



Uleam

Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí
Facultad Ciencias de la Comunicación
Carrera de Periodismo

Modalidad de titulación: Proyecto de Investigación

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, MENCIÓN
PERIODISMO

Tema

ANÁLISIS AL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA
DIGITAL EN MEDIOS EDIASA S.A.

Autora: Ruiz De La Cruz Evelyn Maribel

Tutor: Lcdo. Jhonny Mendoza Bravo, Mg.

Manta – Manabí - Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD

Yo, Ruiz De La Cruz Evelyn Maribel con número de cédula #131571113-3, estudiante de la facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí; a través del presente proyecto de investigación **“ANÁLISIS AL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA DIGITAL EN MEDIOS EDIASA S.A”**, declaro y asumo la autoría y originalidad de este trabajo, respetando los derechos intelectuales de las personas que han desarrollado conceptos mediante las citas, las cuales indican la autoría y se detallan de manera más completa en las referencias.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, autenticidad y alcance del presente proyecto de tesis.

.....
Ruiz De La Cruz Evelyn Maribel
C.I. 131571113-3
evelynruizdlc@gmail.com

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-01-F-010
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1 Página 3 de 81

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 160 horas, bajo la modalidad de trabajo de investigación, cuyo tema del proyecto es “ANÁLISIS DEL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA DIGITAL EN MEDIOS EDIASA S.A”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde a la señorita Ruiz De La Cruz Evelyn Maribel, estudiante de la carrera de periodismo, período académico 2019 (1), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, septiembre de 2019.

Lo certifico,

Lcdo. Jhonny Mendoza Bravo, Mg.
Docente Tutor(a)
Área:

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí por permitirme formar parte de ella y a los docentes, que durante mi formación académica aportaron conocimientos valiosos que son y serán de ayuda en mi vida personal y profesional.

A mi tutor, el Lcdo. Jhonny Mendoza Bravo, por ser mi guía durante el proceso de titulación, quien con sus conocimientos, dedicación y paciencia pude culminar exitosamente mi proyecto de tesis.

A mi madre, por apoyarme siempre y animarme a seguir adelante.

A mis amigos por formar parte de mi vida y a todas las personas que fueron partícipes de este proceso.

DEDICATORIA

A mi madre, por ser una mujer ejemplar y un pilar fundamental en mi vida porque siempre ha estado a mi lado apoyándome y animándome a seguir adelante.

A mis hermanos por estar siempre presentes, impulsándome a ser mejor cada día.

RESUMEN

El presente estudio de investigación tiene como objetivo principal analizar al perfil profesional del periodista digital que labora en Medios Ediasa S.A, lo que incluye identificar las principales características, así como sus funciones y especificar cuáles son las competencias profesionales demandadas en la respectiva empresa periodística.

Para la recolección de la información, se utilizó como instrumento de investigación la entrevista, estructurada con preguntas mixtas, dirigidas al jefe editor y editor web de la empresa periodística; además, se realizó una encuesta con preguntas abiertas y cerradas dirigida y aplicada a los periodistas que laboran en el medio de comunicación Ediasa de la ciudad de Portoviejo.

Palabras claves: Periodista digital; ciberperiodista; perfil del ciberperiodista; periodista digital Medios Ediasa.

ÍNDICE GENERAL

Portada	-
Declaración de autorización y originalidad	-
Certificado del tutor	-
Agradecimiento	-
Dedicatoria	-
Resumen	6
Índice	7
Introducción	10
Capítulo I. Marco conceptual	11
1.1 Planteamiento del Problema	11
1.2 Situación	12
1.3 Formulación	14
1.4 Delimitación	14
1.4.1 Delimitación espacial	14
1.4.2 Delimitación temporal	14
1.5 Objetivos	14
1.5.1 Objetivo General	14
1.5.2 Objetivos Específicos	14
1.6 Justificación	15
1.7 Viabilidad legal	16
Capítulo II. Bases Teóricas	18
2.1 Estado del arte	18

2.2 Marco Teórico	21
2.2.1 Periodismo digital	21
2.2.2 Periodismo digital en Ecuador	23
2.2.3 Periodista digital	26
2.2.2.1 Perfil profesional	29
2.2.2.2 Funciones del periodista digital	31
2.2.2.3 Formación académica	32
Capítulo III. Marco Metodológico	34
3.1 Tipo de investigación	34
3.1.1 Diseño exploratorio	34
3.1.2 Diseño descriptivo	35
3.2 Técnicas e instrumentos de investigación	35
3.2.1 Entrevista	35
3.2.2 Encuesta	35
3.3 Población y muestra	36
3.3.1 Población	36
3.3.2 Muestra	36
Capítulo IV. Análisis e interpretación de los resultados	37
4.1 Resultados de la encuesta aplicada a los periodistas	37
4.2 Resultados de la entrevista	63
5. Estrategias de difusión / aplicación práctica	65
6. Conclusiones	66
7. Recomendaciones	68

8. Cronograma	69
9. Recursos Generales	70
10. Referencias	71
11. Anexos	74

Introducción

Cada día se abordan temas sobre ciberperiodismo o periodismo digital, sus nuevos escenarios, retos y herramientas que son de utilidad para los comunicadores; sin embargo, acerca del perfil profesional del ciberperiodista o periodista digital se habla poco.

El uso de internet en los medios de comunicación tiene una serie de aportes a la profesión periodística, pues se destaca la narración hipertextual, la interactividad, multimedialidad y la instantaneidad de la información, la cual permite una constante actualización de la información.

Actualmente en varias empresas periodísticas, conviven dos tipos de periodistas, el tradicional, que redacta las noticias para medios tradicionales y a su vez forma parte de la versión digital; y un periodista nacido en Internet con experiencia en redacción ciberperiodística, que está impulsando este proceso de cambio en el mundo (Punín, Rivera e Isidro, 2014).

La presente investigación se centró en analizar el perfil profesional del periodista digital, pues con las nuevas plataformas de comunicación, estas nos llevan a nuevos lenguajes y nuevas formas de trabajo, los periodistas de ahora deben saber dominar las distintas aplicaciones o software, ya que deben responder a los desafíos relacionados a la tecnología y a la producción de la información.

El internet se ha convertido en un principal recurso de la comunicación, lo que ha implicado cambios fundamentales en la forma de trabajar de los periodistas, induciendo a los comunicadores a adecuar nuevas herramientas tecnológicas en su trabajo habitual y a adoptar nuevos métodos de comunicación.

Capítulo I. Marco Conceptual

1.1 Planteamiento del problema

Con la aparición de internet y el continuo desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación (Tics), medios de comunicación y periodistas han ido adaptándose a las nuevas formas de elaborar contenidos para internet, aprovechando los recursos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad y demás herramientas que estas ofrecen.

En Ecuador, el periodismo digital se está desarrollando en los diferentes medios de comunicación tradicionales, mismos que han optado por migrar a internet e ir adaptándose a las nuevas formas de hacer comunicación; otros, son nativos digitales. Según información de Fundamedios (2015), en el país existen aproximadamente 60 medios de comunicación que son nativos digitales.

En este sentido, el periodista deberá responder ante las nuevas estrategias de acceso, elaboración y difusión de la información, configurando su perfil profesional ante las nuevas exigencias del mercado laboral. Pues el ejercicio ciberperiodístico no se trata de colocar información en internet, “el periodismo digital exige nuevos conocimientos cuando se trabaja en medios tradicionales porque existe un cambio de ciclo en la información” (Cuenca, 2012, p. 64).

Coronel (2015) señala que “el nacimiento de los medios de comunicación en Ecuador, y en el caso específico de la prensa (periódicos), ha sido sujeta de una constante evolución en el concepto mismo de permanencia informativa” (p. 69). Haciendo que el periodismo a lo largo de la historia experimente una serie de cambios, afectando a la profesión y a los profesionales en la rama del periodismo.

1.2 Situación

Desde la década de los noventa, el internet se ha convertido en un soporte informativo para los medios de comunicación ecuatorianos, cuyo crecimiento y acceso a la tecnología ha hecho que el periodismo experimente una serie de cambios modificando el perfil profesional del periodista.

Debido a estas series de innovaciones propiciadas por las tecnologías de la información y comunicación, han provocado que los periodistas se enfrenten a nuevos retos en la producción y difusión de contenidos en los diferentes tipos de formatos y géneros. En el contexto nacional, una investigación realizada por González M. (2016), sobre “perfil de los periodistas digitales en Ecuador...”.

En Ecuador las exigencias de los medios, demandan de periodistas con habilidades y conocimientos en temas digitales, sin embargo, la formación del periodista con título académico, muestra que el 96% tiene una formación de pregrado en periodismo, pero no hay una formación en periodismo digital, solo ocho periodistas de los encuestados han cursado un programa de cuarto nivel.

En Manabí, no hay estudios referentes al perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A; los pocos existentes se centran en los denominados Estudios de Pertinencia que ejecutan las Facultades de Comunicación de las Universidades manabitas (públicas o privadas), cuando se va a efectuar un rediseño de las carreras. Esto, de acuerdo a la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), que está enfocada en mejorar la calidad de la educación superior del Ecuador.

Estos diagnósticos son muy puntuales, y se centran en la demanda que las empresas, medios o instituciones de comunicación tienen, en relación con las competencias que, en las aulas desarrollan los estudiantes y cuanto aportan estas competencias y sus perfiles cuando ya el joven estudiante es un profesional y ejerce en el campo laboral.

Sin embargo, hay investigaciones a escala nacional e internacional en las que encontramos una variedad de análisis que destacan la evolución de la profesión periodística, la misma que será de apoyo bibliográfico para la presente investigación.

El periodismo digital y su implementación ha sido de lenta evolución en Manabí. Paradójicamente el diario.ec es uno de los primeros medios digitales del país, irónicamente no ha tenido el impacto contundente que sí presentan otros medios migrantes-digitales contemporáneos del mencionado grupo de medios manabitas concentrados en EDIASA.SA. Por ello, es pertinente realizar la presente investigación para establecer los parámetros y la realidad de esta importante plataforma de comunicación y sus actores profesionales o periodistas.

1.3 Formulación

¿Cuáles son las características del perfil profesional del periodista digital que trabaja en Medios Ediasa S.A?

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación Espacial

La investigación se limitó en Medios Ediasa S.A., de la ciudad de Portoviejo, sobre el análisis profesional del periodista digital.

1.4.2 Delimitación Temporal

El período de tiempo pertinente para la presente investigación es el año 2019.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

- ✓ Diagnosticar el perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa.

1.5.2 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar las principales características del perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa.
- ✓ Analizar la formación académica del periodista digital en Medios Ediasa.
- ✓ Determinar las funciones que desempeña el periodista digital en Medios Ediasa.
- ✓ Especificar las competencias profesionales demandadas en Medios Ediasa para el ejercicio del periodismo digital.

1.6 Justificación

El presente proyecto pretende analizar y aportar datos relevantes sobre el perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A., una de las empresas de comunicación más representativa de la provincia y el país, considerando sus 85 años de creación y vigencia. Ediasa .SA, es un medio migrante digital que siempre ha estado a la vanguardia de la comunicación en la región, por ello, establecer su realidad en el contexto del periodismo 2.0 o ciberperiodismo, es fundamental para el presente estudio.

Es importante señalar que el desarrollo de la investigación tiene relevancia social, debido a que existen pocos estudios a nivel nacional y local sobre el perfil profesional del periodista digital. Debido a la transición de los medios de comunicación tradicionales a digitales y el incremento de nativos digitales, el perfil profesional del periodista ha experimentado una serie de cambios, lo que nos lleva a conocer a través de los resultados su formación académica, experiencia, sus principales funciones, entre otras características.

Así mismo, aportar a través de los resultados, que los propietarios de los diferentes medios de comunicación, realicen una valoración sobre los profesionales, permitiéndoles capacitarse en temas referentes al periodismo digital, a fin de satisfacer y resolver las necesidades de su público objetivo. Además, servirá para investigaciones futuras referente a temas del perfil profesional del periodista digital.

La validez de estos análisis aportará beneficios no solo para las empresas periodísticas, sino, a las facultades de comunicación, de tal manera que inspirará mejoras en la formación académica y práctica profesional del futuro periodista.

1.7 Viabilidad Legal

El presente estudio de investigación “Análisis al perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A”, busca determinar la viabilidad legal que posee a través de los siguientes principios y artículos que se presentan a continuación, siendo indispensable para la respectiva ejecución del proyecto de tesis.

Las actividades de investigación que se realizan en la ULEAM, deben observarse estrictamente a través de los siguientes principios de la Normativa de Ética en los procesos de investigación científica de la universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí:

3.4. Responsabilidad, rigor científico y veracidad.- Los investigadores, profesores, funcionarios y estudiantes, en esta labor deberán actuar con responsabilidad en relación con la pertinencia, los alcances y las repercusiones de la investigación, tanto a nivel individual, institucional y social. Deberán proceder con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos.

Además, deberán garantizar estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso, desde la formulación del problema hasta la interpretación y la comunicación de los resultados.

3.5. Justicia y bien común.- Los investigadores, profesores, funcionarios y estudiantes, siempre deberán anteponer el bien común y la justicia antes que el interés personal, evitando cualquier efecto nocivo que pueda generar la investigación en las personas, medio ambiente y sociedad en general.

3.7. Respeto a la normativa nacional e internacional.- Es deber de todo investigador conocer y respetar la legislación que regule el campo objeto de su investigación. No es suficiente conocer la normatividad, es necesario asumir el espíritu de las normas, tener la convicción interna y reflexionar sobre las consecuencias de nuestros actos como investigadores.

4. Normas de comportamiento de quienes investigan.- Los investigadores profesores, funcionarios y los estudiantes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí cuando realicen sus actividades de investigación deberán:

a) Actuar con responsabilidad, honestidad, rigurosidad científica y transparencia en todo el proceso de investigación.

h) Mantener el honor, el decoro, la dignidad profesional y el prestigio institucional de la ULEAM.

i) Cumplir con la legislación nacional e internacional vigentes.

Capítulo II

Bases Teóricas

2.1 Estado del arte

Para analizar el perfil del periodista digital en Medios Ediasa, es necesario revisar los antecedentes de la investigación con el propósito de poder complementar sus aportaciones al presente trabajo, es por ello, que se escogió cinco tesis entre ellas una monografía, los cuales brindan un gran aporte a través de los diferentes tipos de estudios utilizados y resultados obtenidos.

Barja Lucía (2016), en su tesis “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena”, tiene como objetivo, definir el perfil del nuevo periodista digital, describiendo los aspectos sociodemográficos, laborales y el uso de las tecnologías en el ejercicio de la profesión periodística.

La investigación es de tipo exploratoria y descriptiva, debido a que la autora busca examinar la convergencia de plataformas en Perú y determinar las tendencias en procesos de convergencia de medios de comunicación, mediante la técnica de encuestas y entrevistas, se pudo medir y recoger información de manera independiente sobre las variables.

Obteniendo como resultado, que el nuevo periodista en las empresas periodísticas existe un promedio de 65.3% género masculino, con una edad promedio de 30 años, siendo 22 años la edad mínima y 39 la máxima; en cuanto a formación académica, casi en su totalidad tienen título de comunicación social y áreas afines, con una trayectoria profesional entre 5 y 10 años de experiencia en plataformas web.

Cadena Diego (2015), en su tesis “Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la formación periodística ecuatoriana de la ciudad de Ibarra”, plantea conocer el desarrollo y la evolución del periodismo digital, identificando las debilidades y fortalezas del perfil del periodista digital en Ibarra.

Para ello, se realizó una exhaustiva investigación sobre el periodismo digital en Ecuador, formación académica, el perfil, sus características y funciones en los medios de comunicación digitales, además de los beneficios laborales y rutinas productivas en las empresas periodísticas.

El tipo de investigación es documental y bibliográfica, empleando el método analítico – sintético, deductivo - inductivo y estadístico; usando como técnica de recolección de datos, encuestas y entrevistas, con la finalidad de recopilar datos personales, laborales y características de las ocupaciones del periodista digital.

De acuerdo a los resultados, concluyó que los comunicadores presentan una formación profesional buena a muy buena y se destaca mucho la autoeducación para poder manejar las tecnologías.

Oñate Blanca (2015), en su tesis “Análisis del perfil del periodista digital en los medios tradicionales de comunicación y en los Gobiernos Descentralizados Municipales (GADM) de la provincia de Pichincha”, realiza un estudio exploratorio, descriptivo y explicativo; presentando datos cualitativos, limitándose a un número reducido de periodistas y así comprobar su hipótesis al realizar un análisis e interpretación de los resultados.

Para ello, se aplicó la técnica de encuestas obteniendo como resultado que los periodistas no cuentan con un perfil profesional en comunicación social o en áreas afines,

su experiencia la adquirieron trabajando en medios de comunicación, a través de cursos o de forma autodidacta, además, una de las dificultades que presentan, es que no cuentan con equipos necesarios para el desarrollo de un periodismo digital y aseguran no sentirse periodistas digitales por falta de preparación académica.

Valero Ingrid (2010) en su monografía “Periodismo digital: El perfil del periodista digital en los medios Venezolanos”, tiene como objetivo analizar y documentar el ejercicio profesional de los comunicadores que laboran en medios digitales venezolanos, aplicando un estudio exploratorio y descriptivo, conociendo a través de las diferentes fuentes el escaso desarrollo del periodista digital en Venezuela.

Para ello, se empleó la técnica de entrevistas, concluyendo que la formación de un comunicador integrado a la tecnología digital es insuficiente; en cuanto a la participación de las mujeres en el ámbito laboral periodístico es baja y los beneficios laborales no son buenos al igual que las rutinas productivas.

Veletanga Jonathan (2014), en su tesis “perfil profesional del periodista digital en Quito y el uso de manuales”, realiza una investigación no experimental cuantitativa bajo un enfoque transversal. El tipo de investigación aplicado fue exploratorio y descriptivo, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

El autor, utilizó documentos y encuestas para la recolección de datos, obteniendo como conclusión, que los periodistas en Quito aún se encuentran en proceso de digitalización y el 77% afirma que tiene menos de cinco años en esta actividad periodística y no cuenta con una preparación académica adecuada.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Periodismo digital

El internet ha marcado un punto muy importante en la historia de las telecomunicaciones y desde entonces se empezó a hablar de un nuevo periodismo, el periodismo digital, un concepto novedoso y llamativo que sirvió para alertar a los dueños y directores de los diferentes medios de comunicación tradicionales y periodistas, sobre las múltiples posibilidades informativas que ofrece la red.

El ciberperiodismo es, por encima de todo, periodismo. Se trata del periodismo que se concibe “desde” y “para” un medio digital, especialmente internet. El ciberperiodismo hace referencia al uso del medio digital (internet u otras redes telemáticas) y de las posibilidades del mismo en la creación, distribución y almacenamiento de la información (Tejedor, 2010, p. 16).

El periodismo y los medios de comunicación han experimentado una serie de cambios, en las que se ve modificada las necesidades de comunicación con la sociedad y el ejercicio de la profesión periodística. Por lo que es importante señalar, que la información que se desarrolle a través de los diferentes canales de transmisión, no se descuide la ética profesional y el lenguaje adecuado en la transmisión de la información.

Hoy en día el periodismo digital es una realidad que representa un reto para los profesionales de la información, quienes con el tiempo han tenido que reinventarse y formarse académicamente, ante las nuevas competencias y habilidades que demandan las empresas periodísticas para el ejercicio de su profesión.

El impacto que ha tenido el internet, ha transformado al periodismo y a los medios de comunicación tradicionales a digitales, el internet ha marcado un ciclo evolutivo y convergente en los medios y en el tratamiento de la información periodística, lo cual es aprovechado por los medios tradicionales.

La evolución de las Tics se ha promulgado como una premisa constante que configura la idiosincrasia de los medios de comunicación social en la actualidad. Los periodistas han realizado un esfuerzo constante para adaptarse a los nuevos cambios tecnológicos, convirtiéndose en intérpretes de la realidad, por lo que su perfil académico y profesional debe ser adecuado para responder a las necesidades del sector de la Comunicación (Marañón, 2014, p. 23).

El periodismo tradicional se está transformando y está marcada por la convergencia digital y la multiplicación de las diferentes plataformas, herramientas y formatos de recepción, difusión e interacción, de tal manera que la comunicación ya no es lineal, sino unidireccional, dejando atrás el periodismo tradicional y modificando el perfil del periodista tradicional, replanteándole nuevas competencias y habilidades en el ejercicio de la profesión.

El periodismo digital se ha consolidado como el cuarto formato mediático, combinando las principales características de los formatos tradicionales, adaptándolo de este modo al modelo digital, conservando la esencia del periodismo, el de saber investigar, seleccionar y redactar información.

El Internet ha producido varios cambios, transformando los modos de utilizar y mezclar los lenguajes de los medios de comunicación y de este modo generando un nuevo entorno llamado multimedia.

2.2.2 Periodismo digital en Ecuador

Internet en Ecuador se dio a conocer a inicios de los 90' y en 1994 fue el punto de partida de muchos medios de comunicación tradicionales en publicar contenidos noticiosos en internet. En Ecuador, el primer intento de medio digital o cibermedio en el año 1995, fue con el Diario Hoy, convirtiéndose en un nexo de comunicación importante para muchos ecuatorianos que se encontraban en el extranjero (Rivera J. , 2013).

En la actualidad, la mayoría de medios de comunicación tradicionales tienen su versión digital en la web, Espinoza (2009) manifiesta a través de su Blog Cobertura Digital, que el Diario El Comercio en 1996, su página principal era una “nota escaneada de la edición impresa con un enlace a la nota desplegada de la misma edición, además de un índice de links adicionales hacia las otras secciones”

El surgimiento de cibermedios en Ecuador a mediados de la década de los noventa y la investigación en ciberperiodismo empezó a consolidarse a partir del dos mil pero, hasta finales de la segunda década del dos mil aún el consumo de internet en la población ecuatoriana estaba limitada. Con el paso de los años el consumo de internet se fue generalizando y así mismo los estudios en la investigación sobre ciberperiodismo (Odrizola-Chéné, 2016).

Actualmente el intercambio de información se lo realiza de manera continua, vivimos en la sociedad de la comunicación donde no existen barreras temporales y espaciales, gracias al perfeccionamiento que han tenido las tecnologías digitales, “el sector periodístico está inmerso en un momento de cambios. La irrupción de las tecnologías digitales comporta una alteración perceptible de los escenarios establecidos” (Casero, Ortells, y Doménech, 2013, p. 54).

En Ecuador, según datos presentados por Rivera (2013), existen alrededor de 36 medios nativos digitales y 16 periódicos. En el sector “Medios Digitales” y conforme los datos obtenidos a través de la investigación del “Mapa de la Comunicación del Ecuador 2011”, se conoce la información que proporcionaron 15 medios que declararon ser digitales, es decir, que usan a Internet, más específicamente a la Web, como soporte para la transmisión de noticias (Coronel, 2015, p. 64).

Cuadro 1. Lista de medios digitales en Ecuador

Nombre Comercial	Ciudad
Ciudadanía Informada www.ciudadaniainformada.com	Quito
Cobertura Digital www.coberturadigital.com	Quito
Ecuador Audio www.ecuadoraudio.com	Quito
Ecuador Inmediato www.ecuadorinmediato.com	Quito
Ecuador en vivo www.ecuadorenvivo.com	Quito
EL Ciudadano online www.elciudadano.gob.ec	Quito
El Financiero Digital www.elfinanciero.com	Guayaquil
El Migrante Digital www.elmigrante.com.ec	Quito
El Morlaco Digital www.elmorlaco.com	Cuenca
El productor www.elproductor.com	Guayaquil
Infórmate y punto www.informateypunto.com	Quito
Mi noticiero matinal www.minoticieromatinal.com	Guayaquil
Radialistas apasionadas y apasionados www.radialistas.net	Quito
Revista digital Banana Export www.bananaexport.com	Guayaquil
Semanario el Nuevo Globo www.elnuevoglobo.com	Bahía de Caráquez

Nota: Tomada de Coronel (2015)

El creciente uso y desarrollo de las tecnologías y con “la aproximación al llamado ciberperiodismo exige indagar y comprender el proceso de la convergencia digital y los distintos medios técnicos que propician el salto de la comunicación impresa a la electrónica, virtual, multimedia e hipermedia” (Rivera, 2011, p. 271).

El futuro del periodismo es el periodismo digital y es necesario que profesionales estén en formación constantemente para el uso y aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y de esta manera lograr productos adecuados para el público, que cada día es más interactivo con las plataformas digitales.

En Ecuador, el periodismo digital se encuentra aún en etapa inicial porque muchas salas de redacción no cuentan con los equipos necesarios para desarrollar ciberperiodismo, además muchos medios de comunicación no utilizan de forma eficaz los recursos de internet (Rivera D. , 2011).

El periodismo digital contiene varios recursos que permiten desarrollar la labor periodística de una manera más ágil y oportuna. Por señalar unos cuantos tenemos, el hipertexto, el multimedia, la interactividad, la inmediatez; los mismos que han aportado significativamente en la elaboración de la información, permitiendo que esta nueva tendencia sea considerada la nueva forma de comunicación que ha trascendido fronteras y que permite la interacción de los usuarios (Oñate, 2015, p. 23).

En Ecuador, el internet se ha convertido en un soporte informativo y de evolución para los medios de comunicación tradicionales al nuevo escenario digital, el crecimiento de medios de comunicación nativos digitales es estable, lo que significa que en este sector demandan un

periodista polivalente, que sea capaz de manejar las nuevas tecnologías, sin olvidar que cada día hay usuarios más exigentes.

En la “nueva era de la información” el reto del periodismo que se ejerce a través de la web, es crear contenidos que atiendan a la inmediatez y, a la vez, profundicen en las informaciones que la gente necesita (Buitrón, 2017, párr. 1).

En Manabí existe un sinnúmero de perfiles y páginas de redes sociales que se autodenominan medios digitales, sin embargo, son pocos los denominados periódicos digitales, considerados así porque reúnen características técnicas y jurídicas para ser medios digitales, para efectos de la presente investigación nos referiremos a las plataformas como: El Diario.ec (www.eldiario.ec) y Manabínoticias.com (www.manabínoticias.com) periódicos digitales de cobertura mundial, aunque, por su origen, consideran más contenidos locales.

Sobre todo en el caso de El Diario.ec, medio digital que nació como periódico convencional o medio impreso en 1934, es parte de los medios EDIASA, y hasta la actualidad se mantiene vigente como periódico físico. Sin embargo y atendiendo a la necesidad de evolucionar, ha migrado al mundo digital. La plataforma de www.eldiario.ec se lanzó en 1997 y se sumó a la lista de periódicos digitales del Ecuador (El Diario.ec, 2018.).

2.2.3 Periodista digital

El internet, ha influido de forma determinante en el perfil profesional del periodista y en la producción y difusión de la información, exigiendo el desarrollo de nuevas competencias profesionales en las que permitan al comunicador digital desenvolverse con agilidad y eficiencia en el medio de comunicación.

El periodista ha encontrado una nueva forma de hacer periodismo, con la creciente de medios digitales el rol del periodista tradicional ha ido cambiando a un periodismo más especializado; la presencia de medios digitales, ha permitido que haya una mayor y mejor interacción con los usuarios de las diferentes plataformas.

La comunicación digital se ha convertido en uno de los mayores retos del siglo XXI, en donde los periodistas como profesionales de la comunicación deben sacar provecho, convirtiéndose en gestores de la información; Marañón (2014) menciona que:

En una sociedad global es necesario que en las empresas periodísticas tengan profesionales cualificados, capaces de difundir la información mediante estrategias orales y escritas pertinentes para que llegue con la mayor calidad posible a una audiencia heterogénea” (p. 24).

La evolución de la tecnología ha desarrollado posibilidades de desarrollo profesional en los periodistas, de tal manera que los perfiles profesionales han cambiado y han adquirido nuevas competencias. Actualmente, los periodistas comparten sus labores diarias entre el medio tradicional y digital, capaces de adaptarse a las nuevas plataformas, transformando de este modo el perfil profesional tradicional a uno más versátil.

En los últimos años se ha hablado mucho sobre un nuevo periodista, un periodista multimedia; el cual responde al perfil profesional de un periodista polivalente, capaz de responder con las exigencias de los medios de comunicación digitales o también llamados cibermedios.

Los periodistas que han migrado a las tecnologías digitales tienen que formarse para conocer los nuevos instrumentos y familiarizarse con las dinámicas de producción de la información (Salaverría, s.f). Sin duda alguna, el Internet se ha convertido en una herramienta fundamental para los comunicadores y los medios de comunicación.

Las competencias profesionales y tecnológicas en las diferentes empresas periodísticas, requieren profesionales con aptitudes y actitudes que puedan adaptarse a los diferentes cambios. El nuevo profesional de la información está llamado a combinar el conocimiento de una materia y la creatividad individual con el trabajo en equipo, a fin de que el producto tenga coherencia y calidad (Arroyo, 2011, “Un periodista versátil pero no un periodista-orquesta,” párr. 3).

En el quehacer periodístico, el internet se ha consolidado como un canal de comunicación cuyas premisas son la rapidez y la simultaneidad, por lo que el periodista digital, debe ser capaz de tratar la información en multi-pantallas, generando nuevas propuestas y paradigmas de acuerdo a las necesidades del sector comunicacional; siempre dominando y seleccionando la información de interés para la audiencia, adaptándose a las diferentes plataformas tecnológicas (Barrios y Zambrano, 2015).

El periodista tradicional debe ser consciente del nuevo papel que enfrenta y debe adaptarse porque al mundo digitalizado en el que nos encontramos hay un público activo. Asistimos a un panorama que propende que los periodistas asuman nuevos roles devenidos por la incursión de nuevos formatos debido a la convergencia mediática y de audiencias. Para ello, el periodista debe trabajar en dos variantes: competencias tecnológicas y temáticas de la mano de los valores éticos de la profesión (Sánchez y Méndez, 2013, p. 134).

En el mundo actual se está exigiendo a los profesionales en comunicación asumir cambios profundos en la elaboración y producción de contenidos, ya que la aplicación de las nuevas tecnologías de la información a los distintos campos de la producción periodística implica cambios importantes, tanto en las rutinas de trabajo como en las destrezas necesarias para desarrollarlos.

2.2.3.1 Perfil profesional

En la actualidad, el campo profesional requiere de un periodista con conocimientos de los distintos formatos y géneros para medios digitales. El ciberperiodista debe ser un profesional con una amplia experiencia en la gestión de contenidos; además deberá tener habilidades en el aprendizaje continuo de las nuevas plataformas, las cuales conllevan a nuevos lenguajes y formas de trabajo.

El profesional en comunicación es un conocedor que debe formar parte del proceso de formación a través de redes, pues las nuevas tecnologías de la información, son un campo de estudio de suma importancia y una herramienta imprescindible de trabajo.

El perfil profesional del periodista digital dentro del proceso de formación, las universidades deben contemplar en sus planes de estudios las competencias que se necesita de un profesional en comunicación. Barrios y Zambrano (2015) a través de una investigación, *Covergencia digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista*, exponen a continuación las competencias que el periodista digital debe poseer:

- ✓ Ser un profesional polivalente, multimedia y ciberperiodista;

- ✓ Con conocimiento de las tecnologías y los dispositivos móviles, dominio de la fotografía, vídeo, sonido y edición de información en la red;
- ✓ Con interacción a través de las redes sociales y actualización ágil de la información para diferentes plataformas;
- ✓ Capaz de producir información dinámica y bien documentada a la misma velocidad de los consumidores, con calidad, veracidad, ética y relevancia de ser publicada;
- ✓ Redactor multitarea y multimedia, capaz de difundir una información en diferentes formatos y géneros periodísticos;
- ✓ Con conocimientos de cultura general;
- ✓ Trabajo interdisciplinario en red (reportaría on-line);
- ✓ Habilidad para comprender e interactuar con otras culturas;
- ✓ Formación de pensamiento crítico y analítico;
- ✓ Destrezas para recopilar información, elaborar guiones, editar contenidos, actualizar el sitio web;
- ✓ Ético, responsable socialmente, excelente persona y extraordinario profesional.

Sin embargo, no todos los profesionales están preparados para desarrollar estas competencias dentro del campo periodístico, ya que requieren de preparación sobre el uso y manejo de las TICS. Es por ello, se es necesario que los profesionales de la información se enfrenten a sus labores con conocimientos sólidos y suficientes sobre la tecnología, porque el uso eficiente de las herramientas, permitirá la profesional desarrollar destrezas ciberperiodísticas.

La gran mayoría tienen licenciaturas en comunicación social, pero en la actualidad el rol del periodista ha ido cambiando con la creciente de medios de comunicación digitales, por tanto, el perfil profesional del periodista ha adquirido nuevas competencias.

2.2.3.2 Funciones del periodista digital

A pesar de los cambios tecnológicos que han tenido muchos medios de comunicación y la adaptación de los periodistas tradicionales al modelo digital, sus funciones siguen siendo las mismas, interpretar la realidad social, construir un buen relato de acuerdo a la perceptiva periodística ya sea en los medios de comunicación tradicional o digital.

De una u otra forma, todos realizan varias actividades que son redactar noticias, obtener y retocar fotografías, editar y grabar audios o videos, actualizar o enviar información a través de varios formatos y plataformas, entre otras actividades; además, no se especializan en una sola fuente, ahora cubren varias fuentes de información como, cultura, política, economía, etc.

En el nuevo contexto de la sobreabundancia informativa y el nuevo rol de las audiencias, permanece el debate en torno a las modificaciones de las rutinas profesionales, pues el cambio tecnológico, fomenta una variedad de tareas que confluyen en la figura del “periodista multifunción”, también como consecuencia de la crisis económica que sufren los medios y la consiguiente reducción de personal (Sánchez, Campos, y Berrocal, 2015).

El perfil profesional del periodista digital, busca, elabora, difunde y gestiona información a través de las diferentes plataformas, hoy en día enfrenta mayores desafíos referente a la tecnología y producción de a información.

Entre sus funciones, deberá ser capaz de adquirir habilidades de destreza y rapidez en la búsqueda y manejo eficiente de la información y las plataformas de comunicación.

2.2.3.3 Formación Académica

La formación de comunicadores sociales en Ecuador es un tema en debate permanente; la Ley Orgánica de Comunicación (2013), establece en su art. 42 la exigencia de un título profesional para el ejercicio de actividades periodísticas. En Ecuador existen aproximadamente 26 escuelas y facultades de comunicación, periodismo y sus derivaciones.

Únicamente siete de estos centros superiores han sido catalogados por parte del Estado Ecuatoriano en categoría A, o su equivalente en excelencia académica. Se deduce que el periodista necesita adaptarse constantemente a los cambios sociales y tecnológicos, aunque son los primeros los que deben marcar el día a día del profesional.

El nuevo entorno mediático que transforma los medios de comunicación afecta directamente al debate sobre las nuevas necesidades formativas de los periodistas.

La cuestión de cómo integrar la enseñanza tecnológica para un periodismo multimedia, ha provocado cambios en los planes de estudio de esta titulación (Sánchez y Marinho, 2016, p. 340).

Esa formación continua es clave para saberse adaptar a los tiempos, a los cambios, a los nuevos proyectos, a los diferentes soportes, por tanto, la profesión es ágil y dinámica (Sabés y Verón, 2012). La esencia de la práctica periodística se amplía, ya que el internet le ha traído a la profesión diversas herramientas para procesar los contenidos y distintas formas de interactuar con los internautas.

La educación superior es un proyecto social que no termina con la educación y la formación profesional. Necesita que los egresados, se aseguren una oportunidad para desempeñar su formación de forma productiva. Es decir, que se planifique y se potencie el proceso educativo para la transición de los egresados al mundo del trabajo, la transición a la vida activa, su inserción socio-laboral (González y Martínez, 2015, p-181).

El perfil del periodista ha cambiado y las universidades tienen que dar respuesta preparando profesionales capaces de pensar y de hacer periodismo en las sociedades actuales. Los profesionales de ahora no sólo necesitan manejar nuevas herramientas, sino entender los intereses que caracterizan a la economía mundial y las perspectivas del pensamiento actual, en sus diferentes escuelas teóricas y su aplicación práctica en los distintos modelos de organización social.

Por lo tanto, la aparición de esta nueva modalidad de periodismo, las escuelas de educación superior tienen que lograr educar adecuadamente al nuevo comunicador pero para ello, se es necesario preparar al educador, el peso del aprendizaje recae en el profesor en cuanto a los contenidos, pero el logro de competencias está en manos de los futuros profesionales.

Capítulo III

Marco Metodológico

Dentro del marco metodológico se realizará una entrevista al editor web y al jefe editor y la aplicación de una encuesta a los periodistas que laboran en Medios Ediasa.SA, con la finalidad de poder contrastar y ampliar la información.

Para lograr una perspectiva más amplia y profunda, se aplicará el método de estudio mixto, el cual consiste en la combinación de los métodos cuantitativo y cualitativo en un mismo estudio, ya que permite producir datos ricos y variados por la multiplicidad de observaciones.

En cuanto al diseño de la investigación es no experimental ya que los estudios se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego ser analizarlos (Sampieri, 2010).

Este diseño se divide en varios tipos pero solo se seleccionará dos, exploratorio y descriptivo, ya que al mezclar dos tipos de diseños se puede aprovechar las ventajas que ofrecen cada uno, mismos, que serán de gran utilidad e importancia para el logro de los objetivos planteados, lo que permitirá profundizar de manera oportuna al tema de investigación.

3.1 Tipo o alcance de la investigación

3.1.1 Exploratorio

Para el desarrollo de la respectiva investigación, se realizó una revisión bibliográfica de varias fuentes como: tesis de grado, maestrías, artículos científicos, etc.; los cuales, permitieron conocer y profundizar acerca del perfil profesional del periodista digital en los medios de comunicación, lo que fue de utilidad para la consolidación del marco teórico.

Al realizar una profunda revisión bibliográfica, el diseño exploratorio permite abordar un tema de escasos antecedentes, ya que son de gran ayuda para preparar el terreno de la investigación.

3.1.2 Descriptivo

Al igual que el estudio exploratorio, éste, se encuentra reflejado en las primeras etapas de la investigación, cuyo objetivo principal es analizar y describir el perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A... El alcance descriptivo nos permitirá medir y recoger información de manera independiente sobre las variables del presente estudio.

3.2 Técnicas e instrumentos de la investigación

3.2.1 Entrevista

Para la ejecución de la presente investigación se aplicó la técnica de entrevista con preguntas semiestructuradas, las cuales permitieron recoger la información necesaria de manera más confiable. Esta técnica consiste en una conversación verbal entre dos o más personas; en este caso, se tomó como fuente primaria al editor web el Lcdo. Andrés Alcívar Zambrano y al editor jefe, Lcdo. Jaime Ugalde de Medios Ediasa S.A.

3.2.2 Encuesta

El cuestionario, es el instrumento de la encuesta que consiste en preguntas redactadas en forma coherente y organizada con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa. Para la recopilación de la información se aplicó esta técnica, la cual consta de 25 preguntas abiertas y cerradas; y será aplicada a los comunicadores que laboran en Medios Ediasa S.A.

La aplicación de la presente técnica, arrojará respuestas concretas, lo que permitirá una rápida tabulación, interpretación y análisis de la información recopilada.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Para fines de esta investigación, la población está representada por Medios Ediasa S.A de la ciudad de Portoviejo, conformada por 36 comunicadores, entre ellos reporteros, locutores, redactores, editores, jefes de redacción y demás personas relacionadas al periodismo convencional y digital.

3.3.2 Muestra

Para la aplicación de la encuesta, se procedió a trabajar con toda la población de periodistas de Medios Ediasa S.A., con un muestreo no probabilístico consecutivo, por lo que no fue necesario tomar una muestra y aplicar fórmula alguna, por ser una población menor a 50 talentos humanos.

Capítulo IV

4. Análisis e interpretación de los resultados

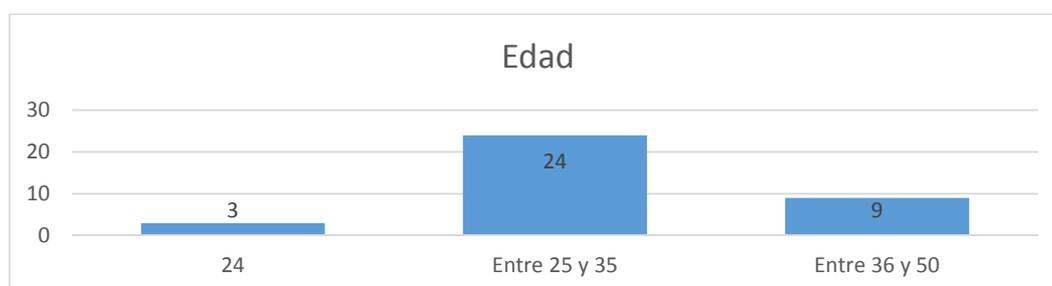
4.1 Resultados de la encuesta

Para la presente investigación, nos apoyamos en una encuesta con preguntas abiertas y cerradas, lo que nos permitió conocer aspectos importantes en lo referente al perfil profesional del periodista digital, que trabaja en Medios Ediasa S.A.

Los resultados de la encuesta se detallan a continuación:

Cuadro y figura 1. Edad

Opción	Cantidad	Porcentaje
24 años	3	8%
Entre 25 y 35 años	24	67%
Entre 36 y 50 años	9	25%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

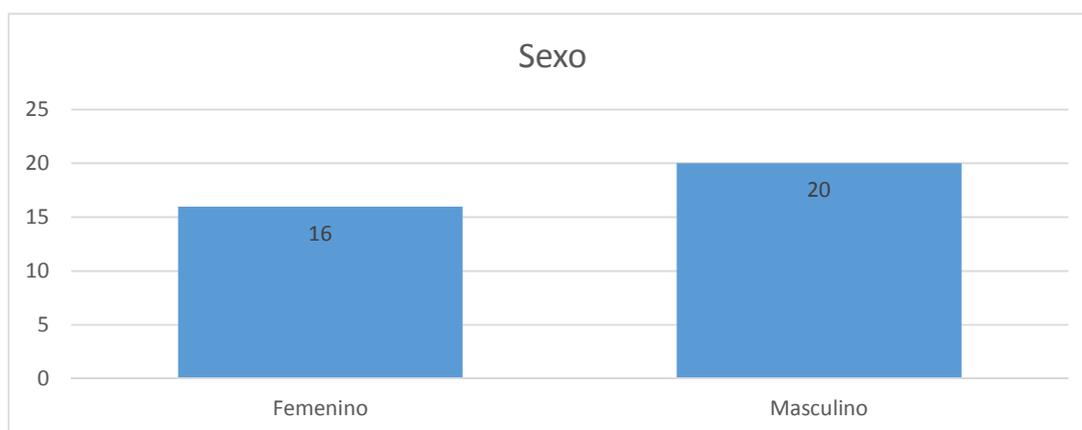
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

En lo referente a la edad, el mayor porcentaje se encuentra dentro del rango 25 y 35 años con un 67% y entre 36 y 50 un 25%; en menor porcentaje, el 8% corresponde a los comunicadores de 24 años.

Cuadro y figura 2. Sexo

Opción	Cantidad	Porcentaje
Femenino	16	44%
Masculino	20	56%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

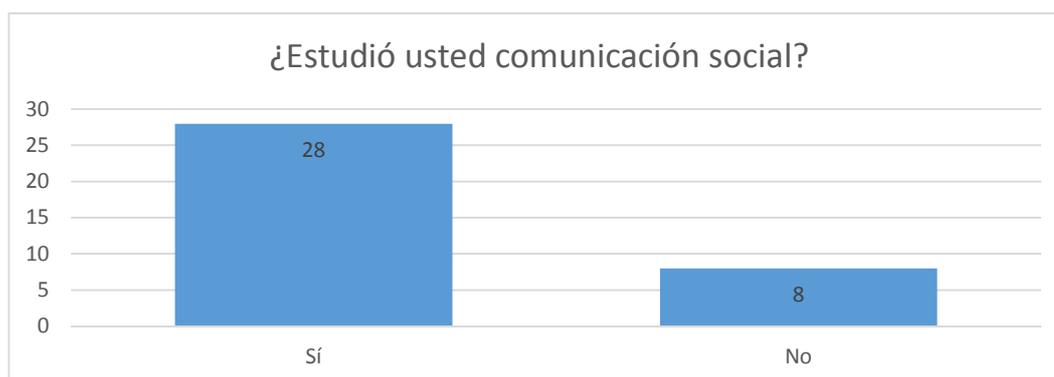
Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados arrojados de la encuesta, existe una equidad de género en el ejercicio profesional del periodismo, un 56% de los profesionales son de género masculino y el 44% femenino; puesto que en el artículo 43 de la Ley Orgánica de Comunicación menciona, que los medios de comunicación de carácter nacional, la nómina de trabajadores debe estar conformada bajo los criterios de equidad y paridad entre hombres y mujeres.

En este sentido, en Ecuador existe un cambio de objetivos y directrices en los medios de comunicación, con la Ley de Comunicación cada vez son más las mujeres que logran reconocimiento.

Cuadro y figura 3. ¿Estudió usted Comunicación Social?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	28	78%
No	8	22%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 78% de los comunicadores afirman que tienen estudios en comunicación social, mientras que el 22% de los encuestados afirman que no. Según la Ley Orgánica de Comunicación, dispone que los trabajadores de los medios que realicen actividades periodísticas deberán poseer un título académico relacionado a dicha profesión.

En el artículo 42 de la LOC, señala que las actividades periodísticas deben ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Cuadro y figura 4. ¿En qué institución o universidad cursó estudios de comunicación social?

Opción	Cantidad	Porcentaje
ULEAM	9	32%
UTPL	5	18%
USGP	6	21%
OTRAS	8	29%
TOTAL	28	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

Del 78% que estudió comunicación, el mayor porcentaje pertenece a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí con un 32%, el 21% pertenece a la Universidad San Gregorio de Portoviejo y 18% a la Universidad Técnica Particular de Loja; luego están otras instituciones de educación superior como la Universidad de Guayaquil, Universidad Estatal Península de Santa Elena, Universidad Central del Ecuador, Universidad de las Américas, entre otras, las cuales corresponden al 29%.

Cuadro y figura 5. ¿En qué mención obtuvo la licenciatura de comunicación social?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Marketing y gestión empresarial	1	3%
Publicidad	3	11%
Comunicación Social	8	29%
Periodismo	16	57%
TOTAL	28	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

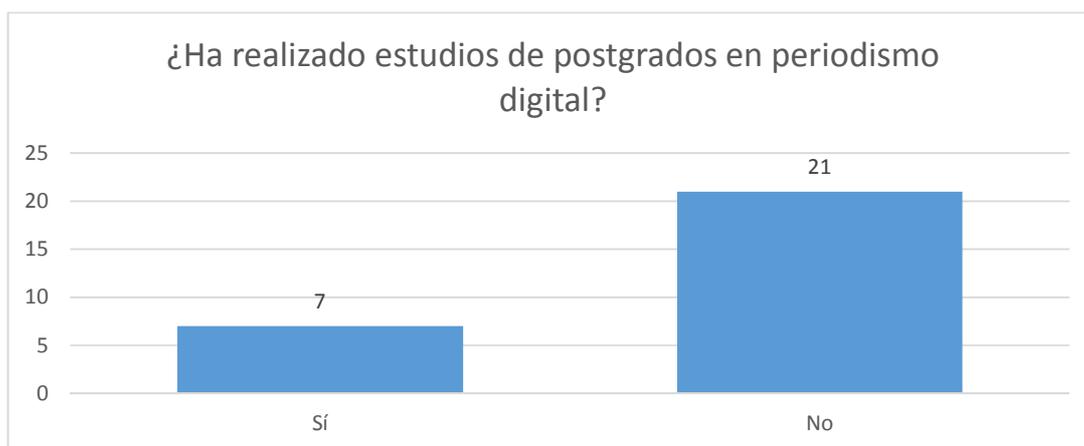
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 57% de los encuestados tienen mención en periodismo, mientras que un 29% en comunicación social; un 11% pertenece a comunicadores que tienen mención en publicidad y en menor porcentaje de 3% mención en marketing y gestión empresarial.

Cuadro y figura 6. ¿Ha realizado estudios de postgrados en periodismo digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	7	25%
No	21	75%
TOTAL	28	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

En la actualidad, las exigencias académicas cada vez son más necesarias al momento de contratar a una persona, con la llegada de Internet se ha cambiado las normas de hacer comunicación y el funcionamiento de los medios de comunicación; y de acuerdo a los resultados de la encuesta, se puede evidenciar que el 75% no tiene estudios de postgrados, mientras que el 25% afirman que sí.

Cuadro y figura 7. ¿Qué materia específica de pregrado le aportó competencias en el área digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Taller de medios digitales	2	7%
Diseño gráfico	3	11%
Periodismo audiovisual	5	18%
Producción y post-producción digital	4	14%
Periodismo digital	8	29%
Multimedia y producción audiovisual	6	21%
TOTAL	28	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

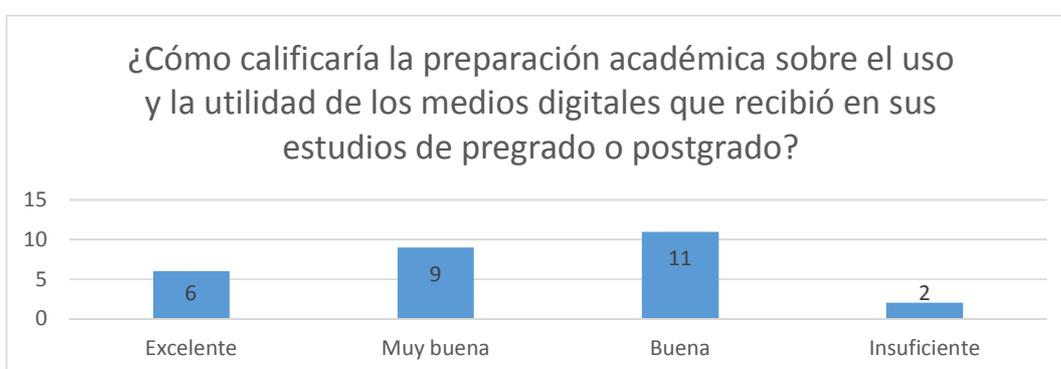
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 78% de los comunicadores afirma que la materia que le aportó competencias en el área digital es el periodismo digital con un porcentaje de 29%, mientras que el 21% es multimedia y producción audiovisual; un 18% periodismo audiovisual, luego con el 14% producción y post producción digital; y con menor porcentaje diseño gráfico (11%) y taller de medios digitales con un 7%.

Cuadro y figura 8. ¿Cómo calificaría la preparación académica sobre el uso y la utilidad de los medios digitales que recibió en sus estudios de pregrado o postgrado?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Excelente	6	22%
Muy buena	9	32%
Buena	11	39%
Insuficiente	2	7%
TOTAL	28	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

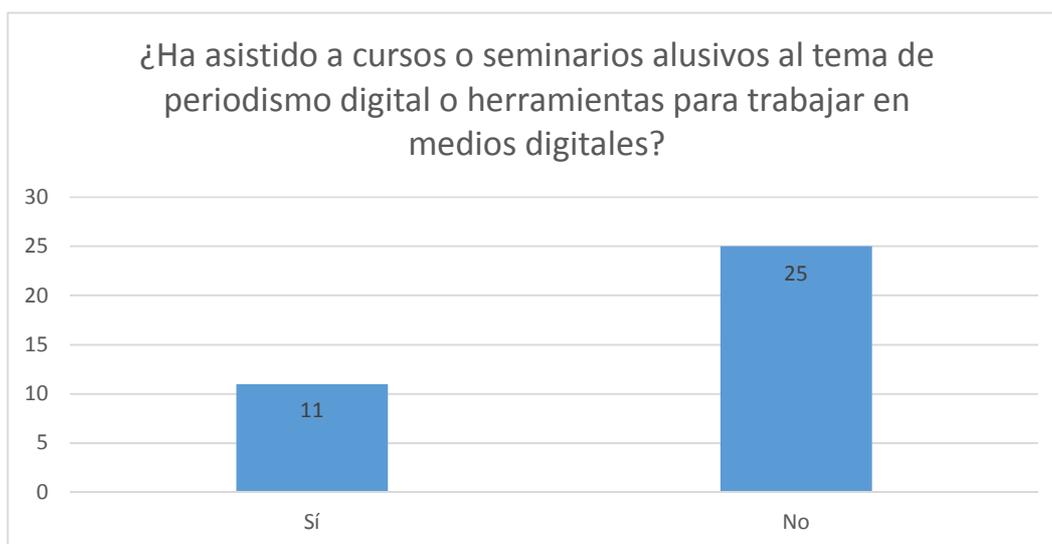
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, la calificación de los encuestados sobre la preparación académica de buena (39%), muy buena (32%) y excelente (22%), lo consideran así porque les fue de ayuda en lo laboral, aseguran que han tenido las herramientas y los conocimientos teóricos y prácticos para poder aplicarlos en el campo laboral, mientras los que calificaron como insuficiente (7%) su preparación académica, consideran que fue escasa la práctica y la teoría sobre temas relacionados al periodismo digital.

Cuadro y figura 9. ¿Ha asistido a cursos o seminarios alusivos al tema de periodismo digital o herramientas para trabajar en medios digitales?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	11	31%
No	25	69%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

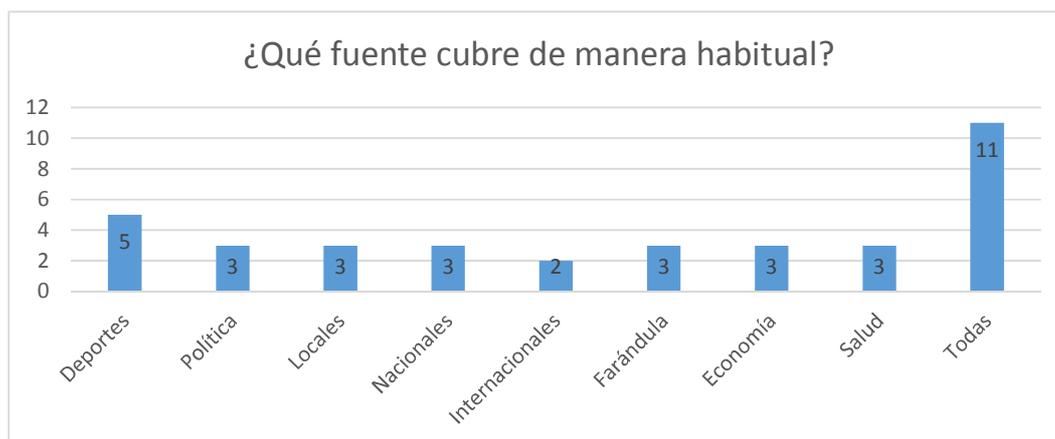
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 69% de los encuestados afirman no haber realizado cursos o seminarios sobre periodismo digital, mientras que el 31% asegura que en las instituciones de educación superior recibían este tipo de talleres.

Cuadro y figura 10. ¿Qué fuente cubre de manera habitual?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Salud	3	8%
Economía	3	8%
Farándula	3	8%
Internacionales	2	6%
Nacionales	3	8%
Locales	3	8%
Política	3	9%
Deportes	5	14%
Todas	11	31%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

De acuerdo a la gráfica, el 31% de los encuestados cubre de manera habitual la mayoría de las fuentes, mientras que los de menor porcentaje cubre de manera individual cada una de ellas.

Cuadro y figura 11. ¿Cuántos años tiene de experiencia en periodismo?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 5 y 10 años	14	39%
Entre 3 y 5 años	12	33%
Menos de 3 años	10	28%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

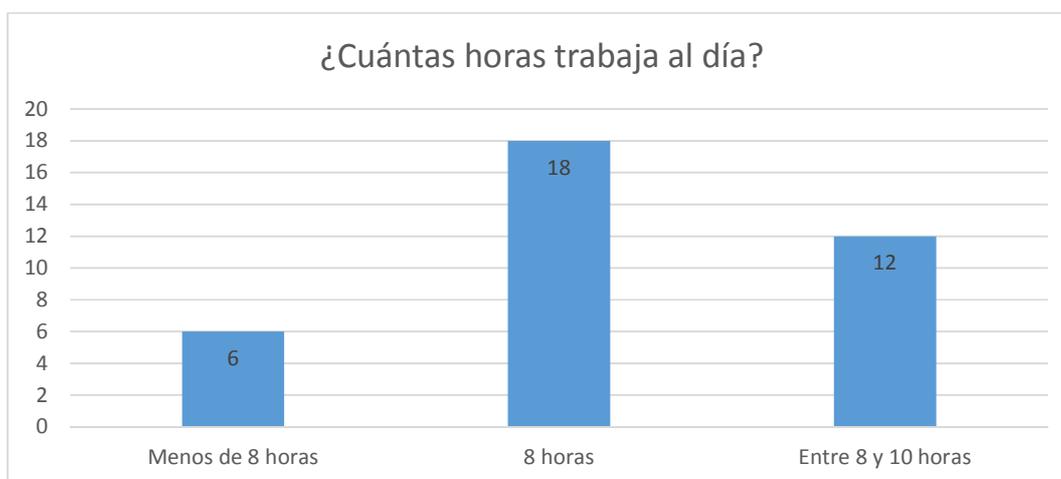
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados de la gráfica, el 39% de los encuestados tiene entre 5 a 10 años de experiencia en periodismo, después está el 33% que tiene entre 3 a 5 años realizando actividades periodísticas, mientras que los que tienen menos de 3 años tienen un 28% de experiencia en medios de comunicación.

Cuadro y figura 12. ¿Cuántas horas trabaja al día?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 8 y 10 horas	12	33%
8 horas	18	50%
Menos de 8 horas	6	17%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

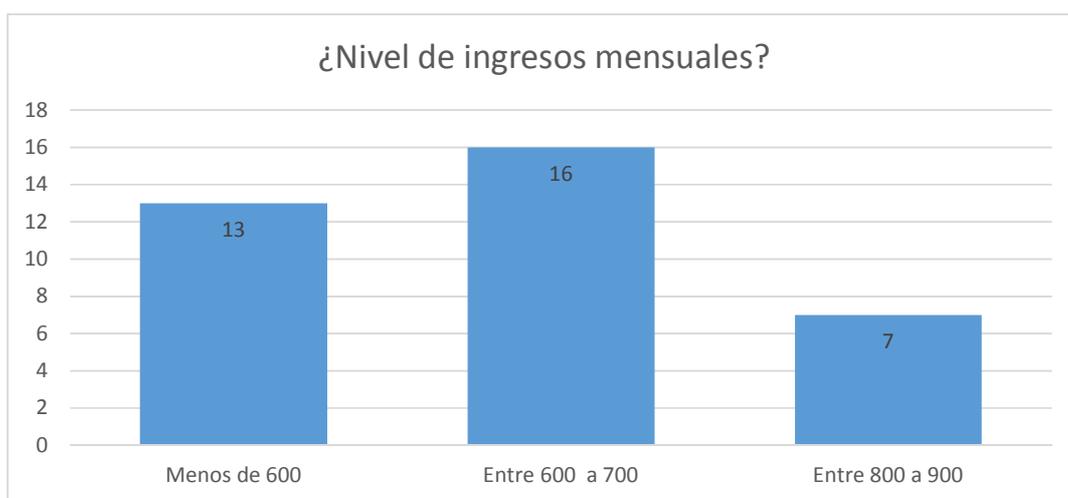
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 50% de los encuestados trabaja diariamente 8 horas, mientras que un 33% realiza actividades entre 8 a 10 horas, un 17% trabaja medio tiempo.

Cuadro y figura 13. ¿Nivel de ingresos mensuales?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 800 a 900	7	19%
Entre 600 a 700	16	45%
Menos de 600	13	36%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados, el 45% de los que laboran en Medios Ediasa S.A, respondieron tener un sueldo de entre 600 a 700 dólares, mientras que el 36% tiene ingresos mensuales de 600 y en menor porcentaje un 19% recibe entre 800 a 900 dólares.

Cuadro y figura 14. ¿Qué actividades desarrolla en el medio de comunicación que labora?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Reportero	9	25%
Redacción	5	14%
Locutor	5	14%
Presentador	5	14%
Contenidos publicitarios	3	9%
Editor de contenidos en la web	3	8%
Editor de contenidos multimedia	3	8%
Fotógrafo	3	8%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

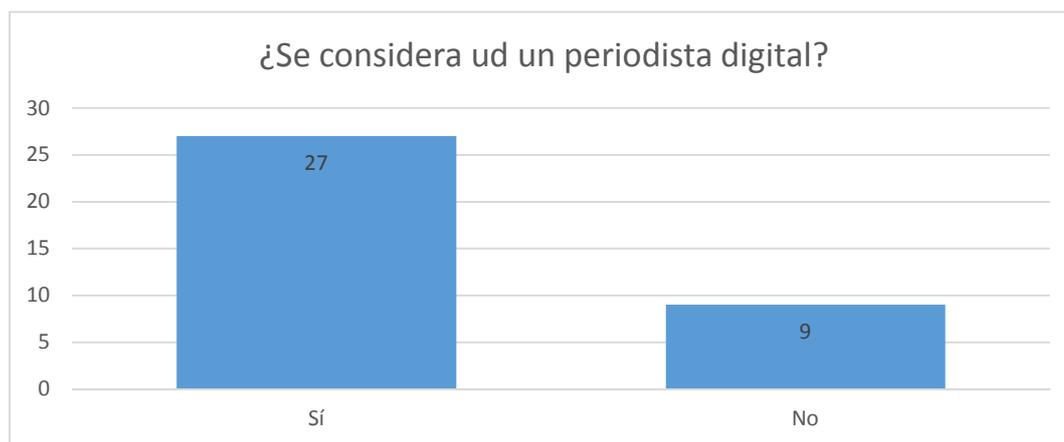
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 25% de los encuestados realiza actividades de reportero, mientras que el 14% realiza actividades de redacción, locución y presentador de noticias; un 9% se encarga de los contenidos publicitarios y el 8% actividades de editor de contenidos en la web, contenidos multimedia y fotografía.

Cuadro y figura 15. ¿Se considera usted un periodista digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	27	75%
No	9	25%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

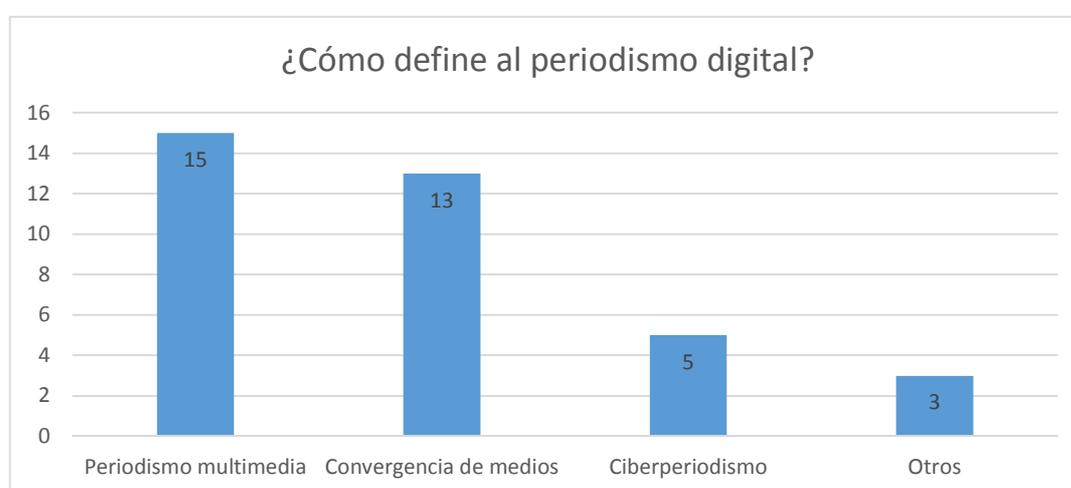
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El quehacer ciberperiodístico es uno de los mayores retos del siglo XXI, en donde los periodistas como profesionales deben sacar provecho a todas las herramientas que ofrece el internet, convirtiéndose en gestores de la información y de acuerdo a los resultados de la encuesta, el 75% se consideran periodistas digitales, mientras que el 25% no, ya que su preparación académica no es suficiente para hacer periodismo digital.

Cuadro y figura 16. ¿Cómo define al periodista digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Periodismo multimedia	15	42%
Convergencia de medios	13	36%
Ciberperiodismo	5	14%
Otros	3	8%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

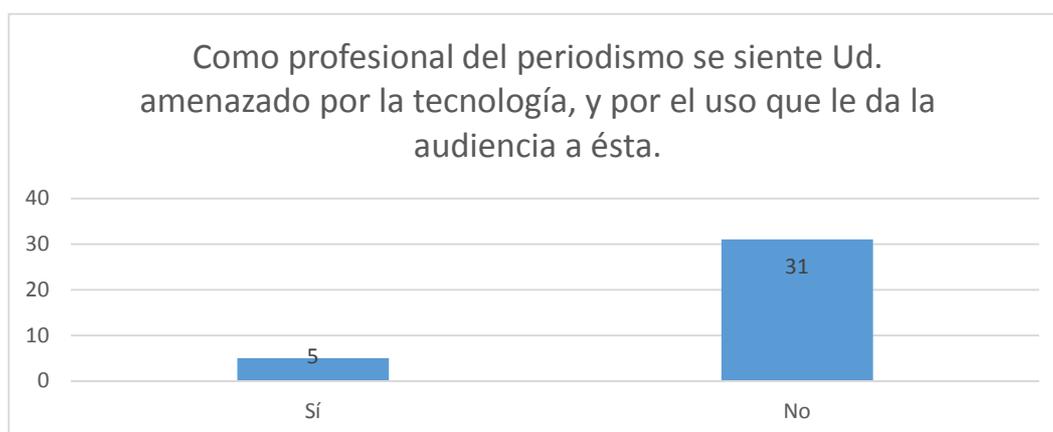
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 42% lo define como periodismo multimedia, un 36% como convergencia de medios, mientras que el 17% como ciberperiodismo, en cuanto al 14% lo definió con otros conceptos.

Cuadro y figura 17. Como profesional del periodismo, se siente usted amenazado por la tecnología y por el uso que le da la audiencia a ésta.

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	5	14%
No	31	86%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

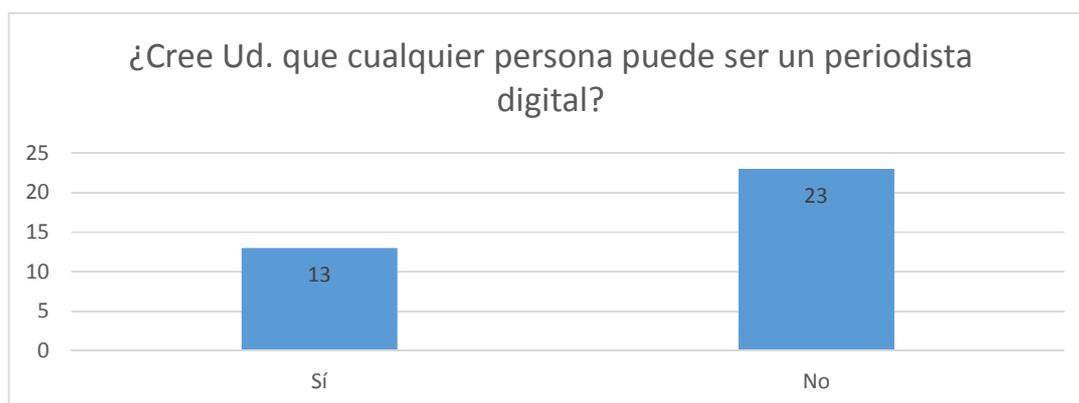
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 14% de los encuestados afirman sentirse amenazados, mientras que el 86% de los encuestados no, ya que todas las personas no pueden ser periodistas digitales, es una profesión que se basa en la búsqueda, selección y redacción de noticias las cuales se difunden en diferentes medios con una realidad cambiante.

Cuadro y figura 18. ¿Cree Ud. que cualquier persona puede ser un periodista digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	13	36%
No	23	64%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

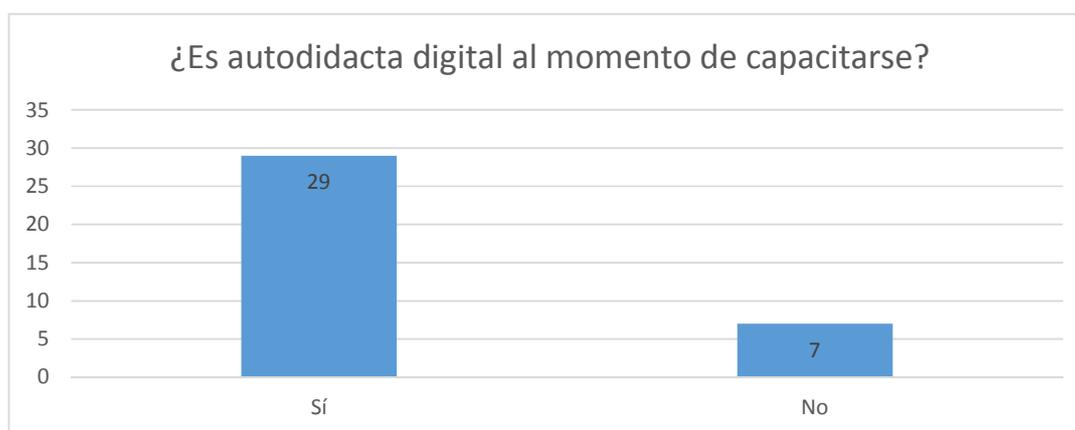
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 36% de los encuestados cree que sí, pues la mayoría de las personas cuentan con el manejo del internet y la tecnología, convirtiéndose de esta manera en generadores de la información, cuya participación realiza un cambio en la práctica profesional del periodismo; mientras que un 64% asegura que no, ya que la experiencia no es suficiente por lo que es necesario tener una preparación académica adecuada para ejercer la profesión, ser comunicador social no es solo subir información a la red.

Cuadro y figura 19. ¿Es autodidacta digital al momento de capacitarse?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	29	81%
No	7	19%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

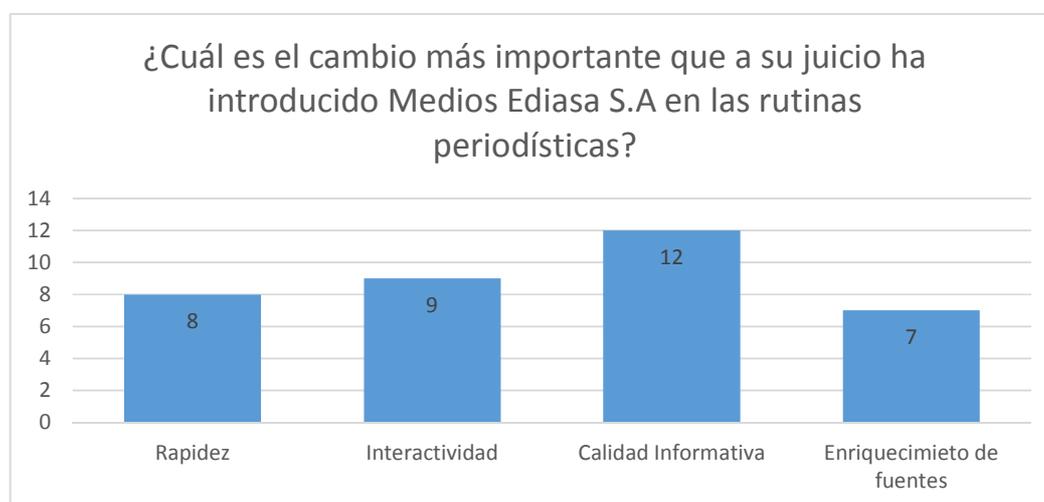
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 81% de los encuestados tienen una preparación autodidacta, consideran que al trabajar en un medio de comunicación requiere de responsabilidad en saber manejar temas digitales y que siempre hay que estar en constante actualización de conocimientos; mientras que un 19% no, la rutina del trabajo no les da tiempo en auto capacitarse en algunas áreas.

Cuadro y figura 20. ¿Cuál es el cambio más importante que a su juicio ha introducido Medios Ediasa S.A en las rutinas periodísticas?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Calidad Informativa	12	33%
Interactividad	9	25%
Rapidez	8	22%
Enriquecimiento de fuentes	7	20%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

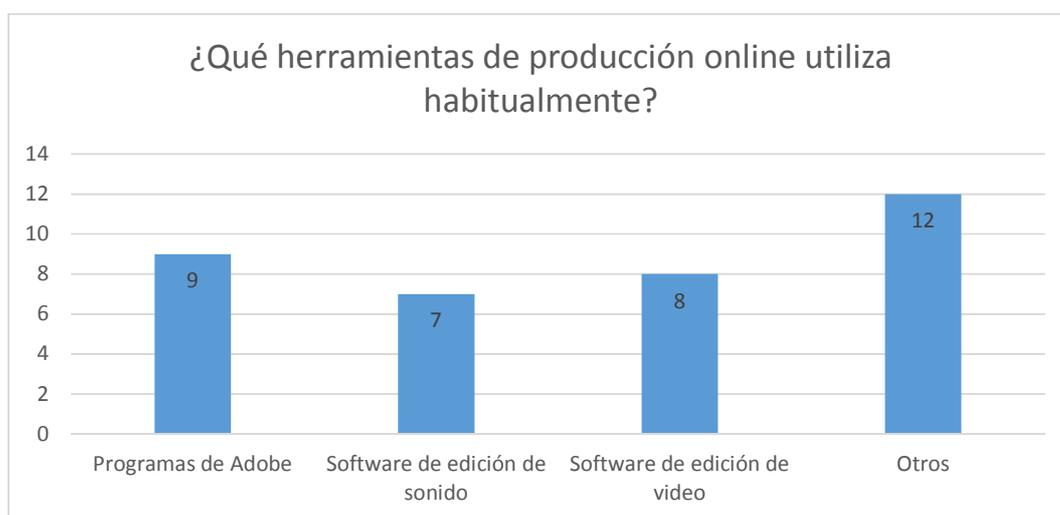
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados, el 33% de los encuestados respondió la calidad informativa, un 25% interactividad, mientras que un 22% rapidez informativa y un 20% el enriquecimiento de fuentes.

Cuadro y figura 21. ¿Qué herramientas de producción online utiliza habitualmente?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Programas de Adobe	9	25%
Software de edición de sonido	7	20%
Software de edición de video	8	22%
Otros	12	33%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

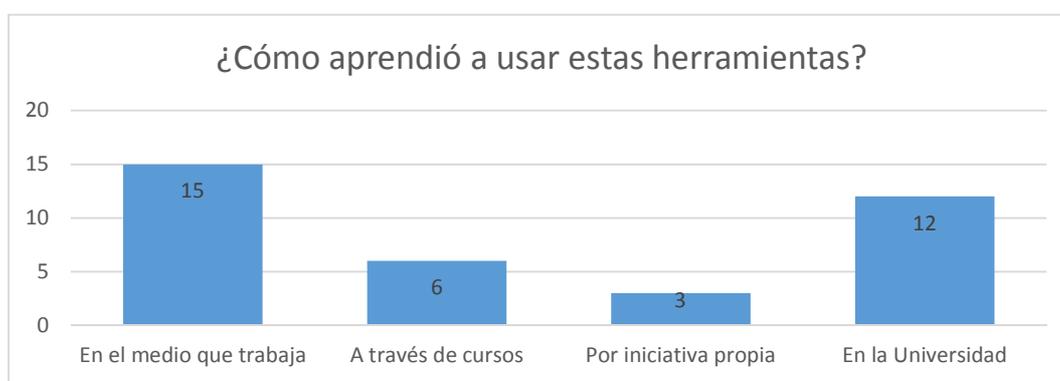
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

Del total de la muestra seleccionada, el 33% de los encuestados señalaron como las principales, otros programas como: multi-site, mailchimp, canva, periscope, hootsuite, entre otras herramientas. Y los programas del paquete de adobe un 25%, mientras que el 22% señaló a los software de sonido y 20% vídeo.

Cuadro y figura 22. ¿Cómo aprendió a usar estas herramientas?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Universidad	12	33%
Iniciativa propia	3	8%
A través de cursos	6	17%
En el medio que trabaja	15	42%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

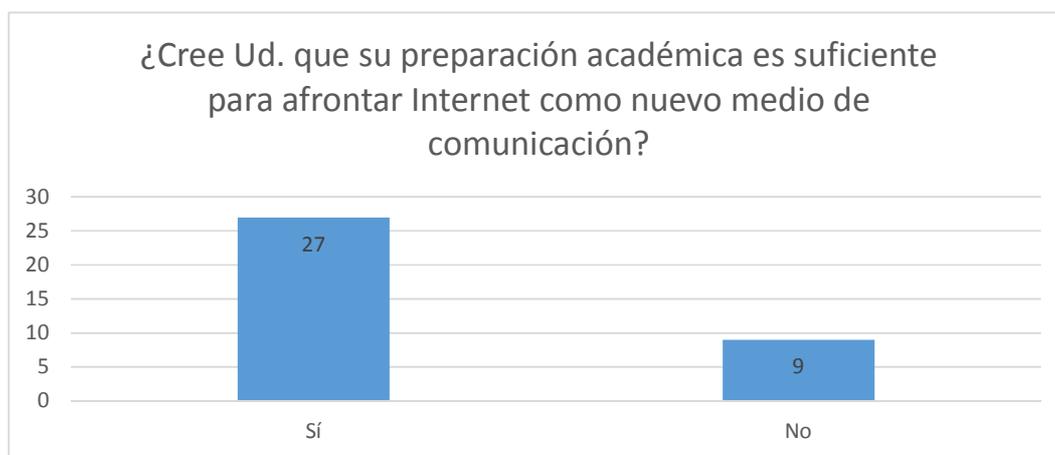
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 42% de los encuestados aprendió a utilizar las herramientas digitales en el medio que trabaja, mientras que el 33% en la universidad, el 17% a través de cursos en internet y con un menor porcentaje del 8% por iniciativa propia.

Cuadro y figura 23. ¿Cree usted que su preparación académica es suficiente para afrontar Internet como nuevo medio de comunicación?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Sí	27	75%
No	9	25%
TOTAL	36	100%

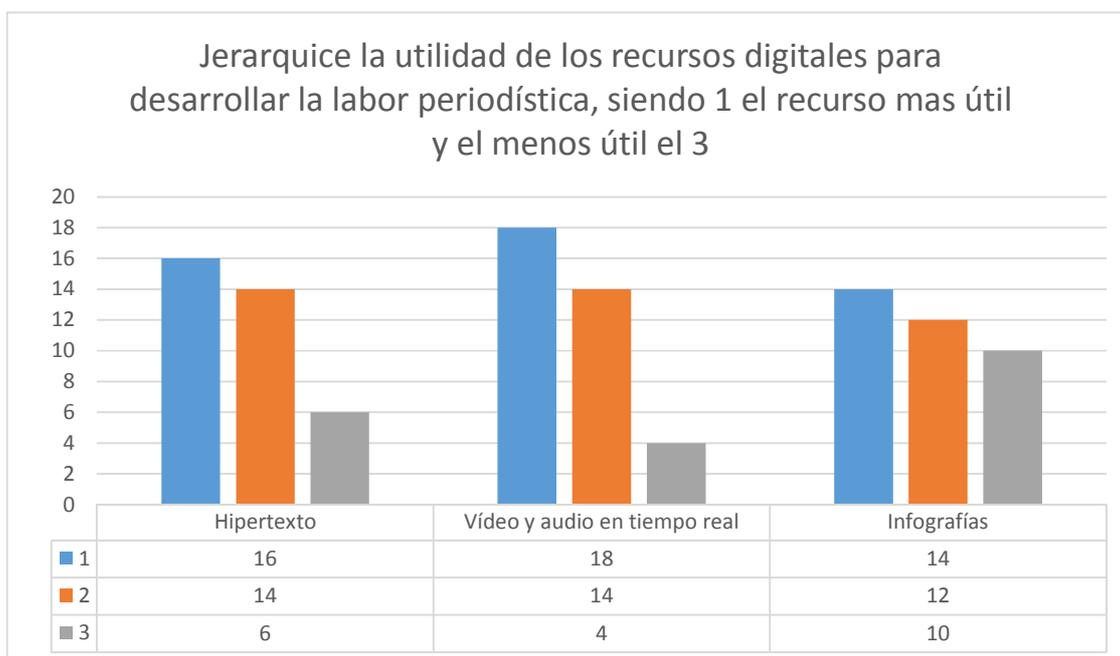


Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 75% de los encuestados afirman sentirse preparados académicamente, mientras que el 25% no, debido a la preparación académica que tienen en otras áreas de la comunicación no es suficiente.

Cuadro y figura 24.

Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

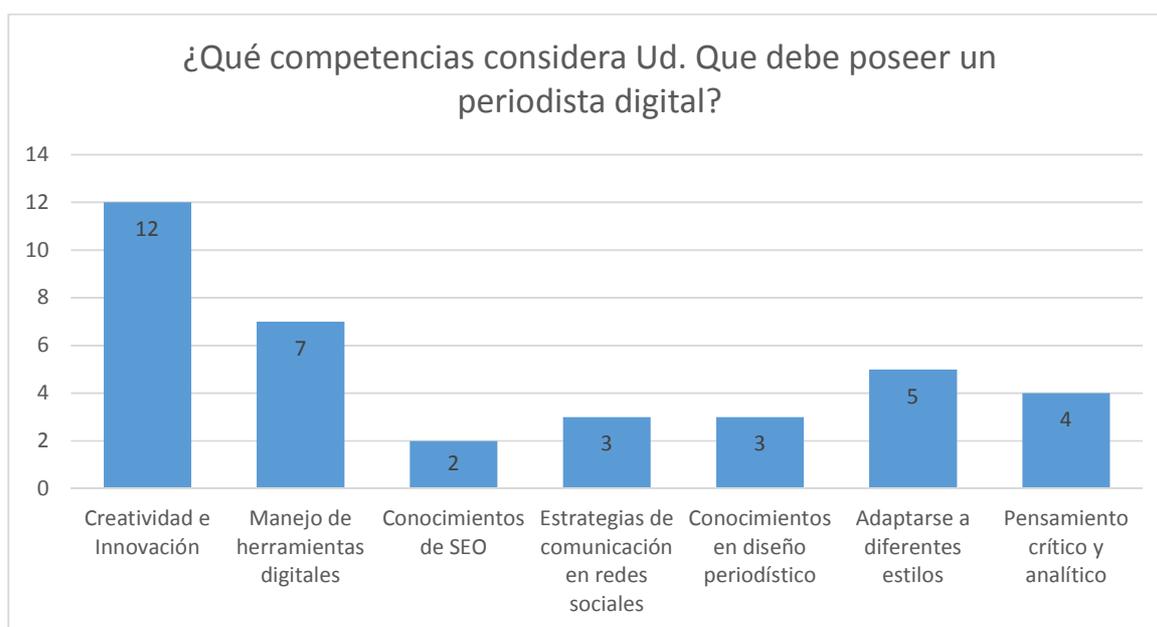
Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

Los encuestados califican al vídeo y audio en tiempo real e hipertexto como los recursos digitales mas importantes para el desarrollo del ejercicio ciberperiodístico, y las infografías la señalan como menos importante.

Cuadro y figura 25. ¿Qué competencias considera usted que debe poseer un periodista digital?

Opción	Cantidad	Porcentaje
Pensamiento crítico y analítico	5	11%
Adaptarse a los diferentes estilos	4	14%
Conocimientos en diseño periodístico	3	8%
Estrategias de comunicación en redes sociales	3	8%
Conocimientos en SEO	2	6%
Manejo de herramientas digitales	7	20%
Creatividad e innovación	12	33%
TOTAL	36	100%



Fuente: Comunicadores de Medios Ediasa S.A Portoviejo

Elaborado por: Evelyn Ruiz

Análisis e interpretación

El 33% de los encuestados considera que un periodista debe ser creativo e innovador, estar en constante aprendizaje y actualización de conocimientos, el 20% considera que debe manejar las herramientas digitales, mientras que el 14% señala que debe adaptarse a los diferentes estilos, es decir, escribir y contar historias en los lenguajes propios de cada plataforma; un 11% considera que debe poseer un pensamiento crítico y analítico, mientras que el 8% conocimientos en diseño periodístico y estrategias de comunicación en redes sociales.

El 6% conocimientos de SEO (Search Engine Optimization), pues un periodista debe saber escribir de tal manera que los buscadores puedan encontrar sin problema sus textos noticiosos.

4.2 Resultados de la entrevista

Para el análisis e interpretación de los resultados se procedió a realizar un cuadro comparativo de acuerdo a puntos claves que resaltaron en la entrevista.

Cuadro Comparativo		
Incidencias	Lcdo. Jaime Ugalde	Lcdo. Andrés Alcívar
Perfiles polivalentes	El nuevo entorno comunicativo de los medios, requiere de un profesional polivalente bien formado, el cual pueda responder a la demanda laboral de un medio u organización. Hoy estas empresas exigen un periodismo integrado, un experto capaz de producir contenidos en diferentes lenguajes.	En la actualidad, el entorno digital está generando cambios en la estructura, producción y gestión de la información, y de esta manera transformando al comunicador. Hoy en día el campo profesional del periodista es muy competitivo y demanda profesionales polivalentes, preparados y capaces de tratar e intervenir en cualquiera de las fases de la noticia.
Competencias profesionales	Cada vez se exige más en el campo laboral, actualmente el rol del comunicador está en constante evolución, y las competencias profesionales en las empresas son estrictas. El perfil profesional del periodista, debe estar en constante aprendizaje, capacitados, con habilidades técnicas y amplios conocimientos en programas de edición.	Ante este nuevo contexto de convergencia mediática y actual contexto laboral, el perfil del periodista se reinventa, adoptando competencias digitales necesarias para el área digital del periodismo, enfrentándose a grandes retos referente a la tecnología, generación y distribución de contenidos en las múltiples plataformas.
Preparación académica	La aplicación de las nuevas tecnologías en los medios tradicionales, demanda una formación específica. En la actualidad hay un gran porcentaje de medios digitales pero hay carencias en cuanto a la orientación de la comunicación en el soporte web; es importante y necesario conocer todas las herramientas que el Internet ofrece, no solo es colocar información a la red, si no de saber cómo transmitir y distribuir esa información a través de los diferentes canales.	La creación y distribución de contenidos a través de las diferentes plataformas digitales, exigen del profesional una rápida adaptación y evolución. La producción de contenidos para la web, requiere de criterios profesionales, por tal razón las unidades académicas, han implementado herramientas necesarias para producir y editar contenidos de manera profesional. En la actualidad, se requieren de profesionales cualificados.

Análisis e interpretación de la entrevista

De acuerdo a los puntos claves de la entrevista, ambos consideran que el perfil profesional del periodista digital debe ser polivalente, la aparición de tecnologías en los medios tradicionales ha transformado las labores del comunicador, pues las características del internet como medio interactivo, requieren de un profesional con habilidades y destrezas en la elaboración, distribución de contenidos digitales a través de los diferentes canales de información.

El perfil profesional del periodista está en constante evolución y exige nuevos saberes. Las competencias profesionales ya no son las mismas de antes, las exigencias de las empresas periodísticas requieren de un profesional cualificado, con una cultura digital suficiente. En cuanto a la formación académica, Ugalde menciona que aun nota carencias en algunos medios de comunicación respecto al manejo de la información en plataformas digitales.

Alcívar menciona, que las unidades de educación superior hoy en día cuentan con un equipo completo de televisión y radio, en donde estudiantes ponen en práctica la teoría, desarrollando productos bajo criterios profesionales del periodismo digital. Pues más allá del discurso, la formación profesional es a través de la práctica constante.

5. Estrategias de difusión / aplicación práctica

La difusión de la presente investigación se lo realizará a través del repositorio institucional de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, con la finalidad que los demás estudiantes que hagan investigación tenga este documento como base bibliográfica y de referencia para futuros trabajos.

6. Conclusiones

El presente estudio de investigación ha permitido detectar las transformaciones que ha tenido el perfil profesional del periodista a partir de la introducción de internet en los medios de comunicación y en consecuencia se concluye lo siguiente:

La tecnología digital ha invadido los medios de comunicación y de esta manera, replanteando el perfil profesional del periodista; En relación al objetivo general, se concluye que la profesión del periodismo está en constante evolución; actualmente las exigencias de los medios de comunicación demandan de profesionales con habilidades en el manejo de la tecnología y producción de la información en los distintos tipos de formatos y géneros para medios digitales.

De acuerdo al objetivo específico uno, identificar las principales características del perfil profesional del periodista digital de Medios Ediasa S.A., se concluye que el entorno digital de la comunicación va evolucionando y de acuerdo a los resultados de la encuesta y la entrevista, a continuación se describe las principales características del perfil profesional del periodista digital:

- Creativo e innovador;
- Cultura digital;
- Crítico y analítico;
- En evolución (constante aprendizaje);
- Escucha activa;
- Autodidacta.

En cuanto a la formación académica, se evidencia a través de los resultados que el 78% de los comunicadores encuestados cuentan con estudios de tercer nivel en comunicación social y solo el 25% estudios de cuarto nivel, la mayoría, han sido autodidactas en temas digitales ya que en las instituciones de educación superior, según resultados de la encuesta, hace falta más práctica que teoría en relación a temas digitales.

En relación al objetivo específico tres de la investigación, determinar las funciones que desempeña el periodista digital en medios Ediasa S.A., se concluye que entre las actividades diarias que realizan en el medio de comunicación, se encuentran las de redacción, entrevista, reportero, presentador, actividades de editor de contenidos, etc., ya sea en versión convencional o digital.

De acuerdo al objetivo específico cuatro, especificar las competencias profesionales del periodista digital demandadas en Medios Ediasa S.A., se concluye que aunque en el periodismo digital se mantenga las bases de un periodista tradicional, es decir, en la investigación, verificación, elaboración y desarrollo de la información, etc., con la tecnología en los medios de comunicación, demandan de profesionales que tengan competencias en:

- Estudios universitarios en comunicación social.
- Saber manejar las herramientas digitales.
- Capacidad de generar debates a través de las plataformas digitales.
- Manejo del paquetes de ofimática, navegación, y búsquedas avanzadas.
- Escribir y contar historias en los lenguajes propios de cada plataforma.
- Conocimientos en SEO.

7. Recomendaciones

En relación al objetivo general de la investigación, diagnosticar el perfil profesional del periodista digital en Medios Ediasa S.A., se recomienda que las facultades de comunicación social, ahonden temas en relación al periodismo digital, ya que no se trata de trabajar empíricamente, sino de tener una preparación adecuada en la práctica.

De igual manera se recomienda a la facultades de comunicación, incluyan en sus mallas curriculares, rediseños y estudios de pertinencia, temas relacionados con el ciberperiodismo, ya que, es fundamental en tiempos de evolución tecnológica y comunicacional, por lo tanto, el nuevo perfil del comunicador debe ser integral y enfocado a estos ámbitos.

Es importante que en los medios de comunicación se desempeñen como profesionales capacitados en sus funciones y para ello, se es necesario impartir cursos o talleres relacionados al tema, de esta manera se cree y potencie una cultura digital en los profesionales.

A pesar de la introducción de la tecnología en los medios de comunicación, las funciones de los comunicadores siguen siendo las mismas, en cuanto a la elaboración y difusión de la información a través de las diferentes plataformas, adaptándola ya sea en la versión digital o convencional.

En cuanto a las características y competencias del periodista digital, se es necesario reforzar en algunas de ellas, pues las exigencias en el mercado laboral requieren de un periodista multitarea, que además de hacer uso y manejo de las tecnologías sepa como contar historias a través de ellas.

9. Recursos Generales

Los recursos que se utilizan en la presente investigación son elementos que fueron de apoyo y utilidad en la didáctica del trabajo, los cuales nos aproximaron a lograr los objetivos propuestos.

9.1 Recursos humanos

- Investigador
- Tutor del proyecto de investigación
- Personal de Medios Ediasa S.A

9.2 Recursos materiales

- Remax de papel A4
- Grabadora
- Material bibliográfico (libros, tesis, artículos científicos, monografías, etc.)
- Computador

10. Referencias

- Arroyo, M. (2011). Aproximación al perfil del periodista digital en la postmodernidad. *Razón y palabra*, 16(76). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199519981005>
- Barja, L. (2016). El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena. (Tesis de grado). Lima: Universidad Nacional Mayor De San Marcos.
- Barrios, A., & Zambrano, W. (2014). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas*, 14(26), 221-240.
- Buitrón, R. (2017). *Publicaciones de la categoría: Periodismo digital*. Obtenido de Rubén Dario Buitrón: <https://rubendariobuitron.wordpress.com/category/periodismo-digital/>
- Cadena, D. (2015). Evolución y prospectiva del periodismo digital y su relación con la formación periodística ecuatoriana en la ciudad de Ibarra, (Tesis de grado). Universidad Técnica Particular de Loja.
- Casero, A., Ortells, S., & Doménech, H. (2013). Las competencias profesionales en periodismo: una evaluación comparativa. *Historia y Comunicación Social*, 18, 53-64.
doi:<http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44311>
- Coronel, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador. *Pauta Geral - Estudos em jornalismo*, 2(2), 51-72. doi:10.18661/2318-857X/pauta.geral.v2n2p51-72 ISSN 2318-857X
- Coronel, G. (2015). Estado de diarios, revistas y medios digitales de Ecuador. *Revista Pauta Geral- Estudos em Jornalismo*, 2(2), 51-72. doi:10.18661/2318-857X/pauta.geral.v2n2p51-72 ISSN 2318-857X
- Cuenca, H. (2012). Uso de las herramientas web 2.0 en los medios digitales de Ecuador. (Tesis de grado). Universidad Técnica Particular de Loja.
- Espinoza, C. (2009). *El nuevo perfil del periodista digital exige coordinar comunidades on line*. Obtenido de Cobertura digital, capacitación y consultoría en nuevos medios, redes sociales y periodismo

- móvil: <https://www.coberturadigital.com/2009/07/08/el-nuevo-perfil-del-periodista-digital-exige-coordinar-comunidades-on-line/>
- Fundamedios. (2015). *Listado de medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de Fundamedios: <http://www.fundamedios.org/listado-de-medios-nativos-digitales-en-ecuador/>
- González, C., & Martínez, P. (2015). Expectativas de futuro laboral del universitario de hoy un estudio internacional. *Revista de Investigación Educativa*, 1(34), 167-183.
- 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. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048480042>
- Marañón, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global del conocimiento. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*(61), 1-30. Obtenido de <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>
- Odrizola-Chéné, J. (2016). La investigación del ciberperiodismo en Ecuador: estado de la cuestión y perspectivas a futuro. *Comunicología ecuatoriana*, 20(93), 66-86. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199545660005.pdf>
- Oñate, B. (2015). Análisis del perfil del periodista digital en los medios tradicionales de comunicación y en los Gobiernos Descentralizados Municipales (GADM) de la provincia de Pichincha (Tesis de grado). Ibarra: Universidad Particular Técnica de Loja.
- Punín, M., Rivera, D., & Isidro, M. (2014). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política*, 1-20.
- Rivera, D. (2011). El ciberperiodismo en Ecuador. Casos de estudio La Hora y Crónica, periódicos de Loja. *Quórum Académico*, 8(2), 269-280. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199020215006>
- Rivera, D. (2011). Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación. (Tesis Doctoral). Universidad de Santiago de Compostela.

- Rivera, J. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen. *Chasqui*(122), 112-117.
- Sabés, F., & Verón, J. (2012). Universidad y empresa ante la doble crisis del periodismo tradicional. Propuestas y reflexiones sobre la modificación sustancial del escenario periodístico. El clúster periodístico. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*(4), 151-170. Obtenido de <http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/74>
- Salaverría, R. (s.f). Retos pendientes en la formación de periodistas para la era digital. *Profesionales para un futuro globalizado*. Eunate.
- Sánchez, M., & Méndez, S. (2013). Nuevos medios, nuevos perfiles y conectividad emocional con la audiencia: los periodistas en la praxis profesional. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 18, 133-149.
- Sánchez, P., & Marinho, S. (2016). La formación digital en los programas de periodismo de España y Portugal. *Andamios. Revista de Investigación Social*, 13(31), 339-361.
- Sánchez, P., Campos, E., & Berrocal, S. (2015). Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 187-208.
- Tejedor, S. (2010). *Ciberperiodismo, libro de estilo para ciberperiodistas*. Editorial ITLA.
- Valero, I. (2010). *Periodismo Digital: El perfil del periodista digital en medios Venezolanos (Monografía)*. Universidad Central de Venezuela.
- Veletanga, J. (2014). *Perfil profesional del periodista digital en Quito y el uso de manuales. (Tesis de grado)*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.

11. ANEXOS

Anexo N° 1. Encuesta a periodistas de Medios Ediasa S.A



Encuesta sobre El perfil profesional del periodista digital en medios Ediasa S.A

La presente encuesta tiene únicamente fines académicos, se lo realiza con el interés de profundizar en las competencias de los periodistas frente a los medios digitales.

1. **Edad:** _____

2. **Sexo:** F () M ()

3. **¿Estudió comunicación social?**

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 9

() Sí () No

4. **¿En qué institución o universidad cursó estudios de comunicación social?**

5. **¿En qué mención obtuvo la licenciatura de comunicación social?**

6. **¿Ha realizado estudios de postgrados en periodismo digital?**

En caso afirmativo, especifique.

Sí No

Especifique: _____

7. ¿Qué materia específica de pregrado le aportó competencia en el área digital?

8. ¿Cómo calificaría la preparación académica sobre el uso y la utilidad de los medios digitales que recibió en sus estudios de pregrado o postgrado?

Excelente Muy buena Buena Insuficiente

9. ¿Ha asistido a cursos o seminarios alusivos al tema de periodismo digital o herramientas para trabajar en medios digitales?

Sí No

¿En qué institución? _____

Nombre del curso: _____

País donde realizó el curso: _____

10. ¿Qué fuente cubre de manera habitual?

Deportes Política Nacionales Economía Salud

Farándula Internacionales Locales Todas

11. ¿Cuántos años tiene de experiencia en periodismo?

12. ¿Cuántas horas trabaja al día?

Menos de 8 horas 8 horas Entre 8 y 10 horas Más de 10 horas

13. ¿Nivel de ingresos mensuales?

Menos de 600 De \$600 a 800 Entre \$800 a \$1.000

14. Describa qué actividades desarrolla en el medio de comunicación en el que labora.

15. ¿Se considera usted periodista digital?

Sí No

¿Por qué?: _____

16. ¿Cómo define al periodismo digital?

17. ¿Cómo describe su profesión?

18. ¿Cree Ud. que cualquier persona puede ser un periodista digital?

Sí No

¿Por qué? _____

19. ¿Es autodidacta digital al momento de capacitarse?

Sí No

¿Por qué?: _____

20. ¿Cuál es el cambio más importante que a su juicio ha introducido Medios Ediasa S.A en las rutinas periodísticas?

Rapidez Interactividad Calidad informativa Enriquecimiento de fuentes

Otros: _____

21. ¿Qué herramientas de producción online utiliza habitualmente?

Marque todas las opciones que considere necesarias.

Adobe Photoshop

Illustrator

Software de edición de sonido

Software de edición de video

Otros: _____

22. ¿Cómo aprendió a usar estas herramientas?

Lo aprendió en el medio en el que trabaja

A través de cursos

Por iniciativa propia

En la universidad

Otros: _____

23. ¿Cree que su preparación académica es suficiente para afrontar Internet como nuevo medio de comunicación?

Sí No

¿Por qué? _____

24 Jerarquice la utilidad de los recursos digitales para desarrollar la labor periodística, siendo el 1 el recurso más útil y el menos útil el 3.

Hipertexto Vídeo y audio en tiempo real Infografías

25. ¿Qué características o competencias considera Ud. que debe poseer un periodista digital?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 2. Entrevista al editor web de Medios Ediasa S.A

Nombre: Lcdo. Andrés Alcívar Zambrano

Cel. 0995925819



Facultad Ciencias de la Comunicación

Carrera de Periodismo

Guión de preguntas

“Analizar el perfil profesional del periodista digital en medios Ediasa S.A”

Las siguientes preguntas de investigación, tienen únicamente fines académicos, se lo realiza con el interés de profundizar en las competencias de los periodistas frente a los medios digitales.

- 1. ¿Cuántos años de experiencia tiene desarrollando actividades periodísticas?**
- 2. ¿En qué consiste su trabajo como editor web de Medios Ediasa S.A?**
- 3. ¿Qué opina usted de la utilización de la tecnología en el periodismo?**
- 4. ¿Qué herramientas de software o programas utilizan frecuentemente para la elaboración y producción de contenidos periodísticos?**
- 2. Cree usted que su preparación académica es suficiente para desarrollar contenidos ciberperiodísticos?**

- 6. ¿Actualmente se generan contenidos audiovisuales adaptados para la web o simplemente se publican los formatos televisivos tradicionales?**
- 7. ¿Cree usted que cualquier persona puede ser periodista digital? ¿Por qué?**
- 8. ¿Considera usted que los profesionales en comunicación contratados por Medios Ediasa S.A, llegan con las competencias necesarias para ejercer el periodismo en internet?**
- 9. ¿Cómo cree usted que debe ser el perfil profesional de un comunicador digital?**
- 10. ¿Qué competencias cree usted que debe poseer un periodista digital?**

Anexo N° 3. Entrevista al jefe editor de Medios Ediasa S.A

Nombre: Lcdo. Jaime Ugalde Moreira

Cel. 0998460118



Facultad Ciencias de la Comunicación

Carrera Periodismo

Entrevista al jefe editor de Medios Ediasa S.A

Guión de preguntas

“Analizar el perfil profesional del periodista digital en medios Ediasa S.A”

Las siguientes preguntas de investigación, tienen únicamente fines académicos, se lo realiza con el interés de profundizar en las competencias de los periodistas frente a los medios digitales.

- 1. ¿Qué opina usted de la utilización de la tecnología en el periodismo?**
- 2. ¿Considera usted que los profesionales en comunicación contratados por Medios Ediasa S.A, llegan con las competencias necesarias para ejercer el periodismo en internet?**
- 3. ¿Qué competencias cree usted que debe poseer un periodista digital?**
- 4. ¿Medios Ediasa S.A contratan profesionales o estudiantes de otras carreras (ajenas al periodismo) para ejercer funciones periodísticas?**
- 5. ¿Cómo cree usted que debe ser el perfil profesional de un comunicador digital?**

- 6. ¿Cree usted que cualquier persona puede ser periodista digital? ¿Por qué?**
- 7. ¿Qué valores considera usted son más importantes al momento de contratar a un periodista para Medios Ediasa S.A?**
- 8. ¿Medios Ediasa brinda talleres o capacitaciones a los periodistas para familiarizarse con las nuevas tecnologías?**
- 9. ¿El trabajo que desarrollan los periodistas es exclusivo para un solo medio o generan contenidos simultáneamente para más de uno?**