

Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital

Mayra González Córdova

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador
mpgonzales@utpl.edu.ec

Resumen

Este trabajo de investigación recoge datos sobre el perfil del periodista digital en Ecuador, su rol, características, formación, conocimientos, manejo de contenido y uso de herramientas Web 2.0 en el trabajo diario; para ello se ha estudiado el caso de seis diarios de circulación nacional de Ecuador que cuentan con una versión digital: *El Universo*; *El Comercio*; *La Hora Nacional y Regional*, *El Telégrafo*, *Expreso* y *Extra*. La investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa, la técnica que se utilizó para recoger los datos fue la encuesta estructurada.

Palabras clave: Periodismo digital, tecnologías, perfil, convergencia, perfil profesional.

Digital Profile of Journalists in Ecuador: Study of Digital Version of Six National General Newspapers

Abstract

This research is about the journalist profile in Ecuador, his role, characteristics, education, knowledge, content management, and use of ICTs in his daily job. To fulfill this purpose, 6 national newspapers in their digital version have been studied: *El Universo*, *El Comercio*, *La Hora* (National and Regional), *El Telégrafo*, *Expreso* and *Extra*. This is a qualitative and quantitative research, the techniques used to gather data was the structured questionnaire.

Keywords: Digital journalism, technologies, profile, convergence, professional profile.

1. INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI Internet se convirtió en un poderoso medio de comunicación, actualmente cuenta con millones de usuarios en todo el mundo. Su acelerado proceso evolutivo nos ha permitido ser testigos de muchas transformaciones que van desde la manera de realizar cuestiones cotidianas, hasta la manera de cumplir un rol profesional, entre ellos, el de periodista.

Ante la presencia de Internet los profesionales de la comunicación dedicados al periodismo digital cuentan con una serie de alternativas con las que no contaba un periodista tradicional, que como base estaba dedicado a buscar información para transmitirla a través de canales unidireccionales cumpliendo ciertas rutinas como: reunirse a las primeras horas de la mañana con su editor general y salir a buscar la noticia de acuerdo a una agenda establecida.

El periodista digital cumple otros roles en Internet, lo cual "constituye una práctica que posee rasgos claramente exclusivos y distintivos, que lo diferencian del periodismo que podemos tildar "tradicional"" (Díaz & Salaverría, p. 287).

Los nuevos escenarios propiciados por las tecnologías han provocado que los periodistas se enfrenten a retos con propuestas y formas de producción y de información.

El periodista hoy tiene que estar preparado para el mundo tecnológico, es un profesional que realiza multitareas, conoce los diferentes soportes en la web y trabaja con noticias, reportajes o cualquier otro género pensado para un profesional con una mentalidad diferente, con un "chip" digital.

Carlos Alberto Scolari (2007) afirma que, el periodista polivalente se está consolidando en los medios en línea, en grandes empresas informativas y en medios de reciente creación. Respecto a los medios de pequeñas dimensiones, en esas realidades los periodistas siempre cumplieron numerosas funciones y fueron polivalentes, sólo que ahora estas tareas se multiplican y se simplifican gracias a la digitalización de los procesos productivos.

Un periódico digital necesita profesionales que conozcan sobre los nuevos procesos de gestionar contenidos, donde la información fluya por canales diferentes acompañados de imágenes, texto y video u otros recursos.

Para Sandoval Martín (citado por Meso Ayerdi 2000), en la actualidad hay que distinguir entre dos tipos de profesionales en el sector de la comunicación, si bien en ambos casos trabajan con contenidos existentes en la red: los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas y los que bien buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios de la Red.

Frente a todo ello están los usuarios quienes buscan estar informados y ven en la Red una cantidad inimaginable de información, esos mismos usuarios que hoy también son prosumer (productores y consumidores), como lo destaca José Luis Orihuela, "Los medios digitales que quieren conectar con los nativos digitales tienen que aprender a conversar con ellos, tienen que incluir los temas que realmente les preocupan en sus agendas informativas y tienen que abrirse al contenido generado por sus propios usuario" (Orihuela, 2012, p. 26).

2. OBJETIVOS

General:

Conocer el perfil del periodista digital en Ecuador, para ello se ha seleccionado seis diarios de información general que tienen circulación nacional y cuentan con una versión digital.

Específico:

- Conocer cómo la introducción de las nuevas tecnologías han cambiado las formas de hacer periodismo.
- Conocer sobre la formación y la dedicación de los periodistas digitales.

3. METODOLOGÍA

Para conocer el perfil del periodista digital se realizó una radiografía de los medios impresos con versión digital, para ello se toma como caso de estudio seis periódicos nacionales con la característica que uno de ellos tiene circulación regional, y cuya contrastación fue necesaria para entender su funcionamiento.

Adicionalmente está el diario público El Telégrafo. "En 2007, que en el año de inicio del Gobierno del economista Rafael Correa Delgado, se introduce en el país tanto el concepto de medios públicos como el proyecto gubernamental de crearlos" (Mier & Samaniego, 2012, p. 176). De esa manera este medio pasó a ser de propiedad estatal luego de la incautación por parte de la Agencia de Garantía de Depósitos (AGD)¹ a los "bienes de los hermanos Isaías Dassum" (Mier & Samaniego, 2012, p. 177).

3.1. Método cuantitativo

La investigación está realizada mediante los métodos cuantitativos y cualitativos, en ese sentido como herramienta para levantar la información se realizó una encuesta estructurada con preguntas que permitieron conocer a fondo el perfil de los periodistas en las salas de redacción digital en Ecuador.

La encuesta está realizada en Google Drive, servicio integrado que permite a los usuarios almacenar archivos, gestionar en línea en el procesador de texto, programas de presentación en Power Point, hojas de cálculos, formularios, entre otros.

La encuesta consta de 36 preguntas enviadas a cada uno de los periodistas digitales, mediante sus correos electrónicos, para lo cual previamente se levantó una base de datos con los integrantes de las salas de redacción digital de los medios que son el caso de estudio.

Las preguntas planteadas en la encuesta se estructuraron en cinco partes: *Perfil Socio laboral* donde se consulta sobre su formación de pregrado y postgrado; nombre de la institución y/o universidad donde cursó sus estudios de comunicación social; años de experiencia en periodismo, y, en el campo digital, los motivos por los que llegó a trabajar en un medio digital, actividades que realiza en el medio, entre otros.

La Segunda parte se refiere a *Características ocupacionales*, aquí se plantea si el mismo periodista se considera como un periodista digital, y los recursos con los que cuenta para desarrollar su labor, actividades que realiza dentro del medio digital etc.

Las preguntas planteadas en una tercera parte hacen referencia a la *Ocupación y autonomía* con: horas dedicadas al trabajo, nivel de ingresos entre otros.

La cuarta parte *Valoración de las metas organizativas*, con una serie de opciones para medir la frecuencia con el que es valorado el trabajo del periodista digital; preparación académica, y sí su labor dentro del medio está siendo reconocido justamente.

Finalmente se pudo conocer en una quinta parte *las capacidades deseables o recomendaciones* que tienen los periodistas digitales.

En todos los medios la encuesta estructurada pasó previamente por la revisión y aprobación de los editores digitales, quienes en primera instancia se convirtieron en la conexión directa para llegar a los periodistas. Debo aclarar que en algunos medios también pasó por la revisión y autorización de los más altos directivos.

Se tomó la muestra de seis diarios con cobertura nacional y uno regional, son los de mayor tiraje y cuentan con una versión digital, en la investigación de la tesis Doctoral realizada por Diana Rivera muestra en su análisis a 30 Medios ecuatorianos en Internet con edición diaria impresa 2011, aquí se destaca algunos de los nombres seleccionados para esta investigación.

También se analizó las características del Ranking Alexa que muestra los diarios con su versión digital más visitados.

3.2. Método cualitativo

En el marco de la metodología de investigación cualitativa, el instrumento utilizado fue la entrevista en profundidad realizada a periodistas, líderes de opinión en el manejo de las nuevas tecnologías y docentes universitarios, esto se realizó con el objetivo de lograr diversas opiniones desde diferentes puntos de vista.

Los personajes escogidos para las entrevistas fueron Fernando Astudillo, periodista con amplia trayectoria como editor de grandes medios, hoy Editor Digital de *El Universo*; Cristian Espinoza de Cobertura Digital, experto en temas de tecnología aplicadas al periodismo y dedicado a la formación para medios, empresas periodistas a nivel nacional e internacional.

Por otra parte José Rivera, coordinador del *Mapa de Medios Digitales en Ecuador 2012*², dedicado a la investigación y formación, responsable del área de Contenidos Digitales y Multimedia de CIESPAL, asimismo dos docentes de la Universidad San Francisco de Quito, Paúl Mena Erazo y Eric Samson, éste último Coordinador de Periodismo Multimedios en la mencionada Universidad, finalmente Consuelo Aguirre con amplia trayectoria en medios, y actualmente Docente de la Universidad de los Hemisferios en Quito, Ecuador.

4. EL PERIODISTA DIGITAL EN ECUADOR

Para conocer sobre los periodistas digitales en Ecuador, es necesario conocer los antecedentes de aquellos diarios que con su versión en papel deciden ser parte de este cambio, dando importantes pasos, pero ¿desde cuándo son parte de esta evolución? (Rivera, 2013), afirma que "El año 1994 marca un punto de quiebre en cuanto a información noticiosa, algunos medios de comunicación tradicionales, principalmente los periódicos, empezaron a publicar habitualmente contenidos en Internet. Esos primeros sitios eran versiones básicas, pero permitieron conocer lo que sucedió en nuestro país desde cualquier rincón del mundo".

De la misma forma destaca que el primer intento digital en "Ecuador fue el boletín informativo del diario Hoy que apareció en 1995", por otra parte también hace un recuento de los diarios como *El Comercio* que aparece en Internet en 1996 así lo destaca una publicación realizada por Christian Espinosa³, *El Universo* está en Internet desde 1997, El Diario

La Hora desde 1998, Los diarios Expreso y Extra con sus dominios Expreso.ec y extra.ec aparecen en 2007.

El crecimiento de los medios digitales en Ecuador está aumentando por el acceso a las nuevas tecnologías, bajos costos de conexión a la red de redes y por ciudadanos que necesitan estar informados y comunicados, no sólo en el territorio nacional sino también con otras esferas geográficas (Coronel, 2012, p. 63).

Desde finales de los 90, cuando Internet en Ecuador se dio a conocer, hemos sido testigos de los esfuerzos que han hecho algunos medios, sobre todo impresos, para ser parte de esta convergencia digital.

La evolución y el camino que transitan algunos medios migrantes (*Elcomercio.com, Eluniverso.com, Hoy.com.ec*, etc.) como nativos (*ecuadorinme-diato.com, ciudadaniainformada.com*, etc.), están envueltos en la vertiginosa y devoradora instantaneidad de la información y de los usuarios que exigen más de estos medios. Exigencia que se da a través de canales sociales como Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Pinterest, entre otros muchos (Coronel, 2012: 63).

También es importante que en este proceso se vayan precisando cada una de los conceptos que han surgiendo, y que nos permitirán hacer un análisis profundo sobre los medios antes en papel, y ahora en la web, para ello partimos de la convergencia digital la cita realizada por Javier Díaz-Noci en el artículo *Medios de comunicación en internet*: por Henry Jenkins, afirma es el espacio "donde los antiguos y los nuevos medios chocan, donde las bases y los medios corporativos se entrecruzan, donde el poder de los productores de medios y el poder de los consumidores de medios interactúan de manera impredecible" (Jenkins, 2006).

En *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*, refiere tres esferas principales donde se sitúan los procesos de convergencia tecnológica, empresarial y profesional (Salaverría, García, & Masip, 2010, p. 49).

A todo ello se suman los contenidos, punto importante a mi juicio, puesto que es la principal razón que puede distinguir un trabajo hecho tanto para las plataformas digitales como para las impresas.

La convergencia tecnológica tiene su importancia en la evolución de las "industrias tradicionales de comunicación y de telecomunicaciones" (Salaverría, García, & Masip, 2010, p. 49) fundamentadas en las

tecnología digital permitiendo que los contenidos puedan ser puestos en diferentes plataformas.

La convergencia empresarial, desde el punto de vista de la empresas de comunicación con nuevos modelos de negocio, y la convergencia profesional en la que se distinguen dos tipos en la producción y la distribución de contenidos.

Y es que "Hoy las empresas de prensa diaria se aventuran en un nuevo medio que permite concebir publicaciones audiovisuales y, potencialmente, interactiva" (Albornoz, 2007, p. 26). Cada vez sus formas de llegar son distintas puesto que van logrando interacciones que se generen como parte de la evolución de la tecnología, donde puede permitirse actividades como: descargar documentos, chat, foros o las actualizaciones permanentes de noticias, los servicios de foros, o los mapas interactivos para contar historias.

Tres puntos importantes

Integración: la tecnología se combina con formas creativas para generar nuevas formas híbridas de expresión.

Interactividad: el usuario manipula e influye directamente en su experiencia con los medios de comunicación, y a través de ellos establece comunicación con los demás.

Hipermedialidad: la creación de una traza propia de interconexiones entre los componentes según la voluntad del usuario (Igarza, 2008, p. 36).

Estos avances técnicos permiten un cambio sustancial en el periodismo, por un lado y como ya se ha dicho, se pueden incluir en un mismo relato periodístico diversos medios (el concepto ya citado de lo "audioescritovisual"), y por otro lado la miniaturización de los ordenadores y la telefonía móvil han hecho que se puedan transmitir un texto, una imagen o un sonido desde prácticamente cualquier parte del mundo, como acertadamente ha puesto de manifiesto una revista americana, "la tecnología alcanzada a los periodistas" (Garneau, 1994:20).

Díaz-Noci en el artículo *Medios de comunicación en Internet*, centra el concepto "En teoría las empresas mejor preparadas serían aquellas que ya tienen redacciones integradas y personal polivalente, empresas que funcionan como grupos y además funcionan con la lógica 7 x 24 (siete días a la semana durante 24 horas)".

5. BREVE INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS INVESTIGADOS

Diario *El Comercio*

Fundado en 1906, sus primeros ejemplares se imprimieron en un garaje en la capital de los ecuatorianos, allí laboraban cuatro tipógrafos, un armador de planos y el prensista de una pequeña máquina manual. Y así imprimieron sus 500 números.

El Comercio ha tenido un proceso generacional-familiar importante que inició con sus fundadores, los hermanos César Mantilla Jácome y Carlos Mantilla Jácome, sucedidos por Carlos y Jorge Mantilla Ortega. Desde 1979 es liderado por Guadalupe Mantilla de Acquaviva, y en el 2014 toma las riendas Fabricio Acquaviva Mantilla, nieto de Carlos Mantilla.

En *El Comercio* actualmente trabajan 615 empleados. sobre su evolución se destaca que ha estado presente en los cambios más importantes de la nueva era del periodismo digital, ya que en 1996 el Grupo lanza su diario digital: *Elcomercio.com*.

Es un diario independiente, tradicionalista, que forma parte de uno de los grupos más importantes de Latinoamérica, el *GDA* (Grupo de Diarios de América), junto con diarios como: *La Nación* (Argentina), *El Mercurio* (Chile), *Globo* (Brasil), *El Tiempo* (Colombia), *El Universal* (México), *El Comercio* (Perú), *El País* (Uruguay) y *El Nacional* (Venezuela).

Diario *La Hora*

La Hora, inicia su vida en 1982, fundado por Galo Martínez. Su central está ubicada en Quito, y sus 11 Regionales cubren todo el país con información local, nacional e internacional, enfocados en su misión: "Producir medios de comunicación regionalizados, comprometidos con la comunidad, constituyéndonos en la mejor fuente informativa".

Este diario tiene sus oficinas en Quito, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe⁴.

Diario *El Telégrafo*

Uno de los primeros diarios que todavía tiene vigencia, diario *El Telégrafo* es fundado en Guayaquil el 16 de febrero de 1884 por Juan Murillo Miró. Su nombre es en homenaje al servicio telegráfico que se instaló en Ecuador, en 1884.

En el 2007 el diario fue embargado por el Estado ecuatoriano. De esta forma se inició una etapa en su historia: se constituye en el primer diario público, con un enfoque y concepto ciudadano, innovador.

El Telégrafo, en su versión digital, cuenta con ocho periodistas digitales en Guayaquil, donde está la administración general. Y en Quito, con cuatro periodistas que se encargan de la cobertura en la capital.

Diario *El Universo*

Fundado por Ismael Pérez Pazmiño, este diario empezó su publicación el 16 de septiembre de 1921. Desde 1957 lleva el slogan de "El Mayor Diario Nacional".

Su versión digital cuenta con una sala de redacción digital y está apoyada por los reporteros de la redacción impresa con los que coordinan el trabajo. Los periodistas permanentemente están en las calles, y la información se transmite de forma instantánea a través de móviles.

El equipo de *El Universo* está conformado por los periodistas digitales, videoógrafo, fotoperiodistas, diseñadores, entre otros.

Expreso y Extra

Aunque se trata de dos diarios con características muy diferentes, en esta ocasión debemos colocarlos juntos, puesto que los periodistas digitales son los mismos para los dos medios.

Expreso y Extra vienen haciendo un trabajo no sólo en la web, sino también en tablets, el papel digital y su mayor esfuerzo está dedicado a los Smartphones.

Cuentan con cuatro periodistas digitales: tres de ellos llevan ya 8 años laborando en esta profesión. Sostienen que en la web trabajan con la agenda de la versión impresa, pero que para las tabletas están generando sus propios contenidos.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De la encuesta estructurada aplicada a los periodistas digitales de los diarios con su versión digital de: *El Universo*; *El Comercio*; *La Hora Nacional y Regional*, *El Telégrafo* y *El Expreso y Extra* se obtuvieron los siguientes resultados.

7. PERFIL SOCIO LABORAL

7.1. ¿Estudió usted comunicación social?

Cuadro 1. Estudios en Comunicación Social

Variable	frecuencia	porcentaje
Sí	49	96%
No	2	4%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

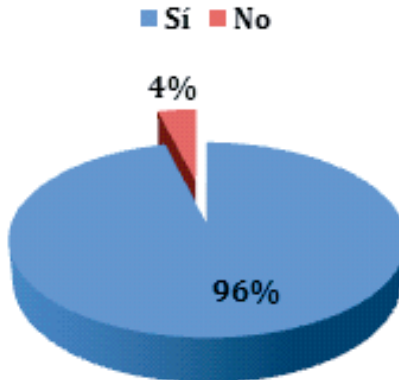


Gráfico 1. Estudió usted comunicación social

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

De los periodistas encuestados de los medios de comunicación en su versión digital, *El Universo*, *El Comercio*, *La Hora Nacional y Regional*, *El Telégrafo* y *Expreso y Extra*, el 96% afirman haber estudiado Comunicación Social y un 4% que No.

7.2. ¿Ha realizado estudios de postgrado en Periodismo Digital?

Cuadro 2. Postgrado

Variable	frecuencia	porcentaje
Si	8	16%
No	43	84%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014
Elaboración propia.

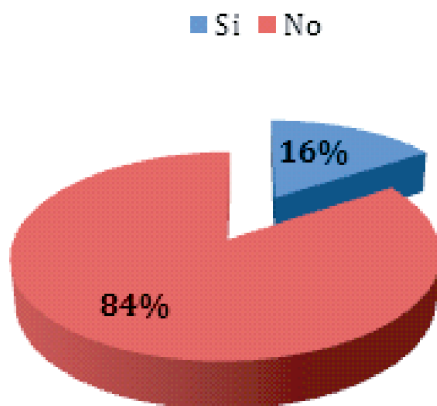


Gráfico 2. ¿Ha realizado estudios de postgrado en Periodismo Digital?

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

La formación de cuarto nivel todavía sigue siendo un tema pendiente en entre los periodistas digitales encuestados, así lo refleja los resultados que muestra un 84% que no ha realizado un postgrado y el 16% que está realizando sus estudios de nivel de postgrado.

7.3. ¿Cuáles son las actividades que usted realiza específicamente?

Cuadro 3. Actividades que realiza

Variable	frecuencia	porcentaje
Redacción, gestión redes sociales y dispositivos móviles y otros.	27	61%
Redacción	15	34%
Dispositivos móviles	2	5%
Total	44	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

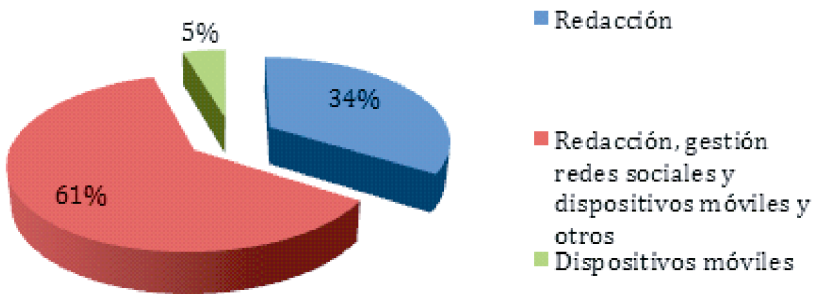


Gráfico 3. ¿Cuáles son las actividades que usted realiza específicamente?

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

Las actividades que realizan los periodistas digitales encuestados está dividida en un 61% que afirma que sus actividades son de redacción, gestión de redes sociales y dispositivos móviles entre otros, el 34% afirma estar dedicado a Redacción y finalmente el 5% a dispositivos móviles.

7. 4. ¿Se considera usted un periodista digital?

Cuadro 4. Perfil de Periodista Digital

Variable	frecuencia	porcentaje
Sí	42	82%
No	9	18%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

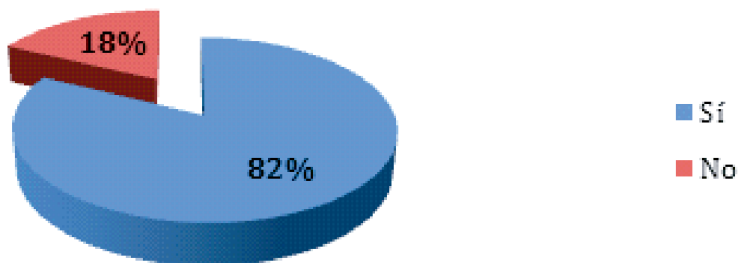


Gráfico 4. ¿Se considera usted un periodista digital?

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

El 82% afirma que Sí se considera un periodista digital, mientras que un 18% que No.

8. OCUPACIÓN Y AUTONOMÍA

8.1. ¿Cuántas horas trabaja al día como periodista?

Cuadro 5. Horas de trabajo al día

Variable	frecuencia	porcentaje
menos de 8 horas	1	2%
8 horas	27	53%
entre 8 y 10 horas	18	35%
más de 10 horas	5	10%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

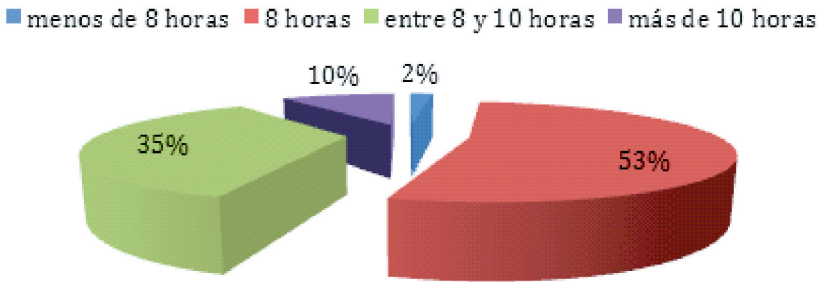


Gráfico 5. ¿Cuántas horas trabaja al día como periodista?

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

El 53% de los periodistas encuestados indican que su horario de trabajo es de 8 horas, un 35% entre 8 y 10 horas y el 10% labora más de 10 horas.

8.2. Sexo

Cuadro 6. Sexo

Variable	frecuencia	porcentaje
Femenino	24	47%
Masculino	27	53%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

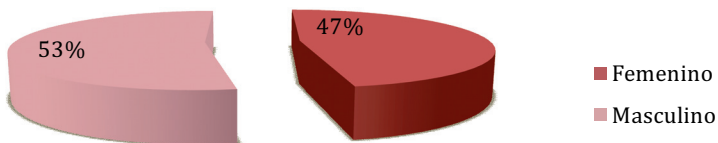


Gráfico 6. Sexo

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

Existe una equidad de género en el ejercicio del periodismo digital un 53% de los profesionales son de género masculino y el 47% es femenino.

8.3. Edad

Cuadro 7. Edad

Variable	frecuencia	porcentaje
entre 20 y 30	31	61%
entre 30 y 35	14	27%
entre 36 y 45	5	10%
más de 45	1	2%
Total	51	100%

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

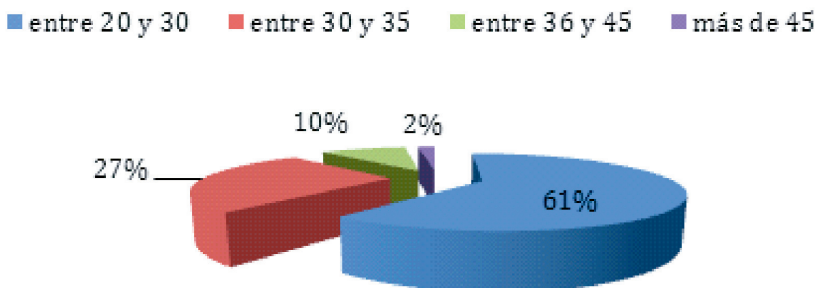


Gráfico 7. Edad

Fuente: Encuesta estructurada periodistas digitales en Ecuador, abril 2014.
Elaboración propia.

Análisis

La edad promedio de los periodistas digitales encuestados que están laborando en los diarios con en su versión digital está en el rango entre 20 y 30 años con un 61%; seguido por el 27% entre 30 y 35 años, el 10% afirma estar entre 36 y 45 años y finalmente un 2% en más de 45 años.

9. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD:

Una mirada a lo que dicen los expertos

Estas entrevistas muestran una visión crítica de quienes son líderes en el tema de periodismo digital en Ecuador, su análisis va en el contexto de su opinión y dominio sobre el periodismo digital. Los entrevistados fueron: Fernando Astudillo, Editor digital del Diario *El Universo*; José Rivera Costales Jefe de contenidos digitales y multimedia del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina -CIESPAL (2012), Paúl Mena Erazo, corresponsal de prensa internacional y profesor de Periodismo Multimedia de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ); Eric Samson Coordinador de Periodismo Multimedia de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ).

Su análisis va en función al momento histórico del oficio, un periodismo que se desarrolla en diversas plataformas y dispositivos, que requiere unas herramientas, una capacidad, especialidad en algunos casos, habilidad, conocimientos, y una solvencia editorial con principios éticos que son los mismos de siempre, lo que está cambiando son las formas pero no la esencia.

La participación inmediata de la gente es inminente, hoy en día tenemos cartas al director instantáneas que pueden llegar en 20 segundos después de publicarse la noticia, a través de un replay o un Tweet y además estar en diferentes redes o muros, entonces es muy importante para el periodista actual, entender que hay un ecosistema comunicacional con múltiples actividades.

El periodista debe tener esa capacidad de entender que el escenario comunicacional cambió con mucha más rapidez, también es evidente que un periodista que entiende esta visión macro debe estar en redes sociales, manejar una polifuncionalidad a veces, se debe entender que se puede adentrar en conceptos antes no explorados, como la visualización de contenidos en tiempo real, análisis de la métrica de su sitio web, conocimiento de html, edición de video, entre otros.

La movilidad es básica en este momento, un periodista debe saber que la comunicación móvil es cada vez más importante, y que está sobrepasando la comunicación de escritorio, entonces debemos entender que la multiplicidad de manejo comunicacional hace que estemos produciendo contenido para diversas plataformas, por tanto eso requiere una gran agudeza en el periodista.

Internet ha abierto muchas puertas a los periodistas, sobre todo el acceso a la información para investigar, observar, buscar todo lo que está sucediendo y moviéndose a través de las redes, es un cambio significativo, y claro sin Internet no podríamos haber dado ese gran paso.

El Ecuador como tal no está exento de esta exigencia, los periodistas hacen un manejo por ejemplo de las redes sociales, del uso de teléfonos inteligentes para cubrir la información, conocen que es enviar información al instantáneo o publicar en las redes sociales, y en ese ámbito los periodistas ecuatorianos han ido adaptando estas tecnologías, pero por otro lado y en comparación con el desarrollo del periodismo digital en otros países, falta mucho por hacer, como manejar diversos formatos, el uso del audio y video para la web, la visualización de mapas interactivos, el tan importante periodismo de datos, aplicaciones y herramientas para el periodismo etc.

Es importante destacar la responsabilidad de quienes estamos en la academia, se debe capacitar en los dos ámbitos, en hacer un buen trabajo periodístico a través de la ética, búsqueda de información, conversar con los actores, pero por otro lado también darles esas herramientas para desenvolverse hoy en la era digital, eso es fundamental. Los profesionales digitales deben tener conocimiento de producción, de información en diversos formatos, redes sociales, herramientas web para la investigación periodística, explorar las potencialidades del periodismo móvil, manejo de bases de datos, ciertas técnicas de visualización y reportes colaborativos, bases de programación, entre otros.

10. CONCLUSIONES

La formación en Comunicación Social con un título académico en alguna de las universidades de Ecuador es una realidad hoy en los medios digitales, así lo refleja la presente investigación que muestra que el 96% del total de encuestados tiene una formación de pregrado en esta profesión, sin embargo no hay una formación en periodismo digital, solo ocho periodistas de los encuestados, cursan o han cursado una programa de cuarto nivel.

Ya en el tema laboral, la polivalencia, las multitareas son "normales" en las salas de redacción digital, los periodistas afirman que redactan, maneja las redes sociales, gestionan información y no ha habido una disgregación con la redacción impresa, su trabajo implica en algunos casos, redactar para esta versión.

También es evidente que aún se encuentran en el proceso de funcionar como una sala de redacción digital, por ello las actividades que realizan se resumen en la selección de datos pertinentes para elaborar noticias, reportes, listados de dirección, también son asistentes de información (leen, clasifican y procesan las respuestas interactivas de los usuarios), es el periodista de web o ciber periodista el que redacta las noticias, cumple como editor de contenido multimedia, community manager o responsable de redes sociales y diseñador web o infografista digitales.

Los periodistas digitales destacan como los recursos más útiles para el desarrollo de su labor periodística: los enlaces hipertextuales, las redes sociales, las noticias con comentarios y los documentos pdf.

La experiencia en medios digitales que tienen los periodistas de los seis diarios, caso de estudio de la presente investigación, va de menos de 1 año hasta 1 a 3 años, en esta misma línea hay que destacar que en su mayoría son jóvenes quienes están en las salas de redacción digital, sus edades no van más allá de 20 y 30 años; así lo confirman las encuestas con el 61%, seguido por el 27% con edades ente 30 y 35 años.

El 82% se considera un periodista digital y lo acredita la labor que cumple en los medios y el rol que ejerce. Sin embargo, hay también quienes no se consideran periodistas digitales y aunque se trate de un porcentaje bajo llama la atención.

Los periodistas digitales trabajan jornadas de 8 horas; sin embargo también hay un porcentaje alto en la jornada de entre 8 y 10 horas.

Por otra parte y sobre la participación de hombres y mujeres en las salas de redacción digital existe una mínima diferencia: el género femenino alcanza el 47%, frente al 53% que es masculino.

Las entrevistas en profundidad realizadas a los periodistas, líderes de opinión en nuevas tecnologías y docentes universitarios coinciden que la ética sigue siendo la principal razón de los periodistas, que las bases no han cambiado, son los instrumentos los que han evolucionado.

Está claro también que sus competencias debe ir en función a especializarse en plataformas online, debe tener habilidades aparte de las que ya conocemos, y dominamos como: manejo de las lenguaje y la palabra, capacidad de reportaría, de visualización fundamentales para desarrollar un trabajo periodístico, búsqueda de la verdad, solvencia, del idioma, se necesita una ética en este oficio.

Las exigencias en los medios de comunicación ahora son diferentes a las que teníamos, ya no solo es necesario saber redactar, diagramar una página o escribir una noticia para radio o televisión, el manejo ahora es de hipertextualidad, multimedialidad, interactividad, sobre todo impulsados por la participación de los usuarios.

Finalmente la formación debe ser prioritaria para construir, para ver en Ecuador medios digitales en su sentido más amplio, por ello la responsabilidad de quienes estamos en la academia es vital para darles a los futuros profesionales las herramientas para desenvolverse hoy en la era digital, eso es fundamental.

Notas

1. La AGD fue una entidad autónoma dirigida por el Ministro de Economía y Finanzas del Ecuador. su objetivo vigilar la situación financiera del país e intervenir en la administración de las instituciones financieras cuando su situación sea riesgosa y asegurar el bienestar del dinero de los depositantes, la AGD cerró oficialmente su trabajo el 31 de Diciembre de 2009.
2. Mapa de Medios digitales [www.ciespal.net/ciespal/images/files/hoja%20de%20vida%20Jose%20Rivera%20Costales\(1\).pdf](http://www.ciespal.net/ciespal/images/files/hoja%20de%20vida%20Jose%20Rivera%20Costales(1).pdf)
Recuperada 10 de abril de 2014
3. Información recuperada en: www.coberturadigital.com/2005/09/12/3er-rediseño-de-el-comercio.com/, 20 de abril de 2014.
4. Información recuperada en: www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101378459#.U3pEOfh5PCp, 15 de abril de 2014.

Referencias Bibliográficas

- ALBORNOZ, Luis. 2007. **Periodismo Digital los Grandes diarios en la Red.** La Crujía Ediciones. Buenos Aires. (Argentina).
- CORONEL, Gabriela. 2012. **Anuario de las empresas de Comunicación de Ecuador.** EdiLoja. Loja (Ecuador).
- IGARZA, Roberto. 2008. **Nuevos Medios, Estrategias de convergencia.** La Crujía Ediciones. Buenos Aires (Argentina).
- DIAZ NOCI, Javier y MESO AYERDI, Koldobika. 1999. **Periodismo en Internet.** Editorial de la Universidad del País Vasco. País Vasco (España).

- DIAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA, Ramón. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Ariel, S.A. Barcelona (España).
- MIER, Catalina; SAMANIEGO, Santiago. 2012. Modelo metodológico para el levantamiento de censos de empresas de comunicación. **Investigar la comunicación en Loja-Ecuador: el valor de la formación, producción y consumo**. Ediloja. Loja (Ecuador).
- ORIHUELA, José Luis. 2012. **80 claves sobre el futuro del periodismo**. Anaya Multimedia. Madrid (España).
- SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA, José Alberto y MASIP Pere. 2010. **Convergencia digital, Reconfiguración de los Medios de Comunicación de España**. UNIDIXITAL Campus Vida de la Universidad Santiago de Compostela. Santiago de Compostela (España).
- RIVERA, José. 2013. **Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen**. Revista Chasqui. Quito (Ecuador).
- SCOLARI, Carlos; MICÓ, Josep Lluís; NAVARRO, Hugo y PARDO, Hugo. 2008. El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. Zer. País Vasco (España).

Entrevistas

- Entre entrevista a Carlos Alberto Lora Jaramillo, Director de tecnología y Director de la Unidad Digital de *Expreso y Extra*, fecha 09 de abril de 2014.
- Entre entrevista a Gissel Hidalgo Editora encargada de la Web de Diario *El Telégrafo*, fecha 09 de abril de 2014.
- Entre entrevista a José Rivera Costales jefe de contenidos digitales y multimedia de CIESPAL, fecha 10 de abril de 2014.
- Entrevista a Christian Espinosa, Director de Cobertura Digital, fecha 11 de abril de 2014.
- Entrevista a Fernando Astudillo Editor digital del Diario *El Universo*, fecha 18 de abril de 2014.
- Entrevista a Consuelo Aguirre Docente de la Universidad de los Hemisferios, fecha 22 de abril de 2014.
- Entrevista a Paúl Mena Erazo profesor Universidad San Francisco de Quito (USFQ), fecha 24 de abril de 2014.
- Entrevista a Eric Samson Coordinador de Periodismo Multimedia de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), fecha 25 de abril 2014.