todos los trabajos hay una evolución y en el periodismo la investigación ahora está sumada con un buen contenido audiovisual de calidad.
- La academia juega un papel importante en la formación del profesional, es por eso que la UTMACH debe realizar una mayor práctica, acompañada de un equipamiento de herramientas esenciales en la formación del periodista.
- Siempre recurrir a capacitaciones continuas que aporten con nuevos conocimientos y nuevas visiones para hacer una labor profesional más especializada.
- No detenerse ante los cambios, más bien sumarlos y verlos como un valor agregado al perfil profesional lo cual hace ver a la audiencia un profesional polifuncional.

REFERENCIAS

- Anguisaca, E. (2015). Comunicación 3.0: aplicaciones en la vida de un periodista. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10578/1/UPS-CT005453.pdf>
- Arias, D., Sánchez-García, P., y Redondo, M. (2018). El perfil del periodista de datos en España: formación, fuentes y herramientas. *Doxa Comunicación*, 27, 273-293. [https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9888/1/\(ES\)%20Monogr%c3%a1fico%203.pdf](https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/9888/1/(ES)%20Monogr%c3%a1fico%203.pdf)
- Arzate, E., López, J y Mancilla, L. (2017). Periodismo del Siglo XXI. *Notimex, Ecosistema digital*. https://issuu.com/coneicc/docs/ntxbook_2/31
- Barrios, A., y Zambrano, W. (2014). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas*, 14 (26), 221-24. <https://www.redalyc.org/pdf/4915/491548260012.pdf>
- Berlanga, A. (2016). El camino desde la Inteligencia Artificial al Big Data. *Revista de Estadística y Sociedad*, (68), 9-11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5711135>
- Caminero, L., y Sánchez-García, P. (2018). El perfil y formación del ciberperiodista en redacciones nativas digitales. *Hipertext.net*, (16), 4-15. <https://www.raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/10.31009-hipertext.net.2018.i16.04/428622>
- Carrillo, I. (2016). El Papel del periodismo en la era digital. *Paakat: Tecnología y Sociedad*, (9), 2007-3607. <https://www.redalyc.org/pdf/4990/499051500008.pdf>
- Casero-Ripollés, A. (2020). “La COVID-19 en el periodismo: un impacto ambivalente”, RAEIC, *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7, (14), 2-26. <https://doi.org/10.24137/raeic.7.14.1>
- Codina, L. (2016). Tres dimensiones del periodismo computacional. Intersecciones con las ciencias de la documentación. *Anuario ThinkEPI*, (10), 200-202. <https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/thinkepi.2016.41>

- El Telégrafo. (05 de enero 2019). Periodismo en Ecuador afronta nuevos desafíos. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/periodismo-afronta-nuevos-desafios-ecuador>
- Gómez-Calderón, B., Roses, S., y García-Borrego, M. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 8 (1), 191-200. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/61239/6/ReMedCom_08_01_16.pdf
- González, M. (2016). Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital. *Opción*, 32 (7), 746 – 766. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048480042.pdf>
- Latorre, M. (2018). Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. Archivo PDF. https://umch.edu.pe/arch/hnomarino/74_Historia%20de%20la%20Web.pdf
- LeanFactor (2020). Sólo el 5% de los periodistas españoles podía disfrutar de trabajo flexible en casa u oficina antes de la pandemia. 14 de mayo de 2020. <https://leanfactor.net/solo-el-5-de-los-periodistas-espanoles-podia-disfrutar-detrabajo-flexible-casa-u-oficina-antes-de-la-pandemia/>
- Loaiza, Y. (2018). Las salas de redacción en la era digital, la percepción y los principales retos de la comunidad virtual de periodistas y colaboradores, caso La Barra Espaciadora, Ecuador. *Revista ComHumanitas*, 9 (2), 219 – 234. <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/174/173>
- López, A. (2016). El periodismo que contara el futuro. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (131), 239-256. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/2733/2746>
- López-García, X., Rodríguez-Vásquez, A., y Pereira-Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, 15 (53), 81-90. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=53&articulo=53-2017-08>

- Lugo-Ortiz, L. (2016). La academia, los medios y el profesional ideal: el periodista generalista multimedia. *Communication & Society* 29(4), 271-287.
https://www.researchgate.net/publication/309226051_La_academia_los_medios_y_el_profesional_ideal_el_periodista_generalista_multimedia
- Marques-Hayasaki, Paula., Roca-Cuberes, C., y Singla, C. (2016). Nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito periodístico: revisión de la literatura y entrevistas a profesionales en España. *Brazilian journalism research*, 12, (3).
<https://core.ac.uk/download/pdf/193708464.pdf>
- Morejón, R., y Zamora, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y contextos*, 18, 11-24.
<http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1680>
- Naranjo, B., & Vega, M. (2017). *La formación de los comunicadores sociales en la Universidad Estatal de Bolívar y su relación con los requerimientos de la Comunicación Digital* [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26927>
- National Geographic. (2018). Un robot en China debutó como conductor de noticias. https://www.ngenespanol.com/tecnologia/un-robot-en-china-debuto-como-conductor-de-noticias/amp/?fbclid=IwAR2270GzbY6ILNqSw8GrW9_JJmY1oomxpYh7jy37VRVMNMvj7kHX2lRrug
- Odrizola, J., Bernal, J y Aguirre, C. (2016). Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística en Ecuador. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, (133), 357-372.
[10.16921/chasqui.v0i133.2904](https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i133.2904)
- Orozco, R. (2015). Profesionalización y capacitación de periodistas y comunicadores en un contexto de cambios tecnológicos. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (9),
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051500009>
- Ortiz, C. (2018). *El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República* [Tesis

de titulación, Universidad César Vallejo, Perú].

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/37109>

- Palomo, B., y Palau-Sampio, D. (2016). El periodista adaptivo. Consultores y Directores de innovación analizan las cualidades del profesional en la comunicación. *El profesional de la información*, 25, (2), 188-195. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5397581>
- Puente, G. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita* [Tesis de Titulación. Universidad Católica del Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/El%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, D y Rosero, D. (2017). Análisis de las prácticas y técnicas periodísticas en el periodismo ecuatoriano. Casos de estudio: Ecuavisa, El Comercio y Ecuador en Vivo. *Razón y Palabra*, 21 (97), 475 - 485. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199552192025>
- Robledo-Dioses, K. (2017). Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión. *Comhumanitas: revista científica de comunicación*, 8(1), 1-27. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057561>
- Ruiz, E. (2019). *Análisis al perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A.* [Tesis de Titulación, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí]. <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/2127/1/ULEAM-PER-0041.pdf>
- Salaverría, R (2016). Redefinir al comunicador. *El profesional de la información*, 25, (2), 163-167. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2016.mar.02/30264>
- Salazar, I. (2018). Los robots y la Inteligencia Artificial. Nuevos retos del periodismo. *Doxa Comunicación*, 27, 295-315. <http://opendata.dspace.ceu.es/bitstream/10637/9889/1/%28ES%29%20Monogr%c3%a1fico%204.pdf>

- Salazar, O. (2017). *Impacto de la influencia de la web 2.0 como estrategia periodística para los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el año 2017* [Tesis de Titulación, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20424/1/TESIS%20-%20OMAR%20SALAZAR.pdf>
- San Millan, M. (2017). *Web social colaborativa y sus implicaciones socioculturales* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/44276/1/T39116.pdf>
- Sánchez-García, P., García-Orosa, B., López-García, X., y Vázquez-Rodríguez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad: investigación, conceptualización y oferta en el Grado. *Trípodos*, (45), 157-177. http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/691
- Schena, J., Besalú, R y Singla-Casellas, C. (2018). Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 531 - 555. <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1268/27es.html>
- Trámpuz, J. (2017). La formación del periodista en el contexto de la convergencia. *Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 5 (3). <https://www.researchgate.net/publication/322959320>
- Velázquez, L., y Serna, A. (2020). Cobertura informativa de la pandemia por COVID-19 en Nuevo León: liderazgo y periodismo con misión de servicio. *Revista española de comunicación en salud*, 1, S186-S209. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5453/3934>
- Villanueva, J., López, K., y Villavicencio, J. (2018). Los retos del periodismo ecuatoriano y los desafíos en la formación de nuevos profesionales. *INNOVA Research Journal*, 3 (9), 190-202. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6778120>
- Vivero, M. (2017). *Del periodismo tradicional al de la generación de los millennials: Análisis de la transición de la vieja escuela a los nuevos formatos en prensa digital* [Tesis de titulación, Universidad San

Francisco de Quito, Ecuador].

<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/7081>

Vizueté, A. (2019). *Periodismo digital en Ecuador. Análisis del website GK (GKILLCITY) como una nueva forma del ejercicio periodístico* [Tesis de titulación, Universidad Central del Ecuador].

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17871/1/T-UCE-0009-CSO-122.pdf>

Westlund, O. (2018). ¿Periodismo móvil o periodismo en la era de los móviles?. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10-

14. https://www.researchgate.net/publication/328176404_Periodismo_movil_o_periodismo_en_la_era_de_los_movile

Zambrano, W., García, D., y Barrios, A. (2018). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estud. Mensaje Period*, 25(1), 587-607.

<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/63747>

ANEXOS

Anexo 1

Resultados de entrevista a profesionales experimentados

Competencias generales de los entrevistados	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E10	E 11	E 12	E 13	E 14	E 15
Ética/Respeto a la verdad	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Responsabilidad social	X		X		X		X	X				X	X	X	
Contrastar datos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Respeto a al principio de inocencia	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Crecimiento personal y social.	X		X		X	X				X	X	X	X	X	X
Trabajo en equipo sobre los procesos comunicativos digitales.		X	X								X	X	X	X	

Liderazgo en proyectos que involucren las TIC.			X		X							X	X		X
Toma de decisiones.	X		X		X		X			X					X
Pensamiento reflexivo, crítico y analítico.	X	X	X		X	X		X		X	X	X	X		

Competencias específicas desarrolladas por entrevistados	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
Producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos.	X	X	X								X	X	X	X	
Responsable de redes sociales y de alimentar con contenido a blogs y páginas web.	X	X	X		X		X			X	X	X	X	X	X

Generador de información a base de un análisis.		X	X		X	X					X	X	X	X	
Producir contenido informativo con drones “naves no tripulantes”.															

Habilidades generales desarrolladas por entrevistados	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
Dominio de inglés (nivel básico)	X	X	X	X	X		X	X		X					X
Buscar y jerarquizar la información	X		X		X	X				X	X	X	X	X	X
Creatividad y agilidad			X	X	X		X	X			X		X	X	
Identificar y contar buenas	X	X	X		X		X	X				X	X	X	X

historias de interés.																
Flexibilidad de adaptarse rápidamente al ambiente laboral.		X	X	X	X							X	X	X	X	X

Habilidades específicas (transformación digital)	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
Gestión y dinamización de redes, interacción con la audiencia y distribución de contenido, y establecer contacto del director con el usuario.			X	X	X					X	X	X	X	X	
Organización de la información digital añadiendo un valor propio a la marca de la empresa.		X	X		X							X		X	X

Dominio de materiales de visualización (infografías).		X	X								X	X	X			
---	--	---	---	--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	--	--	--

Conocimientos de los entrevistados	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15
Redacción	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Fotografía			X			X	X	X				X			
Conocimiento de comunicación online, tecnología y estrategias de comunicación y marketing.	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X		X	X
Navegación especializada en grandes bases de datos, en el tratamiento de la información con herramientas de programas de software.		X	X		X	X			X						X

Escritura para red en página web y redes sociales de la empresa.	X	X	X	X	X						X	X		X	X
Uso y manejo de los dispositivos electrónicos equipados, cámaras de audio y video (HD).	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X

Estrategias de formación aplicadas	E 1	E 2	E 3	E 4	E 5	E 6	E 7	E 8	E 9	E 10	E 11	E 12	E 13	E 14	E 15
Actualizaciones académicas de formación y capacitación para el ambiente laboral cambiante. (cursos de actualización y estudios universitarios de posgrado)		X	X										X		X
Preparación autodidacta (youtube y tutoriales, textos digitales, ayuda a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X

colegas/familiares)																	
Talleres, cursos cortos, charlas (3h-10h) presenciales y en línea que son impartidos por organizaciones públicas y privadas.	X	X	X	X	X			X	X				X	X	X	X	

Anexo 2

Resultados de entrevistas y encuestas.

Competencias generales del perfil periodístico (López et al., 2017; Zambrano et al., 2018).	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Ética/Respeto a la verdad	15	25	Corroborado
Responsabilidad Social	8	19	Corroborado
Contrastar datos	15	12	Corroborado
Respeto al principio de la inocencia	15	6	Corroborado
Crecimiento personal y social	10	12	Corroborado
Trabajo en equipo sobre los procesos comunicativos digitales.	6	0	Corroborado

Liderazgo en proyectos que involucren las TIC	5	4	Corroborado
Toma de decisiones	6	0	Corroborado
Pensamiento reflexivo, crítico y analítico.	10	14	Corroborado

Competencias específicas del perfil periodístico (Zambrano et al., 2018; Prudkin, 2019; Sánchez-García et al., 2019; Rivera y Rosero, 2017).	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Producir contenidos para diferentes soportes y plataformas en formatos adaptativos.	7	14	Corroborado
Responsable de redes sociales y de alimentar con contenido a blogs y páginas web.	11	19	Corroborado
Generador de información a base de un análisis	8	8	Corroborado
Producir contenido informativo con drones “naves no tripulantes”.	0	0	Corroborado

Habilidades generales del perfil periodístico (Caminero y Sánchez-García, 2018).	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Dominio del inglés	9	2	Corroborado
Buscar y jerarquizar la información	10	5	Corroborado
Creatividad y agilidad	8	14	Corroborado
Identificar y contar buenas historias de interés	10	5	Corroborado
Flexibilidad de adaptarse rápidamente al ambiente laboral	9	0	Corroborado

Habilidades específicas del perfil periodístico (Ortiz, 2018; Zambrano et al., 2018; Sánchez- García et al., 2019; Márquez-Hayasaki et al., 2016; Arias et al., 2018).	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Gestión y dinamización de redes, interacción con la audiencia y distribución de contenido, y establecer contacto del director con el usuario.	8	0	Corroborado
Organización de la información digital añadiendo un valor propio a la marca de la empresa.	6	0	Corroborado
Dominio de materiales de visualización (infografías).	5	8	Corroborado

Conocimientos del perfil periodístico (Villanueva et al., 2018; Zambrano et al., 2018).	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Redacción	15	12	Corroborado
Fotografía	5	5	Corroborado
Conocimiento de comunicación online, tecnología y estrategias de comunicación y marketing.	13	16	Corroborado
Navegación especializada en grandes bases de datos, en el tratamiento de la información con herramientas de programas de software.	6	4	Corroborado
Escritura para red en página web y redes sociales de la empresa.	9	6	Corroborado
Uso y manejo de los dispositivos electrónicos equipados, cámaras de audio y video (HD).	13	10	Corroborado

Estrategias de Formación (Orozco, 2015; Ruiz, 2019)	Entrevistados (15)	Encuestados (25)	De acuerdo a expertos (3)
Actualización de necesidades de formación y capacitación para el ambiente laboral cambiante. (cursos de actualización y estudios universitarios de posgrado)	4	12	Corroborado

Preparación autodidacta (youtube y tutoriales, textos digitales, ayuda a colegas/familiares)	14	19	Corroborado
Talleres, cursos cortos, charlas (3h-10h) presenciales y en línea que son impartidos por organizaciones públicas y privadas.	11	24	Corroborado

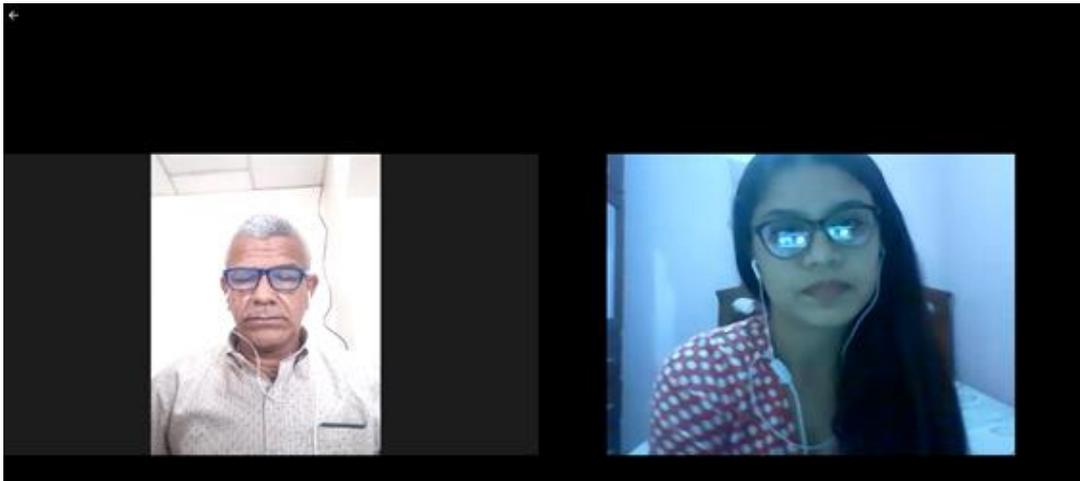
Anexo 3

Perfiles de los profesionales reconocidos

Perfiles profesionales emergentes (Sánchez-García et al., 2019; Sánchez-García y Campos, 2016; Márquez-Hayasaki et al., 2016; Gómez-Calderón et al., 2017; Arias et al., 2018; López, 2016)	Entrevistados	Encuestados
Periodista multitarea-multimedia	32	39
Community manager	32	22
Periodista de datos	24	17
Editor de contenidos	26	25
Periodismo de dron	13	10

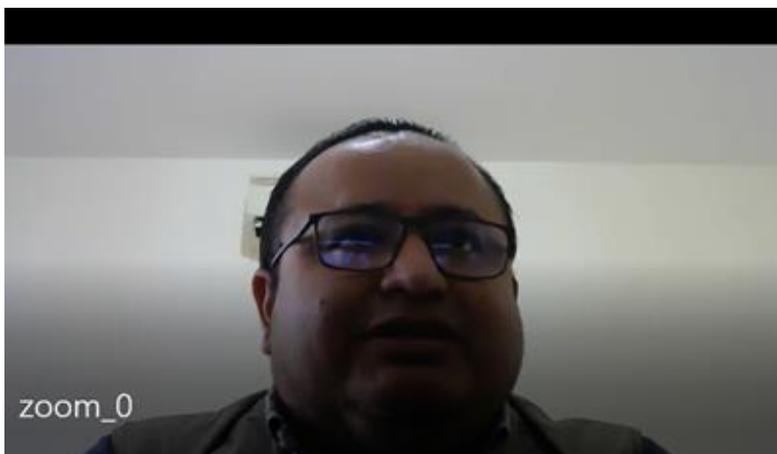
Anexo 4

Entrevista a periodista Alan Leyva



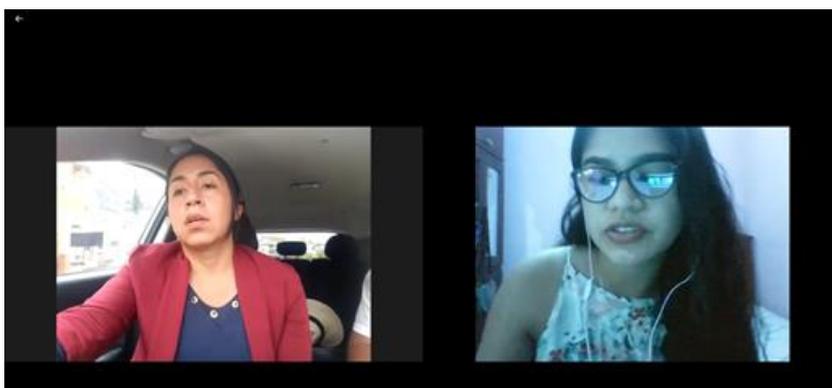
Anexo 5

Entrevista a periodista Alex Zhungur



Anexo 6

Entrevista a periodista Cindy Madero



Anexo 7

Entrevista a periodista Gianella Sánchez



Anexo 8

Entrevista a periodista Hugo Chuico



Anexo 9

Entrevista a periodista Jenniffer Ramón Romero



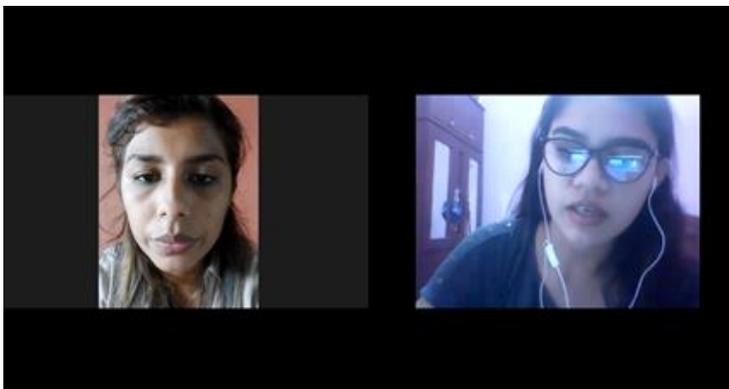
Anexo 10

Entrevista a periodista Martha Contento



Anexo 11

Entrevista a periodista Maricela Bereche



Anexo 12

Entrevista a periodista Alberto Samaniego



Anexo 13

Entrevista a periodista Luis Suárez



Anexo 14

Entrevista a experto Eric Samson



Anexo 15

Entrevista a experta Tania Alvarado



Anexo 16

Entrevista a experto Matías Zibell

