



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADA EN PERIODISMO**

**TEMA**

**PLATAFORMAS DIGITALES EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES**

**PERIODÍSTICAS**

**TUTOR**

**MG. LCDA. EVELIN CADENA CHILA**

**AUTORA**

**DE LA TORRE CARLOS JOSELYNE ELIZABETH**

**GUAYAQUIL**

**2020**

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS

#### TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Análisis de la influencia de las plataformas digitales como medio para el desarrollo de habilidades periodísticas de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Ciencias Sociales de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.

#### AUTOR/ES:

De La Torre Carlos Joselyne  
Elizabeth.

#### REVISORES O TUTORES:

Mgs.Evelin Cadena Chila

#### INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente  
Rocafuerte de Guayaquil

#### Grado obtenido:

Licenciada en Periodismo

#### FACULTAD:

Ciencias Sociales y Derecho

#### CARRERA:

PERIODISMO

#### FECHA DE PUBLICACIÓN:

2020

#### N. DE PAGS:

109

ÁREAS TEMÁTICAS: Periodismo e Información

PALABRAS CLAVE: periodismo, medios sociales, internet, educación, información y comunicación, digitalización.

**RESUMEN:** El presente trabajo de investigación mostrará cómo el manejo óptimo de las plataformas digitales desarrolla las habilidades periodísticas que los medios buscan en los futuros profesionales.

Este proyecto contiene tres capítulos en los que se ha empleado técnicas investigación descriptiva y método del enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo.

La unidad de análisis de este estudio son los estudiantes de comunicación del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Se realizaron las encuestas a 88 estudiantes además de entrevistas a tres profesionales del área de comunicación.

Los resultados de las encuestas evidencian que el 100% de los encuestados considera importante que se impartan materias digitales en su carrera y los entrevistados coinciden en que el uso y conocimiento óptimo de las plataformas y herramientas digitales potencian las habilidades periodísticas de los estudiantes así como sus posibilidades dentro del campo laboral.

**Palabras claves:** periodismo, medios sociales, internet, educación, información y comunicación, digitalización.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>

<p>CONTACTO CON</p> <p>AUTOR/ES:</p> <p>De La Torre Carlos Joselyne Elizabeth</p>	<p>Teléfono:</p> <p>0983838653</p>	<p>E-mail:</p> <p><a href="mailto:jdelatorrec@ulvr.edu.ec">jdelatorrec@ulvr.edu.ec</a></p> <p><a href="mailto:joselyne_eliza@hotmail.com">joselyne_eliza@hotmail.com</a></p>
<p>CONTACTO EN LA</p> <p>INSTITUCIÓN:</p>	<p>MsC. Patricia Jurado Ávila</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 249</p> <p>E-mail: <a href="mailto:pjuradoa@ulvr.edu.ec">pjuradoa@ulvr.edu.ec</a></p> <p>Mg. Federico Varas Chiquito</p> <p>Teléfono: 2596500 Ext. 251</p> <p>E-mail: <a href="mailto:fvarasc@ulvr.edu.ec">fvarasc@ulvr.edu.ec</a></p>	

## CERTIFICADO DE SIMILITUDES



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TESIS JOSELYN DE LA TORRE urknd.docx (D65338901)  
**Submitted:** 3/12/2020 10:13:00 PM  
**Submitted By:** jdelatorrec@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 4 %

#### Sources included in the report:

TESIS JANETH CARDENAS URKUND.docx (D64611062)  
Angela Triviño Muñoz Tesis 2019.docx (D47168184)  
JULLY MALIZA OLAYA. MSC. G RENELLA.pdf (D40926553)  
TESIS TERMINADA para urkund.docx (D64794816)  
1549372781683\_TESIS GEORDY AVANCES (1).docx (D47617808)  
TESIS JAVIER MOLINA OBANDO urkund.pdf (D30552171)  
TESIS VEGA Y MONSERRATE.docx (D64800262)  
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22471/1/tesis.pdf>  
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16091/1/FJCS-CS-384.pdf>  
<https://docplayer.es/69887677-Universidad-de-guayaquil-facultad-de-comunicacion-social-carrera-comunicacion-social.html>  
[https://www.uma.edu.ve/postgrados/periodismo/revista/teg\\_magaly\\_pedroza.pdf](https://www.uma.edu.ve/postgrados/periodismo/revista/teg_magaly_pedroza.pdf)

#### Instances where selected sources appear:

16

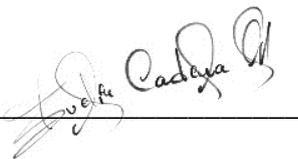
## CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación “Análisis de la influencia de las plataformas digitales como medio para el desarrollo de habilidades periodísticas de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Ciencias Sociales de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019” designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “Análisis de la influencia de las plataformas digitales como medio para el desarrollo de habilidades periodísticas de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Ciencias Sociales de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019” presentado por la estudiante DE LA TORRE CARLOS JOSELYNE ELIZABETH como requisito previo, para optar al Título de Licenciada en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.

Firma: \_\_\_\_\_



Lcda. Evelin Lissette Cadena Chila, Mg

C.C.

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La estudiante egresada DE LA TORRE CARLOS JOSELYNE ELIZABETH , declara bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, Análisis de la influencia de las plataformas digitales como medio para el desarrollo de habilidades periodísticas de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Ciencias Sociales de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019, corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL, según lo establece la normativa vigente.

Autora

Firma: 

De La Torre Carlos Joselyne Elizabeth

C.I. 0952471340

## **AGRADECIMIENTO**

Al culminar esta etapa de mi vida, agradezco a todos los docentes que han impartido sus conocimientos a lo largo de la carrera. De manera especial, a la docente Evelin Cadena, por ser guía no solo en la parte educativa, mas por compartir sus experiencias personales para el crecimiento de los estudiantes.

Agradezco a mis padres, y en especial a mi madre Yenny Carlos, por permitirme estudiar la carrera de mis sueños, el camino hasta aquí no ha sido fácil pero con esfuerzo hemos llegado juntas.

A todas mis tías, tíos, y familiares por ser apoyo siempre y estar pendientes de mi futuro.

Mi agradecimiento infinito a mis compañeros y amigos con quienes compartimos grandes experiencias dentro y fuera de las aulas.

A mis hermanos por soportarme en momentos de estrés, y a Lincoln que siempre está conmigo.

Finalmente un agradecimiento especial a mis amigas, sin ustedes no estaría aquí.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación va dedicado a todos los estudiantes y profesionales de la comunicación y el periodismo que buscan una excelencia académica acorde con las exigencias del mundo actual.

De manera especial una dedicatoria a mi abuelo, Justo Carlos, quien siempre ha creído en mis aptitudes y ha sido apoyo constante.

## ÍNDICE

REPOSIToRIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.....	II
Certificado de similitudes.....	V
Certificado de aceptación del tutor.....	VI
Declaración de autoría y cesión de derechos patrimoniales.....	VII
Agradecimiento .....	VIII
Dedicatoria .....	IX
índice de tablas .....	XIV
Índice de figuras .....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT .....	XVII
Introducción.....	1
CAPITULO I.....	2
1 Formulación del problema .....	2
1.1 Tema de titulación.....	2
1.2 Título.....	2
1.3 Planteamiento del Problema .....	2
1.4 Formulación del problema .....	3
1.5 Sistematización del problema .....	3
1.6 Objetivos de la investigación .....	4
1.6.1. Objetivo General.....	4
1.6.2. Objetivos Específicos .....	4

1.7	Justificación de la investigación .....	4
1.8	Delimitación o alcance de la investigación.....	4
1.9	Idea a defender .....	5
1.10	Líneas de investigación institucional .....	5
	CAPÍTULO II.....	6
2	MARCO TEÓRICO .....	6
2.1	Habilidades Periodísticas .....	6
2.1.1.	Tabla de características del periodista .....	9
2.1.2.	El nuevo perfil del periodista.- .....	10
2.1.3.	Plataformas digitales.....	14
2.1.4.	Twitter como plataforma de información periodística.- .....	16
2.1.5.	Herramientas periodísticas.- .....	18
2.1.6.	El periodista en las redes sociales.- .....	21
2.1.7.	Las facultades y las plataformas educativas digitales.- .....	21
2.1.8.	Mallas curriculares de las carreras de periodismo y comunicación social. ....	24
2.1.9.	FACSO: Facultad de Comunicación Social, Carrera Comunicación. ....	26
2.1.10.	UCSG: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.-Facultad de Filosofía, Carrera de Comunicación. ....	28
2.1.11.	UIDE: Universidad Internacional del Ecuador, Carrera Comunicación.....	29
2.1.12.	ULVR: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Carrera Periodismo.....	30
2.2	MARCO LEGAL.- .....	33

2.2.1.	Constitución de la República Del Ecuador.....	33
2.2.2.	Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la información pública.- .....	34
2.2.3.	Ley Orgánica de Comunicación.- .....	36
2.2.4.	Reglamento General de la LOC.- .....	38
2.3	Marco Conceptual.....	38
2.3.1.	Aplicaciones.- .....	38
2.3.2.	Contenido.- .....	38
2.3.3.	Digitalización.- .....	39
2.3.4.	Formato digital.- .....	39
2.3.5.	Géneros periodísticos.- .....	39
2.3.6.	Habilidad.- .....	39
2.3.7.	Herramientas digitales.- .....	39
2.3.8.	Medios de difusión.- .....	39
2.3.9.	Multimedia.- .....	40
2.3.10.	Narración Transmedia.- .....	40
2.3.11.	Perfil profesional.- .....	40
2.3.12.	Plataformas digitales.- .....	40
	<b>CAPÍTULO III</b> .....	41
3	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	41
3.1	Generalidades.- .....	41
3.2	Tipo de investigación.- .....	41
3.3	Enfoque de la investigación.- .....	42

3.4	Técnicas de investigación.- .....	43
3.5	Población y muestra .....	45
3.5.1.	Población.- .....	45
3.5.2.	Muestra.- .....	46
3.6	Análisis de resultados .....	46
3.7	Presentación y tabulación de encuestas .....	46
3.7.1.	Análisis e interpretación general de los resultados.- .....	64
3.8	Análisis cualitativo de las entrevistas .....	65
3.8.1.	Entrevista al Licenciado en comunicación social Danny Wilka, Director de la radio Online Wilar RTV. ....	65
3.8.2.	Entrevista Jorge Luis Pérez, Director de contenido de programa “En Contacto”, del canal Ecuavisa, guionista y docente de universidad. ....	66
3.8.3.	Entrevista al Magister Julio Ormanza; Director de Carrera de la Facultad de Comunicación social FACSO. ....	67
	Conclusiones.....	69
	Recomendaciones .....	71
	BIBLIOGRAFÍA .....	72
	ANEXOS.....	78

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Características del periodista según varios autores. ....	9
<b>Tabla 2:</b> <i>Materias digitales de las mallas curriculares por universidad.-</i> .....	25
<b>Tabla 3:</b> <i>Técnicas de Investigación</i> .....	44
<b>Tabla 4:</b> <i>Técnicas de recolección de datos cualitativos</i> .....	45
<b>Tabla 5</b> <i>Importancia de materias digitales</i> .....	47
<b>Tabla 6</b> <i>Uso de herramientas digitales</i> .....	48
<b>Tabla 7</b> <i>Manejo de plataformas digitales</i> .....	49
<b>Tabla 8</b> <i>Uso de redes y plataformas</i> .....	50
<b>Tabla 9</b> <i>Redacción de medios impresos y digitales</i> .....	51
<b>Tabla 10</b> <i>Manejo de herramientas digitales Adobe</i> .....	53
<b>Tabla 11</b> <i>Manejo de herramientas para edición web</i> .....	53
<b>Tabla 12</b> <i>Manejo de redes sociales</i> .....	54
<b>Tabla 13</b> <i>Tareas a realizar en un medio</i> .....	56
<b>Tabla 14</b> <i>Manejo de herramientas y oportunidades de trabajo</i> .....	58
<b>Tabla 15</b> <i>Características que buscan los medios en periodistas</i> .....	60
<b>Tabla 16</b> <i>Formación del periodista</i> .....	62
<b>Tabla 17</b> <i>Malla curricular</i> .....	63

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Gráfico de barras, pregunta #1 .....	47
<b>Figura 2:</b> Gráfico de barras, pregunta#2 .....	48
<b>Figura 3:</b> Gráfico de barras, pregunta#3 .....	49
<b>Figura 4:</b> Gráfico de barras, pregunta#4 .....	50
<b>Figura 5:</b> Gráfico de barras, pregunta#5 .....	52
<b>Figura 6:</b> Gráfico de barras, pregunta#6.....	55
<b>Figura 7:</b> Gráfico de barras, pregunta#7 .....	57
<b>Figura 8:</b> Gráfico de barras, pregunta#8 .....	59
<b>Figura 9:</b> Gráfico de barras, pregunta#9 .....	61
<b>Figura 10:</b> Gráfico de barras, pregunta#10.....	62
<b>Figura 11:</b> Gráfico de barras, pregunta#11.....	63

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación mostrará cómo el manejo óptimo de las plataformas digitales desarrolla las habilidades periodísticas que los medios buscan en los futuros profesionales.

Este proyecto contiene tres capítulos en los que se ha empleado técnicas investigación descriptiva y método del enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo.

La unidad de análisis de este estudio son los estudiantes de comunicación del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Se realizaron las encuestas a 88 estudiantes además de entrevistas a tres profesionales del área de comunicación.

Los resultados de las encuestas evidencian que el 100% de los encuestados considera importante que se impartan materias digitales en su carrera y los entrevistados coinciden en que el uso y conocimiento óptimo de las plataformas y herramientas digitales potencian las habilidades periodísticas de los estudiantes así como sus posibilidades dentro del campo laboral.

**Palabras claves:** periodismo, medios sociales, internet, educación, información y comunicación, digitalización.

## **ABSTRACT**

This research work will show how the optimal management of digital platforms develops the journalistic skills that the media look for in future professionals.

This project contains 3 chapters in which descriptive research techniques and the mixed approach method have been used, that is, quantitative and qualitative.

The analysis unit of this study is the communication students of the eighth semester of the Faculty of Social Communication of the University of Guayaquil. Surveys were conducted on 88 students in addition to interviews with 3 professionals in the communication area.

The results of the surveys show that 100% of the respondents consider it important that digital subjects are taught in their careers and the interviewees agree that the optimal use and knowledge of digital platforms and tools enhance students' journalistic skills as well as their possibilities within the labor field.

**Keywords:** journalism, social media, internet, education, information and communication, digitization.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema de plataformas digitales en el desarrollo de habilidades periodísticas, que se definen como todas aquellas destrezas que posee el profesional de la comunicación y la principal característica de las plataformas digitales como la posibilidad de ejecutar distintas actividades a través de internet.

El objetivo de este proyecto es analizar si el manejo óptimo de las plataformas digitales potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes del octavo semestre de la carrera de comunicación social de la universidad de Guayaquil, con el fin de determinar si es necesario o no, integrar materias digitales a su malla curricular.

En el primer capítulo se plantean las preguntas sobre la problemática del estudio, que dan paso a la sistematización y formulación del problema para determinar los objetivos específicos y así conocer cuáles son las habilidades periodísticas a desarrollar y cuáles son las plataformas digitales que deben conocer los estudiantes.

A partir de la formulación, delimitación y planteamiento de la idea a defender dentro de nuestro proyecto, sustentamos con base teórica en el capítulo II, lo que va a permitir conocer los antecedentes de nuestro trabajo, la bibliografía y los datos referenciales, esto con la finalidad de sustentar la problemática que puede suscitarse al no potenciar las habilidades periodísticas generadas a partir de las plataformas digitales.

Finalmente, en el tercer capítulo se presentan los resultados cualitativos y cuantitativos de las encuestas realizadas al grupo de estudio, las entrevistas a profesionales dentro del campo de la comunicación, demostrando que es necesario e importante integrar materias digitales en las mallas curriculares de la carrera.

## CAPITULO I

### 1 Formulación del problema

#### 1.1 Tema de titulación

Plataformas digitales en el desarrollo de habilidades periodísticas.

#### 1.2 Título

Análisis de la influencia de las plataformas digitales como medio para el desarrollo de habilidades periodísticas de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.

#### 1.3 Planteamiento del Problema

La evolución de la tecnología ha cambiado las formas de comunicarse en todo el mundo, con el paso acelerado del internet la comunicación digital toma protagonismo en los jóvenes que se adaptan a las redes y las nuevas plataformas.

El desarrollo tecnológico ha acaparado el ámbito profesional donde el internet se fusiona con la educación para desarrollar nuevas formas de aprendizaje que se adapten al mundo digitalizado en el que nos encontramos.

En la carrera de comunicación ha surgido en la última década las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación conocidas como TIC; que de acuerdo como lo establece la Ley Orgánica de comunicación cada ciudadano ecuatoriano tiene derecho su acceso.

ART.35.-Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- “Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo”. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

De esta manera, bajo el concepto legal de este artículo, se busca con base en la pedagogía potenciar las oportunidades de desarrollo periodístico en los estudiantes de la carrera de comunicación a través del uso de herramientas en línea.

Tomando en consideración que a causa de la evolución del campo laboral los perfiles de los estudiantes deben adaptarse a los cambios tecnológicos, “para tener éxito

en este complicado mundo de la comunicación, las aptitudes y cualidades propias que debe reunir este profesional (...) es la adaptación rápida a los cambios del sector de la comunicación” (María Sánchez Hernández, 2016).

En este sentido, los medios de comunicación que se han adaptado a los cambios tecnológicos y otros que han nacido en la red, demandan profesionales que hayan desarrollado ciertas habilidades periodísticas y que aún no se forman en las facultades de comunicación.

El profesional del periodismo debe poseer habilidades en los medios tecnológicos con la misma importancia que sus habilidades de criterio, ética y narración creativa, según Joe Grimm, los estudiantes deben saber trabajar con herramientas para la web, utilizar programas de diseño y edición de páginas web, como Dreamweaver y estar familiarizado con todas las plataformas y navegadores. (Hung, 2010)

Es así que en el entorno del aprendizaje periodístico moderno deben emplearse recursos de formación digitales, para desarrollar aquellas habilidades que requieren los medios frente a la revolución tecnológica.

#### **1.4 Formulación del problema**

¿Cómo el manejo de plataformas digitales potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019?

#### **1.5 Sistematización del problema**

¿Cuáles son las habilidades que deben desarrollar los estudiantes de de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019?

¿Cuáles son las plataformas digitales que permiten el desarrollo periodístico a los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019?

¿Cómo el uso de estas herramientas potencia las oportunidades en el campo laboral a los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019?

## **1.6 Objetivos de la investigación**

### **1.6.1. Objetivo General**

Analizar cómo el manejo óptimo de las plataformas digitales potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

- Definir cuáles son las habilidades que deben desarrollar los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.
- Determinar cuáles son las plataformas digitales que permiten el desarrollo periodístico a los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.
- Explicar cómo el uso de estas herramientas potencia las oportunidades en el campo laboral a los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.

## **1.7 Justificación de la investigación**

La presente investigación surge desde la premisa que los medios de comunicación necesitan profesionales que puedan desenvolverse en el campo digital de manera eficaz, que cuenten con experiencia en el uso y diseño de páginas webs, programas de edición y que se adapten a las nuevas tecnologías que van surgiendo en la actualidad.

En este sentido es importante analizar la influencia que tiene el manejo de estas herramientas como recurso para la formación académica de los futuros profesionales.

Gracias a este estudio se determinará cuáles son las destrezas que se pueden potenciar en los estudiantes y que enriquecerán su aprendizaje a lo largo de la carrera, dando como resultado profesionales preparados para las exigencias de los nuevos perfiles laborales.

## **1.8 Delimitación o alcance de la investigación**

Área: Comunicación Digital

Campo: Periodismo digital

Lugar de Investigación: Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSΟ - Norte

Parroquia: Tarqui Dirección: Cdla Quisquis Calle Eugenio Espejo E/Hector Toscano y A. Romero Castillo.

Temporalidad: Junio - Diciembre (2019)

Población: Estudiantes de periodismo.

### **1.9 Idea a defender**

El manejo óptimo de las plataformas digitales potencia el desarrollo de las habilidades periodísticas de los estudiantes.

### **1.10 Líneas de investigación institucional**

#### **Línea institucional:**

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación

#### **Línea de facultad:**

Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso

#### **Dominio:**

Cohesión social y fortalecimiento de la institucionalidad democrática

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Habilidades Periodísticas

Actualmente la mayoría de los medios de comunicación sostienen al mismo tiempo que sus medios tradicionales, páginas webs en plataformas digitales esto a causa del surgimiento de nuevas tecnologías y la digitalización; donde el contenido es reproducido en multimedia como menciona (Paula Marques-Hayasaki, 2016) agregando que los medios “se ven obligados a adecuarse en los procesos de producción de noticias a fin de sobrevivir”.

Hace más de 10 años, en 2008 (Carlos Alberto Scolari, 2008) y otros autores, estudiaban los cambios que se estaban presentando en las redacciones en Cataluña-España en donde las radios y las agencias de televisión, empezaba a surgir un nuevo tipo de periodista al que denominaron polivalente, también encontrado en la literatura bajo las denominaciones de “reportero/periodista/redactor multimedia o multitarea”. (Paula Marques-Hayasaki, 2016)

Esto a partir de la digitalización de los medios que obligaba de cierta forma a que los periodistas sean capaces de realizar diferentes tareas a la vez y desarrollarse en la mayoría de campos periodísticos posibles. Redefiniéndolos dentro del nuevo periodismo digital como la transformación de estos profesionales a “periodistas multimedia, con rutinas nuevas en diferentes soportes, multitarea y con uso de multilinguaje”, como menciona (P Sánchez-García, 2015).

Una definición para el nuevo comunicador según menciona el autor Perona, de acuerdo al texto de (P Sánchez-García, 2015), se refiere a los nuevos profesionales como “personas con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre los diferentes actores sociales, y con capacidad de aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles”.

De acuerdo al estudio de “Nuevos perfiles profesionales de los periodistas”, se destaca con respecto a las nuevas competencias que debe poseer un periodista las de multimedia, que según (Martín-Barbero, 2002) como citó el autor, “consiste en dominar los diferentes medios y modalidades como texto escrito, video o fotografías, y

ser capaz de transitar fácilmente entre géneros periodísticos y por cualquier tipo de medio, formato o tecnología”.

El periodista tradicional desde siempre ha contado con características que le han permitido realizar su trabajo de forma óptima en el campo de la comunicación. Con el paso del tiempo y la evolución de las tecnologías varios autores como Bernaola, en el texto de (P Sánchez-García, 2015) afirman que pese al surgimiento o evolución de los nuevos periodistas digitales, estos conservan las cualidades básicas del periodista tradicional que les son imprescindibles como el olfato periodístico (...) la creatividad, la ética, la capacidad para trabajar en equipo, etc”, y a todas estas cualidades sumarle la capacidad para adaptarse a los cambios y la polivalencia tecnológica; sin olvidar que “las tecnologías han variado, pero los principios que subyacen en ellas están aún vigentes”, Kovach y Rosenstiel, citado por (Herrero Curiel, 2012).

De acuerdo al entorno digital actual en el que se sumergen los nuevos periodistas, deben ser capaces entonces de adaptarse a las nuevas formas de comunicar a través de las herramientas tecnológicas y tener el dominio de ellas para poder producir contenidos y saber difundirlos a través de las plataformas digitales, así como cita el autor en su trabajo “Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual” , sobre las habilidades que debe tener en su perfil el periodista donde se refiere a habilidad en herramientas tecnológicas de vanguardia para construir narraciones renovadas según los autores citados, Peñafiel Y Paulussen, en las innovaciones producidas en redacciones y la revolución de la comunicación móvil (Dr. Xosé López-García, 2017).

Pero esta información que se transmite por las plataformas digitales debe contar con la capacidad del periodista de filtrar, comprobar y acreditar esos contenidos, para así llevar a cabo un trabajo eficaz, sin dejar la veracidad y el rigor periodístico de lado (Herrero Curiel, 2012).

Una de las características esenciales del periodista según como mencionaba anteriormente el autor Bernaola, sobre el olfato periodístico al que se refiere a la recopilación de datos para seleccionar y ordenar contenidos, (Cabra, 2016) dice que las herramientas tecnológicas en la actualidad son esenciales para los periodistas puesto que les permite recopilar gran cantidad de datos, además de procesarlos y hacerlos

comprensibles, afirma además que “es necesario utilizar técnicas y herramientas hasta ahora inusuales en las salas de redacción” (Dr. Xosé López-García, 2017).

Entre las características, el periodista debe ser capaz de aprovechar el uso de las plataformas digitales al máximo como lo expresa, (Budea, 2017) en su texto, “El rol del periodista en la era digital” donde se demuestran características propias del periodista tradicional fusionado con la tecnología, priorizando el contenido que se emite a través de sus propios medios, acceder a la información mediante la búsqueda específica, ser capaz de editar su propio contenido e interactuar con el público.

Al hablar de estas características surge la definición de periodista multimedia, como menciona (P Sánchez-García, 2015) debe contar con destrezas para soportes propiamente dichos, multimedia, es decir de lenguaje escrito y audiovisual, donde su objetivo principal es demostrar su flexibilidad desde la producción de contenidos digitales para varios soportes de varias temáticas noticiosas en distintos ámbitos y secciones, de esta forma además según López genera “especialización temática y el cultivo de la creatividad” .

Las características mencionadas anteriormente dan paso al nuevo llamado periodista multimedia o ciberperiodista, sin embargo aquellas características no son las únicas importantes dentro de las competencias del periodista multimedia. Para las autoras (Martínez García & Navarro, 2018) como mencionan a McQuail, saber transmitir información relevante y de una forma clara y ética es una competencia de gran importancia en el contexto de abundancia informativa, esto debido a que el rol y las expectativas que tienen las sociedades sobre el periodismo no han cambiado.

La polivalencia del periodista es quizá una de las características que está presente tanto en los grandes medios de comunicación como en los pequeños, puesto que en los medios digitales los periodistas se ven obligados a ser más versátiles y polivalentes que en los medios tradicionales debido a las reducidas plantillas y su poca capacidad económica (Martínez García & Navarro, 2018).

### 2.1.1. Tabla de características del periodista

**Tabla 1:**

*Características del periodista según varios autores.*

<u>AUTORES</u>	<u>CARACTERÍSTICAS</u>
(Paula Marques-Hayasaki, 2016)	Periodista polivalente: reportero/periodista/redactor multimedia o multitarea.
(Martín-Barbero, 2002)	Consiste en dominar los diferentes medios y modalidades como texto escrito, video o fotografías, y ser capaz de transitar fácilmente entre géneros periodísticos y por cualquier tipo de medio, formato o tecnología.
(P Sánchez-García, 2015).	Personas con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre los diferentes actores sociales, y con capacidad de aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles.
(Herrero Curiel, 2012).	Capacidad para adaptarse a los cambios y la polivalencia tecnológica.
(Alvarez De Armas, 2003)	Deben tener la capacidad de emitir un mismo contenido por las distintas plataformas de las que dispone su medio.

Elaborado por: De La Torre (2019)

### **2.1.2. El nuevo perfil del periodista.-**

Los medios tradicionales debido a la cantidad de información que circula en la red buscan difundir sus contenidos en forma multimedia a través de sus diarios digitales, según (Francesc, 2012) gracias a esto a los profesionales del periodismo se les exige la creación de contenido en una dinámica multiplataforma, haciendo así más frecuente que la cobertura informativa se pueda difundir a través del periódico en papel, en digital, para radio o televisión.

Así, debido al surgimiento de la noticia multimedia los medios de comunicación deben incorporar profesionales que dominen de forma digital estos recursos (Francesc, 2012) siendo estos una figura imprescindible para la integración mediática de la prensa, radio, televisión y portal de internet dando paso a un perfil “más multimedia en los profesionales del sector” (Alvarez De Armas, 2003) como menciona (Martínez García & Navarro, 2018) estos profesionales deben tener la capacidad de emitir un mismo contenido por las distintas plataformas de las que dispone su medio obligando a los periodistas a ser versátiles, polivalentes y a reciclarse constantemente.

En 2002 las investigaciones acerca de los nuevos perfiles que surgieron frente a la evolución tecnológica indicaban que las redacciones para prensa no coincidían con la que exigía el lector digital, a cuya audiencia se definía con términos como “jóvenes, urbanos y con una posición económica elevada” (Vizute, 2003).

Esto los llevó a buscar nuevos modelos para la redacción de la era multimedia y el establecimiento de nuevos perfiles para los profesionales que se harían cargo de los contenidos digitales (López, 2002).

La digitalización y el uso de nuevas tecnologías han provocado un cambio en el consumo de la información y una reorganización estructural de las rutinas de producción de información de los medios (Martínez García & Navarro, 2018).

Además, se menciona un periodismo emprendedor que surge en España luego de la crisis económica que obligó a 375 medios a cerrar entre 2009-2015 y a que aquellos

periodistas sin trabajo, creen sus propios medios digitales (Martínez García & Navarro, 2018)

A este periodismo emprendedor se le atribuye la característica de innovador por su naturaleza digital “lo que significa más flexibilidad, dinamismo y velocidad en la capacidad de adaptación al cambio” es decir pensar de los medios digitales como la reconfiguración de la esencia propia del medio, explicado por (Guallar, 2018) como la dependencia de los medios frente a las plataformas digitales que se potencia por la emergencia de los dispositivos móviles en el consumo de prensa.

Las autoras Martínez y Navarro, afirman que el perfil del periodista ha cambiado debido a la aproximación entre el sector tecnológico y el de los medios de información; respecto a ello explica cuatro factores principales que han afectado a los periodistas (Martínez García & Navarro, 2018).

Primero habla sobre el avance tecnológico, la audiencia se informa por diferentes plataformas, lo que provoca que los medios tengan varios soportes para difundir sus contenidos y en consecuencia se transforma el perfil del periodista con competencias más técnicas, desde publicar en blogs a programar o hacer infografías.

Segundo, la abundancia de información incrementa el nivel de competencia en el medio no solo del sector de la comunicación.

Tercero, las nuevas formas de negocio reducen el número de trabajadores en los medios ampliando las tareas que desempeña cada periodista.

Cuarto, la audiencia gracias a las redes sociales ya no busca información unidireccional sino que se busca convertirse en prosumidor, es decir un productor y consumidor de contenido.

En el artículo de (Martínez García & Navarro, 2018) las autoras citan a Bakker (2014) quien habla de cuatro tendencias de perfiles profesionales de periodistas: el periodista técnico, el community manager, el curador de información y el periodista emprendedor.

Cuando se menciona el perfil técnico del periodista, es aquel que asume roles que van más allá de los competencias tecnológicas básicas, es decir, manejar la programación y el periodismo de datos, que incluye visualización de datos e

infografías, competencias que implican la unión a otras profesiones como informáticos o estadísticos.

El perfil del community manager se dedica a examinar el contexto digital, a incentivar a los usuarios a participar en discusiones en línea, es decir, busca conseguir contenidos creados de los usuarios a través de una participación activa. Para (Yépez Armijo, 2018) explica que el community manager debe monitorear con programas de medición la aceptación de su gestión por parte de la comunidad virtual y a la vez mostrar los beneficios de los resultados obtenidos. Afirma además, que a media que pasa el tiempo se hace indispensable un profesional con estas características en las organizaciones.

El curador de información gestiona y filtra los contenidos que se consideran importantes para la sociedad de forma eficaz y comprensible, el autor Bakker agrega además que la “curación” de información tiene que ser hecha por periodistas combinando todos los diferentes tipos de fuentes.

Finalmente, el perfil del periodista emprendedor mencionado antes, que surge a causa de la crisis laboral y obliga a los periodistas a crear sus propios medios. (Martínez García & Navarro, 2018)

En un estudio de 2017 realizado a docentes de periodismo españoles sobre los nuevos perfiles periodísticos en un futuro próximo destacan 3 roles de periodistas con más fuerza en el sector comunicativo, el community manager, el periodista de datos y el periodista transmedia, cada uno con su definición característica.

- Community manager como gestor de comunidades a través de redes sociales y responsable de la actuación del medio en el entorno digital.
- El periodista de datos como analizador minucioso de los datos y las técnicas de programación.
- Transmedia aquel capaz de presentar los hechos de actualidad combinando distintas plataformas tecnológicas y formatos.

El periodista de datos ha procedido a adaptarse al nuevo entorno digital antes de aparecer como un nuevo perfil, pues sus competencias tradicionales, el dominio de la informática, la estadística, las técnicas de análisis cuantitativo y la gestión de bases de datos; optimizan la destreza de estas habilidades junto con las nuevas tecnologías, la

presentación visual de la información y el conocimiento de las narrativas multimedia (Gómez-Calderón & Roses, 2017). Así también, Appelgren y Nygren citados por el mismo autor, lo consideran un tipo de storytelling, es decir una evolución del tradicional periodismo investigativo ya que combina las características típicas de este género con el análisis minucioso de los datos y las técnicas de programación.

Para el autor Bernal como cita (Gómez-Calderón & Roses, 2017) las demandas de los medios incluyen a periodistas con perfiles digitales multimedia como informadores especializados y con capacidad de mediación o perfiles basados en el manejo avanzado de internet, planificador de medios sociales, experto en SEO<sup>1</sup> o SEM<sup>2</sup>, analista web, desarrollador multimedia y community manager.

A esto se suma, el periodismo móvil o mobile journalism, que utiliza los dispositivos celulares para recabar, editar y publicar sus propias informaciones que pueden ser en diferentes formatos como texto, video o en directo.

De acuerdo al estudio de (Gómez-Calderón & Roses, 2017) también surgen otros perfiles periodísticos en menos auge como los mencionados anteriores. El periodista de marcas, aquel que crea contenidos para empresas. El social media strategist, persona que se encarga de la elaboración de la estrategia de una organización en las redes sociales a corto, medio y largo plazo, así como de los valores, tono y contenidos vehiculados a través de estos canales digitales, un perfil que se identifica más con las relaciones públicas.

Este estudio según las encuestas realizadas a docentes españoles concluye en tres discursos acerca de los perfiles profesionales, en el cual los autores aconsejan que debe tomarse en cuenta el desarrollo de los perfiles en un futuro y que no debe confundirse con el rol del periodista en otras áreas que no sean las propias de la comunicación de información (Gómez-Calderón & Roses, 2017).

---

1 Search Engine Optimization: se refiere al trabajo de optimización y de aumento de la popularidad de un sitio web, con el objetivo de que dicho sitio sea rastreable por los motores de búsqueda. (Identro)

2 Search Engine Marketing; se refiere a la promoción de un sitio web en los buscadores mediante el uso de anuncios de pago a través de plataformas. (Identro)

1.- La mayoría encuestada refiere a un periodista digital con un alto conocimiento en nuevas tecnologías y el manejo de redes sociales, el perfil de un periodista de datos o de nuevas narrativas para todo tipo de soporte multimedia.

2.- El perfil profesional de un periodista con menor vinculación tecnológica y más tendencia al periodismo de competencias redaccionales, con el dominio de géneros como el gran reportaje o el análisis.

3.- El perfil de un periodista de instituciones o de marca, vinculado al ámbito de la comunicación corporativa.

### **2.1.3. Plataformas digitales**

En un análisis de los años 2015-2017 (Guallar, 2018) afirma que el ecosistema periodístico ya no se produce entre prensa impresa y prensa digital como en años anteriores, ahora lo más importante se produce entre los medios de comunicación y las plataformas de distribución de contenidos fundamentalmente Facebook y Google (2015-2017).

Pero esta distribución de contenidos se consume desde los smartphones, dejando de lado a los computadores, por esto la prensa móvil ha sobrepasado el consumo de noticias en plataforma web.

Los creadores de contenido como los medios se han debido adaptar a las condiciones de las grandes plataformas de distribución y no al revés, haciendo que la audiencia llegue a las noticias desde las plataformas sociales antes de buscar específicamente la página del medio, es decir, la audiencia llega a nuestros contenidos por las diferentes redes sociales donde se distribuye el contenido, además mediante recomendaciones personales entre los usuarios (Guallar, 2018).

La inmediatez de la información obliga a los periodistas a buscar nuevas herramientas para publicar sus contenidos desde diferentes plataformas, ya que le permite acceder a multitud de fuentes, documentos y archivos en un tiempo record (Crucianelli, 2013).

Las plataformas sociales como Twitter, Facebook e Instagram ocupan un lugar importante en las redacciones, el periodista a través de ellas puede rastrear qué es lo

que le interesa a su audiencia y ha hecho de ellas un recurso informativo para elaborar sus noticias (Herrero Curiel, 2012).

Twitter es una plataforma social digital, (Cobos, 2010) afirma que esta red social “es una forma de comunicación directa con el protagonista de la noticia y/o con testigos del suceso, una forma inmediata de comunicar en tiempo real qué está sucediendo y una forma de que la información llegue sin tener que salir en búsqueda de ella”.

Para el autor, la importancia de conocer el manejo de estas plataformas es indispensable puesto que el cambio radical del medio comunicativo afecta a los periodistas, por esto menciona que una dificultad del profesional en el nuevo medio digital surge “cuando el periodista ignora cómo tratar y usar plataformas sociales cayendo en una deficitaria utilización y un escaso tratamiento informativo del fenómeno” (Herrero Curiel, 2012) .

En el contexto multiplataforma como menciona (Martínez García & Navarro, 2018) estas tareas se multiplican para poder competir con los medios tradicionales, ejemplificando que una página web no es suficiente para competir con un medio tradicional y como consecuencia, una mayoría de los nuevos medios digitales debe tener presencia en redes sociales como Facebook y Twitter, o en algunos casos canales de Youtube para recopilar sus contenidos audiovisuales.

Para evitar el desconocimiento del uso de las nuevas plataformas actualmente se puede acceder a páginas web donde los estudiantes pueden recibir conocimientos digitales y potenciar sus habilidades, puesto que como citan las autoras (Martínez García & Navarro, 2018) el periodista deja de elaborar textos para distintas secciones y produce información de un mismo asunto o área para diferentes soportes.

Un ejemplo es “Domestika”, una página web que ofrece cursos de herramientas en línea de una amplia gama de ramas digitales, desde diseño gráfico, fotografía, programación web; con clases dictadas por profesionales en cada área dirigidos al público de habla hispana y certificado por el docente que dicta la clase. Esta página da a los estudiantes la ventaja de aprender desde cualquier lugar y ayuda a potenciar sus habilidades a través del manejo de estas herramientas que le servirán para crear su propio contenido para las diferentes plataformas.

Otra de las páginas como recomienda (Cobos, 2010) que permiten el desarrollo periodístico es el Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas, que ofrece Cursos Masivos, Abiertos y En Línea especializados en materia digital con bases periodísticas.

En el que se ofrecen programas de entrenamiento profesional de largo alcance para periodistas de Latinoamérica y el Caribe, e incluyen técnicas de periodismo digital, verificación de datos, reportajes asistidos por computadora, visualización de datos, con certificación.

Ambas páginas permiten a los periodistas acceder a cursos formativos en materia digital, donde aprenden de herramientas específicas para usar en cada tipo de plataforma, ya sea Twitter, Instagram o Facebook.

La plataforma Facebook ligada a Instagram, también se ha unido a la educación en línea. A través de su página de empresa, permite a los usuarios formarse de manera periodística para la creación de contenidos, el conocimiento de las audiencias, el tráfico de información, etc., ofreciendo herramientas útiles dentro de las plataformas para un manejo óptimo desde lo más básico a lo más complicado (Facebook para empresas.)

#### **2.1.4. Twitter como plataforma de información periodística.-**

En su artículo (Herrero Curiel, 2012) ha investigado cómo el periodismo se ha modificado por el uso de las redes sociales como herramienta principal en su trabajo diario, en el cual a través de una encuesta realizada a periodistas españoles, ha concluido que los periodistas utilizan las redes sociales para contactar con fuentes, difundir o distribuir información de su medio o de otros medios y para detectar nuevos temas.

Así mismo, un estudio realizado a por (Álvarez, Andújar, Curiel, & Serrano, 2012) presenta los resultados de una encuesta a 50 periodistas españoles con perfiles profesionales activos en la plataforma/ red social, Twitter, donde se concluye que los periodistas usan Twitter para distribuir y viralizar el contenido preexistente mucho más que para crear contenido nuevo utilizando las redes sociales.

Ambos estudios demuestran el uso que le dan los periodistas a esta plataforma.

- Buscar información nueva.

- Crear una imagen de marca.
- Difundir información del medio.
- Conocer la opinión de la gente.
- Conocer temas que le interesan a la audiencia.
- Detectar nuevos temas.
- Publicar información.
- Detectar nuevas tendencias.

Sobre la presencia de los periodistas en la plataforma de twitter, (López-Meri, 2016) reafirma los estudios realizados por (Herrero Curiel, 2012) hace 8 años, sobre el uso que le dan los periodistas a twitter, destaca que se dedican a informar, buscar información y encontrar fuentes, puesto que gracias la interacción del público el producto periodístico no se agota tras su difusión, al contrario sigue estando activo dentro de la navegación en la red.

Y aunque el tiempo transcurre y las plataformas cambian, Twitter mantiene el uso desde la información masiva, (Cabrales, 2017) explica, que para sacarle el mejor provecho a la red social es importante entender su uso y las herramientas disponibles dentro de la plataforma, como crear widgets, listas por categorías o temáticas y momentos.

Afirma además, que la manera en que sus fuentes navegan y usan Twitter determinará parcialmente cómo sacarle mejor provecho informativo a la red, de acuerdo a su estudio esto se explica como la expresión digital de dos recursos vitales en el periodismo: la agenda temática y el directorio de fuentes.

Así mismo, teniendo en cuenta el avance de la tecnología y la migración de los medios a las plataformas sociales, los usuarios empiezan a formar parte activa de la construcción de las noticias, tomando en cuenta que informan y se informan a través de Twitter aportando información de primera mano cuando son testigos (López-Meri, 2016).

Hoy en día la información oficial surge muchas veces de la plataforma de twitter, las recomendaciones para (Crucianelli, 2013) son puntuales. Lo más importante es que la información debe proceder de cuentas verificadas, lo óptimo es contactarse con la fuente directa para asegurar y contrastar la información del usuario. Si la cuenta

no está verificada pero la información es importante, se deberá analizar el contenido de aquella cuenta, así como a sus seguidores y hacer una búsqueda del nombre de usuario, analizar quiénes son sus seguidores, a quiénes sigue la fuente y qué contenido ha estado subiendo a la red.

A esta afirmación se une (Cabrales, 2017) citando en su estudio a Ricardo Galán, explicando que Twitter es apenas una fuente, no la única, por esto las personas que sigue son el primer filtro de información, y luego se debe verificar con la fuente directa.

En conclusión, Twitter como lo afirma el periodista español Juan Andrés Muñoz citado por (Cobos, 2010) esta red social es lo más parecido a hacer periodismo de calle, sin salir a la calle.

### **2.1.5. Herramientas periodísticas.-**

El futuro ha situado a los medios en la sociedad de la información y el conocimiento donde el papel de los profesionales es dominar las nuevas herramientas, la formación continua se ha convertido en la compañera de los periodistas que ven cómo cada día deben adquirir nuevos conocimientos (García & López, 2005).

En el periodismo, el diseño es importante para conocer qué es lo que se va a comunicar y cuál es la mejor forma de hacerlo. (Martínez-Fresneda Osorio, 2008) cita a Edmund Arnold, quien defiende que para que el receptor comprenda el mensaje esta información debe “ser presentada visualmente al lector por medio del diseño periodístico”.

La adecuada relación entre las fotografías, infografías o las tipografías ayudan y facilitan el recorrido visual del lector. (Martínez-Fresneda Osorio, 2008)

Según una encuesta abierta realizada por Jane Hart generada a partir de 2.524 votos de 46 países se publicó una lista de las 200 mejores herramientas de aprendizaje para 2019, los resultados arrojaron que desde 2007 al 2019 existen variaciones en el uso de estas herramientas, pero que son constantes y mejoran el aprendizaje. Solo el 22% de

los votantes pertenece a colegios y universidades, por lo tanto, la lista de los 200 principales está sesgada hacia el aprendizaje en el lugar de trabajo (Hart, 2019).

Una herramienta que permite crear diseño gráfico de manera profesional es Canva, un sitio web y aplicación para teléfonos móviles, que permite editar imágenes, utilizar filtros profesionales como desenfoco, brillo, contraste, utilizando plantillas de diseño con medidas predeterminadas de otras plataformas como Instagram y twitter y que se guardan con diferentes formatos de acuerdo al uso, esta herramienta permite crear infografías, diseños para páginas web, logotipos, posters, flyers, trípticos, portadas de libros, revistas; anuncios, reportes, kit de medios. (CdR/Lab)

Para la creación de un sitio web, Wix facilita la forma de aprender a diseñar una página entera con diferentes entradas con el mecanismo “drag&drop”, que consiste en arrastrar, cortar y pegar. La herramienta cuenta con plantillas de diseño y personalización, además al ser en línea permite la creación de widgets, lo que permite a los usuarios dejar comentarios en las publicaciones, esto ayuda al periodista a tener mayor interactividad con su público. (Adrián, 2010)

Wordpress, es una herramienta que permite la creación de sitios web complejos, funciona con el sistema de gestión de contenido libre y de código abierto (CMS<sup>3</sup>) esta herramienta permite al usuario crear un sitio web más profesional que el anterior Wix y usa plugins<sup>4</sup> como complementos para aumentar las capacidades en diferentes áreas como en redes sociales, contenido, tráfico web y marketing.

Una de las herramientas que se pueden usar para optimizar las páginas de wordpress es SumoMe, que abarca el tema de redes sociales, analítica web y la captación de suscriptores mediante diferentes tipos de ventanas emergentes lo que permite que el sitio web sea compartido por diferentes medios (LifeStyle al Cuadrado). Una de las páginas que utiliza esta multi-herramienta pertenece a “Guayaquil es mi destino” como una forma para compartir el sitio y extenderse hacia otras plataformas.

Para la creación de contenido interactivo existen también plataformas que permiten a los estudiantes explotar su creatividad al momento de contar historias.

---

<sup>3</sup> CMS por sus siglas en inglés, Content Management System, es un software desarrollado para que cualquier usuario pueda administrar y gestionar contenidos de una web con facilidad y sin conocimientos de programación Web (Departamento de internet).

<sup>4</sup> Plugins.-traducción: complementos.

ThingLink es una de ellas, donde se pueden adjuntar videos, imágenes, textos, audio, elementos incrustados y enlaces web de una misma información donde el contenido se despliega al pasar el cursor, en pocas palabras permite compartir información extensa en diferentes formatos dentro de una misma plataforma, que además permite compartir el contenido realizado en redes sociales o páginas webs (ThingLink) .

Estas herramientas forman parte de las 50 primeras en la lista de (Hart, 2019) en la encuesta de las 200 mejores herramientas para aprender en el 2019.

Flickr, es una herramientas de tendencia mundial que gestiona y comparte fotografías, donde a través de las bibliotecas se puede hacer uso de las imágenes compartidas en buena calidad, también se pueden usar las imágenes del sitio para realizar investigaciones e incluso inspirarse para nuevas historias (Schwietert, 2017). En Ecuador, las páginas web del estado ecuatoriano usan la herramienta Flickr para compartir imágenes de los eventos que se realizan desde los ministerios.

En el campo comunicacional, los medios usan tres programas fundamentales de conocimiento general, así como lo menciona (Vera, Hojas, & Córdova, 2019) quienes afirman que el estudiante debe poseer el conocimiento y el manejo de Adobe Audition, Adobe Premier y Adobe InDesign.

Adobe Audition, es un conjunto de herramientas completo que incluye funciones de multipista, forma de onda y visualización espectral para crear, mezclar, editar y restaurar contenido en formato de audio. Esta potente estación de trabajo de audio está diseñada para acelerar los flujos de trabajo de producción de vídeo y finalización de audio, y proporcionar una mezcla acabada de sonido de gran calidad. (Adobe, 2019).

Premiere Pro es el principal software de edición de vídeos para películas, TV y la Web (Adobe, 2019) ; este programa cuenta con una interfaz que se puede personalizar, organizada en espacios de trabajo que coinciden con las etapas de la edición: ensamblaje, edición, color, efectos, audio y títulos. Permite el trabajo con múltiples secuencias (líneas de tiempo), que además pueden ser jerarquizadas, unas dentro de otras. (Moreno, 2018)

Adobe Indesign es una herramienta de creación y diseño para el mercado profesional, Adobe Indesign es el programa más utilizado en todo el mundo para la realización de diseños editoriales, lo que pueden ser páginas y diseños de contenido que

va dirigido a la editorial o a la imprenta, para ser impreso o publicado en formato digital o físico. Con Indesign se realizan trabajos de todo tipo, como pueden ser revistas, libros, y más. (Escuela de diseño de Madrid.) Además, permite a los usuarios crear diferentes tipos de diseño y maquetación, en los cuales se pueden incorporar variedad de elementos como texto, títulos, imágenes y enlaces. (FUDE Educativo)

#### **2.1.6. El periodista en las redes sociales.-**

Los nuevos hábitos de consumo de noticias, el contacto directo y bidireccional con la audiencia, las oportunidades de mejorar posición y visibilidad frente a la competencia o posibilidades de acceso a fuentes, obligan a los medios y a los periodistas a integrarse a las redes sociales, en este caso (Manuel García-Borrego, 2018) se refiere a Facebook y Twitter.

(Manuel García-Borrego, 2018) cita en su artículo a Opgenhaffen & D'Haenens, quienes afirman que en la red social Twitter se debe publicar contenido siguiendo las normas de la redacción, es decir, evitando en todo momento los contenidos opinativos, para no comprometer su imparcialidad ni la del medio en la que labora de ser el caso.

Sin embargo, también el autor cita a Lasorsa, Lewis & Holton, de acuerdo a un estudio anterior, se afirma que los tweets de los periodistas con más seguidores, tienen una parte de opinión, fortaleciendo de esta manera la presencia digital de los periodistas y la construcción de su identidad de marca, como una estrategia.

Pero los criterios para establecer cuál es la postura que los futuros periodistas deben ejercer en las redes sociales entre el perfil profesional y el personal, como cita (Manuel García-Borrego, 2018) a Hanusch, se dificultan por la disparidad de criterios, por esto desde la docencia universitaria se recomienda reflexionar sobre este tipo de usos para lograr esa necesaria separación entre perfiles para que los periodistas puedan expresarse con libertad sin que se distorsione o malinterprete su labor informativa.

#### **2.1.7. Las facultades y las plataformas educativas digitales.-**

El autor (López, 2002) hace más de 10 años afirmaba la importancia de la incorporación de los conocimientos digitales en los planes de estudio de las facultades, específicamente sobre la aplicación de las nuevas tecnologías y la creación continua de programas de formación para los profesionales en los medios, donde los estudiantes sean formados para trabajar en multimedia.

En 2006 el autor (Rojo, 2006) habló sobre las salas de redacción multimedia y el surgimiento de herramientas para facilitar el uso de recursos impresos y audiovisuales, afirmando que esta parte es fundamental en la formación de los estudiantes en las facultades de comunicación que en aquel tiempo surgió para preparar a los periodistas en las ediciones impresas, digital y audiovisual, pero de una forma más lenta de lo recomendable.

De acuerdo a ello, el surgimiento de estas herramientas y su incorporación a la producción de contenidos exige no solo conocer sus funciones sino aprovechar todas las posibilidades que ofrecen además de conocimientos técnicos para que los estudiantes desarrollen polivalencia, logrando así la adaptación a los cambios de las tecnologías, la especialización temática y el cultivo de la creatividad. (López, 2002), tomando en cuenta que el grado de polivalencia de los periodistas depende del medio en el que trabajan, las dimensiones, su titularidad o la evolución de la misma empresa (Martínez García & Navarro, 2018).

Para esto los centros de formación se debían plantear formar de acuerdo a las necesidades no solo a los estudiantes sino empezando por los maestros, innovando permanentemente y que se contemple el dominio de los contenidos actuales como de las nuevas técnicas pedagógicas (López, 2002).

En 1999 un estudio mundial titulado «Capacitación y empleo en comunicación» realizado por ORBICOM, afirmaba que la red de las Cátedras en comunicación de la UNESCO enfatizaba específicamente que el impacto de las tecnologías y la comunicación abre una gran brecha entre la capacitación de los profesionales y el empleo, puesto que las necesidades del mercado de trabajo estaban creciendo (Naji, 2009).

El autor (Naji, 2009) sostiene que la forma en que se enseña la profesión en las universidades y otros centros es crucial, los profesionales que ya están trabajando necesitan mejorar y reforzar sus habilidades y aquellos que están egresando de sus instituciones educativas deben poseer las destrezas necesarias para encontrar un trabajo.

Por esto, (Naji, 2009) habla de una reforma del plan de estudio de la profesión no solo para los estudiantes, sino partiendo desde los educadores quienes estén periódicamente inmersos en ambientes mediáticos profesionales con el propósito de

actualizar sus habilidades y así transmitir a sus estudiantes las innovaciones en herramientas tecnológicas usadas en los medios.

Esto frente a (Ochoa, 2018) quien reconoce en este sentido que es necesario para el estudiante realizar junto al docente todos los procesos de producción desde cero, pues ellos requieren de una mayor cantidad de horas prácticas en las que su profesor tome la batuta y realice las actividades tal como las haría en el medio de comunicación en el que labora, tomando en cuenta que los nuevos estudiantes no deberían aspirar a tener carreras tradicionales en los medios ya que éstas cada vez son menos habituales (Martínez García & Navarro, 2018).

A esta nueva forma de enseñar (Naji, 2009) se refiere a que las clases se convierten en laboratorios donde un líder o coordinador de investigación y trabajo dirige, regula y tiene la gran responsabilidad de validar adecuadamente las nuevas prácticas y las innovaciones tecnológicas, todo esto con el fin de hacer emerger una “emancipación periodística”, es decir, medios digitales creados por los propios periodistas, independientes y sin el respaldo de grandes empresas con poder adquisitivo (Martínez García & Navarro, 2018).

(Ochoa, 2018) explica en su tesis “Desarrollo de una plataforma virtual integradora de saberes mediante el uso de herramientas transmedia”, que se debe considerar que un docente con amplios conocimientos tecnológicos puede desarrollar contenido general de manera tradicional para que luego, los temas secundarios puedan ser extendidos a plataformas virtuales y redes sociales, permitiendo que los estudiantes generen contenidos extras en formato de video, fotografía o blogs, contribuyendo así con la búsqueda continua de herramientas multimedia para incluso, realizar aportes en su proceso de educación.

Para esto, desarrolló una propuesta de plataforma digital con el objetivo de impartir conocimientos a través de la experticia de los maestros que según lo explica, no se encuentran estas temáticas en el pensum universitario. Los contenidos van dirigidos a estudiantes de periodismo en forma de videos experienciales, aplicando herramientas transmedia, combinando la interacción entre suscriptores y promoviendo la generación de nuevos contenidos.

En este caso, el proyecto se efectúa tras algunas causales que se explican dentro de las conclusiones y recomendaciones. El autor afirma que el periodismo digital es un segmento poco explotado dentro del pensum, explica que según los estudiantes y dependiendo del docente, solo se realizan blogs y prototipos de radios en línea con transmisión por Facebook Live. Además, acusan falta de conocimiento en edición de videos, fotografía y otras ramas del periodismo por no constar dentro de las mallas curriculares de su carrera.

Para (Gómez-Calderón & Roses, 2017), en su estudio “Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española”; para responder a las nuevas demandas, las academias de formación de profesionales en periodismo deben reforzar la creación y gestión de empresas, el conocimiento general del ecosistema digital y sus herramientas; y el periodismo aplicado a las nuevas tecnologías, conocimientos informáticos y de programación, el manejo avanzado de redes sociales, el posicionamiento en buscadores e incluso el marketing, destrezas todas ellas alejadas de lo considerado como periodístico.

En el ámbito de los nichos de empleo de acuerdo a este mismo estudio, se concluye que en un futuro próximo, tendrá mayor crecimiento en el entorno digital. Por esto la importancia de incorporar a los planes de estudio y profundizar creación y gestión de contenidos digitales y formación práctica en el uso de nuevas tecnologías sin excluir los contenidos periodísticos clásicos, relacionados con la capacidad para generar y construir relatos de calidad (Gómez-Calderón & Roses, 2017).

#### **2.1.8. Mallas curriculares de las carreras de periodismo y comunicación social.**

En Guayaquil varias universidades ofrecen las carreras de comunicación social y periodismo. A continuación se muestra un cuadro únicamente con las materias digitales que ofrecen las universidades: ULVR, UCSG, FACSO Y UIDE.

**Tabla 2:**

*Materias digitales de las mallas curriculares por universidad.-*

Semestres	Universidad Estatal, FACSO: Facultad de Comunicación Social	Universidad Católica Santiago de Guayaquil; Facultad de Filosofía.	Universidad Laica Vicente Rocafuerte; Facultad de Ciencias Sociales y Derecho	Universidad Internacional del Ecuador; Facultad de comunicación.
1.-		FOTOGRAFIA I;		FOTOGRAFÍA; HERRAMIENTAS
2.-	(LOCUCIÓN Y ANIMACION O FOTOGRAFIA)	FOTOGRAFIA II;LOCUCION;		TALLER DE PERIODISMO GRÁFICO
3.-		TECNOLOGIA AUDIOVISUAL;	PERIODISMO AUDIOVISUAL;	PRODUCCIÓN FOTOGRAFÍA; TALLER DE AUDIO Y VIDEO
4.-	TALLER DE PERIODISMO DIGITAL; PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL; PERIODISMO DE INVESTIGACION	COMUNICACION RADIOFONICA;DIAGRAMACION; COMPOSICION AUDIOVISUAL	PERIODISMO Y LENGUAJE DE RADIO	FOTOPERIODISMO; COMUNICACIÓN CORPORATIVA
5.-	TALLER DE PRODUCCIÓN PERIÓDICA;COMUNICACION MULTIMEDIA I; MARKETING Y PUBLICIDAD	CINE;REDACCION DE REVISTAS; EDICION;PRODUCCION Y REALIZACION RADIOFÓNICAS; PERIODISMO DE TELEVISION	PERIODISMO DIGITAL; PRODUCCIÓN DE RADIO; PERIODISMO Y CREATIVIDAD	RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO; DISEÑO PERIÓDICO I
6.-	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN; COMUNICACIÓN MULTIMEDIA II;PERIODISMO DE OPINIÓN	PRODUCCION Y REALIZACION DE AUDIOVISUALES; MULTIMEDIA JOURNALISM; COMUNICACION ORGANIZACIONAL;	DIAGRAMACIÓN; PERIODISMO Y LENGUAJE DE TELEVISIÓN	COMUNICACIÓN EN CRISIS Y REPUTACIÓN EMPRESARIAL; DISEÑO PERIÓDICO II
7.-	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA II; PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN II; COMUNICACION ORGANIZACIONAL;	TALLER DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO I	PRÁCTICA DE PERIODISMO ESCRITO Y DIGITAL; PRÁCTICA DE RADIO	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN; PRODUCCIÓN DE RADIO;
8.-	REALIZACION DE CINE Y VIDEO; PROYECTOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	TALLER DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO II	PRÁCTICA DE TELEVISIÓN; RELACIONES PÚBLICAS	NARRATIVA AUDIOVISUAL; NARRATIVA RADIAL; GESTIÓN DEMEDIOS
9.-		NUEVAS TECNOLOGIAS AL SERVICIO DE LA INFORMACION		PRODUCCIÓN DE DOCUMENTALES; PERIODISMO DIGITAL

**Elaborado por:** De La Torre (2019)

En el cuadro podemos observar que existen materias digitales en las diferentes mallas de los planes de estudio que las universidades de Guayaquil ofrecen, tomando las observaciones de los autores (Gómez-Calderón & Roses, 2017) que destacan la enseñanza de diferentes materias como las relaciones publicas, la comunicación corporativa que dan paso a la optimización de las habilidades en los diferentes perfiles ya mencionados, como el periodista de datos y el community manager.

A continuación se muestran las mallas curriculares completas, con el perfil del estudiante egresado según sus universidades.

#### **2.1.9. FACSO: Facultad de Comunicación Social, Carrera Comunicación.**

Es un profesional formado con rigurosidad científica, humanista y de manera integral, capaz de ubicarse en cualquier área relacionada con la comunicación social.

Capacitar a los estudiantes en el manejo teórico y práctico de las metodologías, lenguajes, códigos, herramientas y técnicas de la Comunicación Social actual.

Iniciar a los alumnos en el conocimiento de las nuevas tecnologías, especialmente de informática, y en el manejo de los equipos técnicos disponibles por la escuela. (FACSO Estudiantil, 2019)

A continuación se presenta la malla curricular:

CSO-S- 2015 - 2019 - 2020 CI (CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL (GUAYAQUIL) (SEMESTRAL))

1	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 002 CRE: 6</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>LENGUAJE Y COMUNICACION_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 003 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>ETICA Y LEGISLACION APLICADA_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 004 CRE: 4</p> <p>CD: 64 CP: 0 CA: 64 TH: 128</p> <p>FILOSOFIA DE LA COMUNICACION</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 006 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>COMUNICACION VISUAL_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 009 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 010 CRE: 0</p> <p>CD: 0 CP: 0 CA: 0 TH: 0</p> <p>INGLES I_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>
2	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 001 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>GEOPOLITICA DEL ECUADOR_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 005 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 007 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>TALLER DE VINCULACION COMUNITARIA</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 008 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>COMPETENCIAS COMUNICATIVAS_CS S</p> <p>RE: 002-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 011 CRE: 3</p> <p>CD: 48 CP: 0 CA: 48 TH: 96</p> <p>COMPUTACION</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 014 CRE: 3</p> <p>CD: 48 CP: 0 CA: 48 TH: 96</p> <p>OPTATIVA (LOCUCION Y ANIMACION O FOTOGRAFIA)</p> <p>RE: N/A</p>
3	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 015 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>TALLER DE CREACION LITERARIA Y REDACCION PERIODISTICA</p> <p>RE: 008-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 016 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>SEMIOTICA_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 017 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION</p> <p>RE: 007-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 018 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>ESTADISTICA PARA COMUNICADORES</p> <p>RE: 005-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 019 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>GEOPOLITICA DE AMERICA Y EL MUNDO</p> <p>RE: 001-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 020 CRE: 0</p> <p>CD: 0 CP: 0 CA: 0 TH: 0</p> <p>INGLES II_CS GS</p> <p>RE: 010-</p>
4	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 021 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>TALLER DE PERIODISMO DIGITAL_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 022 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PRODUCCION AUDIOVISUAL</p> <p>RE: 006-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 023 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PERIODISMO COMUNITARIO_CS GS</p> <p>RE: 017-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 024 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>PERIODISMO DE INVESTIGACION_CS GQ</p> <p>RE: 018-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 025 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>DERECHO A LA COMUNICACION E INFORMACION I</p> <p>RE: 003-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 026 CRE: 4</p> <p>CD: 64 CP: 0 CA: 64 TH: 128</p> <p>INGLES ESPECIALIZADO</p> <p>RE: 020-</p>
5	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 027 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>TALLER DE PRODUCCION PERIODISTICA_CS GS</p> <p>RE: 021-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 028 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>MARKETING Y PUBLICIDAD_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 029 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>COMUNICACION POLITICA_CS GS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 030 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>INVESTIGACION DE LA COMUNICACION_CS GS</p> <p>RE: 024-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 031 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>DERECHO A LA COMUNICACION E INFORMACION II_CS GA</p> <p>RE: 025-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>APROBADO</p> <p>COD: 032 CRE: 4</p> <p>CD: 64 CP: 0 CA: 64 TH: 128</p> <p>COMUNICACION MULTIMEDIA I_CS GS</p> <p>RE: 011-</p>
6	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 033 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PRODUCCION RADIOFONICA I</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 034 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PRODUCCION DE TELEVISION I</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 035 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PERIODISMO DE OPINION_CS GS</p> <p>RE: 029-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 036 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>PERIODISMO CIENTIFICO_CS GS</p> <p>RE: 030-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 037 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE COMUNICACION_CS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>CURSANDO</p> <p>COD: 038 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>COMUNICACION MULTIMEDIA II</p> <p>RE: 032-</p>
7	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 039 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>PRODUCCION RADIOFONICA II</p> <p>RE: 033-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 040 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>PRODUCCION DE TELEVISION II</p> <p>RE: 034-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 041 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PRACTICAS COMUNITARIAS</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 042 CRE: 0</p> <p>CD: 48 CP: 0 CA: 0 TH: 48</p> <p>DISEÑO DE ANTEPROYECTO DE TITULACION</p> <p>RE: 036-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 043 CRE: 5</p> <p>CD: 80 CP: 0 CA: 80 TH: 160</p> <p>PROYECTOS DE EMPRESAS DE COMUNICACION</p> <p>RE: 037-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 044 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>COMUNICACION ORGANIZACIONAL</p> <p>RE: N/A</p>
8	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 045 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>REALIZACION DE CINE Y VIDEO</p> <p>RE: 040-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 046 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>RELACIONES INTERNACIONALES</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 047 CRE: 0</p> <p>CD: 64 CP: 0 CA: 0 TH: 64</p> <p>ELABORACION DE PROYECTOS DE TITULACION</p> <p>RE: 042-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 048 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>ORGANIZACION DE LA INFORMACION EN LOS MEDIOS</p> <p>RE: 043-</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 049 CRE: 6</p> <p>CD: 96 CP: 0 CA: 96 TH: 192</p> <p>PROYECTOS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL</p> <p>RE: 044-</p>	
9	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 055 CRE: 8</p> <p>CD: 0 CP: 0 CA: 128 TH: 128</p> <p>UNIDAD DE TITULACION</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 056 CRE: 7</p> <p>CD: 0 CP: 0 CA: 240 TH: 240</p> <p>PRACTICAS PREPROFESIONALES</p> <p>RE: N/A</p>	<p>Ver Syllabus</p> <p>PENDIENTE</p> <p>COD: 057 CRE: 5</p> <p>CD: 0 CP: 0 CA: 160 TH: 160</p> <p>VINCULACION CON LA COLECTIVIDAD</p> <p>RE: N/A</p>			

Ilustración 1: Malla Curricular FACSO

Fuente: I (FACSO Estudiantil, 2019)

## 2.1.10. UCSG: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.-Facultad de Filosofía, Carrera de Comunicación.

Nuestros graduados poseen gran capacidad de análisis y crítica con las herramientas necesarias para la producción de contenidos en medios tradicionales y digitales.

Además pueden desempeñarse en el campo digital como: Administrador Digital en Comunicación, Director de Comunicación Digital, Productor Multimedia, Community Manager, Social Media Manager, Director Área Web de Medios de Comunicación.(Universidad Católica Santiago de Guayaquil)

REPORTE DE MALLA CURRICULAR (A3)

UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE FILOSOFIA. - CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL

Nivel: PREGRADO  
Malla: 9 - ACTUALIZACION CURRICULAR 2012 - P

ÁREA ACADÉMICA / NIVEL CURRICULAR	CAMPO DISCIPLINARIO		CAMPO HUMANÍSTICO	CAMPO PROFESIONAL	CAMPO INVESTIGACION	CAMPO PROFESIONAL	COCURRICULAR DE INFORMATICA	COCURRICULAR DE INGLES	
	FORMACION EPISTEMOLOGICA		HUMANITICA	INSTRUMENTAL	INVESTIGACION	PROFESION			
BÁSICO	I CICLO	INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN (36)		TECNOLOGÍA (36)	FOTOGRAFÍA (36)		INFORMATICA I	INGLES I	
				APRECIACIÓN OPERATIVA CONTEMPORÁNEA (36)	TECNIKA DE EXPRESIÓN ORAL (36)				
	II CICLO	PROFUNDIZACIÓN (36)		INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA (36)	COMUNICACIÓN (36)	ESTUDIOS DE MEDIOS (36)	INFORMATICA II	INGLES II	
		TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN (36)		TECNOLOGÍA (36)	LOGICIDAD (36)		REDACCIÓN (36)		
	III CICLO	PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN (36)		OPORTUNIDAD (36)	TECNOLOGÍA AUDIOVISUAL (36)	INVESTIGACIÓN SOCIAL EN COMUNICACIÓN (36)	ANÁLISIS DE LA IMAGEN (36)		INGLES III
		SEMIOLOGÍA (36)					TECNICAS DE ENTREVISTAS (36)		
						REDACCIÓN III (36)			
BÁSICO ESPECÍFICO	IV CICLO	SEMIOLOGÍA (36)		ESTUDIOS DE PERIODISMO (36)	COMPOSICIÓN CREATIVA (36)	LABORATORIO DE MEDIOS (36)	OPORTUNIDAD (36)	COMUNICACIÓN RADIODIFUSIÓN (36)	INGLES IV
		TEORÍA DEL PERIODISMO (36)			COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (36)			REDACCIÓN PERIODÍSTICA (36)	
	V CICLO	CRISIS (36)		COMPOSICIÓN GRÁFICA Y LIBRETOS (36)	ANÁLISIS DE MEDIOS (36)		REDACCIÓN DE REVISTAS (36)	INGLES V	
		EFECTOS Y ARTES (36)		EDICIÓN (36)			ANIMACIÓN CULTURAL (36)		
	VI CICLO	COMUNICACIÓN INTERCULTURAL CONTEMPORÁNEA (36)		PROCESOS Y REGULACIÓN RADIODIFUSIÓN (36)		MÉTODOS PARA PROYECTOS DE INTERFERENCIA (36)	OPORTUNIDAD (36)	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (36)	INGLES VI
							LEGISLACIÓN PROFESIONAL (36)	COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS DE ENTORNAMIENTOS (36)	
						PERIODISMO DE TELEVISIÓN (36)			
						COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (36)			
						ANIMACIÓN CULTURAL (36)			
						ECOLOGÍA Y EL PERIODISMO (36)			
						MULTIMEDIA JORNALISMO (36)			
						PERIODISMO AMBIENTAL (36)			
PREPROFESIONAL	VI CICLO		ANÁLISIS Y CRÍTICA DEL DISCURSO (36)		DISERNO DEL PROYECTO DE TITULACIÓN (36)	TALLER DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO I (36)			
	VII CICLO		MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO (36)		MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO (36)	TALLER DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO II (36)			

Ilustración 2: Malla Curricular UCSG

Fuente: II (UCSG, 2019)

## 2.1.11. UIDE: Universidad Internacional del Ecuador, Carrera Comunicación.

La carrera de comunicación procura la formación integral de los profesionales para que puedan desempeñarse con conocimientos teóricos, prácticos y éticos en los diferentes campos donde intervienen procesos comunicacionales, contribuyendo así a los procesos de planificación nacional que fomenten el desarrollo del país. (Universidad Internacional del Ecuador, 2019)

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

MALLA CURRICULAR – LICENCIATURA EN PERIODISMO



Fase	Curso	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas	Asignatura	Horas				
PRIMERA FASE: BÁSICA	PRIMERO	Pensamiento crítico	96h	Fotografía	160h	Pensamiento creativo	120h	Narrativa literaria	120h	Historia de la comunicación	120h	Herramientas informáticas	120h
	SEGUNDO	Estadística para CC.SS.	160h	Técnicas de comunicación básica	120h	Teorías de la comunicación	160h	Cultura física I	80h	Fundamentos del periodismo	120h	Taller de periodismo gráfico	160h
SEGUNDA FASE: PROFESIONAL INICIAL	TERCERO	Producción fotográfica	120h	Economía	120h	Semiótica	120h	Cultura física II	80h	Técnicas de comunicación oral	120h	Taller de audio y video	160h
	CUARTO	Fotoperiodismo	120h	Géneros periodísticos I	120h	Comunicación corporativa	160h	Investigación cualitativa	120h	Cultura física III	80h	Comunicación popular y alternativa	120h
	QUINTO	Géneros periodísticos II	120h	Relaciones públicas y protocolo	120h	Comunicación política y estratégica	120h	Sociología, género e interculturalidad	120h	Cultura física IV	80h	Diseño periodístico I	160h
TERCERA FASE: PROFESIONAL AVANZADA	SEXTO	Redacción de guiones y libretos	120h	Comunicación en crisis y reputación empresarial	120h	Publicidad general	120h	Administración	120h	Opinión pública	120h	Diseño periodístico II	120h
	SÉPTIMO	Producción de televisión	120h	Producción de radio	120h	Periodismo comunitario	80h	Medios de comunicación	120h	Marketing	160h	Investigación cuantitativa	120h
CUARTA FASE: UNIDAD DE INTEGRACIÓN	OCTAVO	Narrativa audiovisual	120h	Narrativa radial	120h	Gestión de medios	120h	Psicología de la comunicación	80h	Redacción académica científica I	80h	Proyectos de investigación periodística	80h
	NOVENO	Producción de documentales	120h	Locución comercial y publicitaria	120h	Periodismo digital	80h	Construcción y análisis de contenidos	120h	Redacción académica científica II	80h	Ética periodística	80h

— Taller de integración de saberes \*Prerrequisitos # de horas

Ilustración 3: Malla Curricular UIDE

Fuente: III (Universidad Internacional del Ecuador, 2019)

**2.1.12. ULVR: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil,  
Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Carrera Periodismo.**

Los resultados o logros de los aprendizajes que (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, 2019) posibilitarán el desarrollo de las capacidades y actitudes de los futuros profesionales de la carrera de Periodismo son:

Desarrolla competencias periodísticas, denotando la eficacia en los resultados y capacidad de trabajar en equipos disciplinarios e interdisciplinarios, lo que contribuye a enriquecer la comprensión del contexto social desde la perspectiva periodística y la solución de asuntos correspondientes a la profesión.

Contribuye a la aplicación del conocimiento periodístico para proceder en forma eficiente y comprometida con la sociedad.

Promociona la cultura de diálogo y el uso de medios alternativos en la difusión de la información para alcanzar el Buen Vivir.

Aplica la metodología de la investigación en el ámbito periodístico para la toma de decisiones y la difusión de información a la sociedad.

Aplica conocimientos periodísticos, en los casos que interviene con capacidad de identificar, plantear y resolver problemas, empleando conocimientos.



Universidad Laica  
VICENTE ROCAFUERTE  
de Guayaquil

## PERIODISMO

### PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE		
Estudio del Idioma Nacional <b>PERB105 CR: 10</b>	Realidad Socio Económica del Ecuador y el Mundo <b>PERH102 CR: 6</b>	Sociología General <b>PERH101 CR: 6</b>
SEGUNDO SEMESTRE		
Introducción al Periodismo <b>PERB106 CR: 10</b>	Psicología de la Comunicación <b>PERB104 CR: 10</b>	Nociones de Economía <b>PERB103 CR: 4</b>
TERCER SEMESTRE		
Periodismo Audiovisual <b>PERP203 CR: 6</b>	Redacción Periodística <b>PERP206 CR: 10</b>	
Sociología de la Comunicación <b>PERH201 CR: 4</b>		
CUARTO SEMESTRE		
Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación <b>PERP205 CR: 10</b>	Periodismo y Lenguaje de Radio <b>PERP204 CR: 10</b>	Nociones de Estadística <b>PERB202 CR: 4</b>
QUINTO SEMESTRE		

**Ilustración 4:** Malla Curricular ULVR

**Fuente:** IV (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, 2019)

Legislación Periodística PERP205 CR: 4	Periodismo Digital PERP304 CR: 6	Periodismo y Creatividad PERP306 CR: 8	Producción de Radio PERP302 CR: 3
OPERATIVA I PERO310 CR: 3			
<b>SEXTO SEMESTRE</b>			
Diagramación PERP303 CR: 8	Periodismo Interpretativo PERP305 CR: 8	Periodismo y Lenguaje de Televisión PERP301 CR: 8	
<b>SÉPTIMO SEMESTRE</b>			
Ética Periodística PERP406 CR: 4	Práctica de Periodismo Escrito y Digital PERP403 CR: 10	Práctica de Radio PERP402 CR: 10	OPERATIVA II PERO409 CR: 3
<b>OCTAVO SEMESTRE</b>			
Análisis del Discurso PERP404 CR: 6	Práctica de Televisión PERP401 CR: 10	Relaciones Públicas PERP405 CR: 8	
Inglés I PERB107 CR: 4	Inglés II PERPB207 CR: 4	Inglés III PERB308 CR: 4	Inglés IV PERB308 CR: 4
Inglés V PERB408 CR: 4	Computación I PERB108 CR: 2	Computación II PERB208 CR: 2	Computación III PERB309 CR: 2
Evaluación de Proyectos (Titulación) CCAT905 240 horas	El juego, el teatro, la música y la literatura en el desarrollo infantil	- Matemáticas Básicas	Aproximación y Diagnóstico de Modelos Pedagógicos aplicados en Instituciones Educativas: Estudio de Caso

**Ilustración 5:** Malla Curricular ULVR

**Fuente:** V (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, 2019)

## **2.2 MARCO LEGAL.-**

### **2.2.1. Constitución de la República Del Ecuador**

La garantía de los derechos de los ecuatorianos son defendidos por la constitución de la republica del ecuador del 2008. (Constitución de la República del Ecuador, 2008) En la sección séptima que se refiere a la comunicación social, la constitución en su artículo establece.-

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a el. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana.

De acuerdo a ello, los ecuatorianos gozan del derecho y la garantía de comunicarse en libertad, recibir información y hacer uso de las herramientas que le permitan su comunicación efectiva.

Además, el estado garantiza las políticas del Buen Vivir, (Constitución de la República del Ecuador, 2008) como se indica en el siguiente artículo, sección octava, Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales:

Art. 385.- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.

3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

### **2.2.2. Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la información pública.-**

Así también, la (LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PÚBLICA, 2004) garantiza la difusión de la información pública por los medios de información o páginas webs.

Art. 7.- Difusión de la Información Pública.- Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley, se la considera de naturaleza obligatoria:

a) Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos; b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal; c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes; d) Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones; e) Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución, así como sus anexos y reformas; f) Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción; g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos; h) Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal; i) Información completa y detallada sobre los

procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones; j) Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución; k) Planes y programas de la institución en ejecución; l) El detalle de los contratos de crédito externos o internos; se señalará la fuente de los fondos con los que se pagarán esos créditos. Cuando se trate de préstamos o contratos de financiamiento, se hará constar, como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y la Ley Orgánica de Responsabilidad y Transparencia Fiscal, las operaciones y contratos de crédito, los montos, plazo, costos financieros o tipos de interés; m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño; n) Los viáticos, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos; o) El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley; p) La Función Judicial y el Tribunal Constitucional, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las sentencias ejecutoriadas, producidas en todas sus jurisdicciones; q) Los organismos de control del Estado, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las resoluciones ejecutoriadas, así como sus informes, producidos en todas sus jurisdicciones; r) El Banco Central, adicionalmente, publicará los indicadores e información relevante de su competencia de modo asequible y de fácil comprensión para la población en general; s) Los organismos seccionales, informarán oportunamente a la ciudadanía de las resoluciones que adoptaren, mediante la publicación de las actas de las respectivas sesiones de estos cuerpos colegiados, así como sus planes de desarrollo local; y, t) El Tribunal de lo Contencioso Administrativo, adicionalmente, publicará el texto íntegro de sus sentencias ejecutoriadas, producidas en todas sus jurisdicciones.

### **2.2.3. Ley Orgánica de Comunicación.-**

El estado constitucional de derechos de la República del Ecuador, garantiza y reconoce “los derechos a la comunicación que comprenden, libertad de expresión, información y acceso en igualdad de condiciones al espectro radioeléctrico y las tecnologías de información y comunicación (...)”. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Capítulo II, derechos a la comunicación, sección I, Derechos de libertad:

Art.17.- Derecho a la libertad de expresión y opinión.- Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

En este artículo se reconoce el derecho a comunicarse a través de cualquier medio, los futuros periodistas están llamados a expresarse y ejercer su rol de comunicador.

Art. 29.- Libertad de información.- Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

**SECCIÓN II Derechos de igualdad e interculturalidad.**

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.- Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.- Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

Al igual que la garantía de derechos, existen responsabilidades que deben asumir los productores de contenidos e informaciones en los distintos medios. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Art. 71.- Responsabilidades comunes.- La información es un derecho constitucional y un bien público; y la comunicación social que se realiza a través de los medios de comunicación es un servicio público que deberá ser prestado con responsabilidad y calidad, respetando los derechos de la comunicación establecidos en la Constitución, los instrumentos internacionales y contribuyendo al buen vivir de las personas. Todos los medios de comunicación tienen las siguientes responsabilidades comunes en el desarrollo de su gestión: 1. Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad; 2. Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general; 3. Acatar y promover la obediencia a la Constitución, a las leyes y a las decisiones legítimas de las autoridades públicas; 4. Promover espacios de encuentro y diálogo para la resolución de conflictos de interés colectivo; 5. Contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad; 6. Servir de canal para denunciar el abuso o uso ilegítimo que los funcionarios estatales o personas particulares hagan de los poderes públicos y privados; 7. Impedir la difusión de publicidad engañosa, discriminatoria, sexista, racista o que atente contra los derechos humanos de las personas; 8. Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales; 9. Promover la integración política, económica y cultural de los ciudadanos, pueblos y colectivos humanos; y, 10. Propender a la educomunicación.

#### **2.2.4. Reglamento General de la LOC.-**

##### **Capítulo I, Objetivos y definiciones.-**

Art. 3.- Medios en internet.- Son también medios de comunicación aquellos que operen sobre la plataforma de internet, cuya personería jurídica haya sido obtenida en Ecuador y que distribuyan contenidos informativos y de opinión, los cuales tienen los mismos derechos y obligaciones que la Ley Orgánica de Comunicación establece para los medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de dicha Ley

Art. 5.- Actividades conexas.- En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción a las siguientes normas:

1. Las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos.
3. Las empresas que hayan obtenido una autorización para prestar servicios de audio y video por suscripción, cuya red de transmisión e infraestructura permita la convergencia tecnológica para ofertar otros servicios de telecomunicaciones, podrán solicitar y obtener de la autoridad de telecomunicaciones otros títulos habilitantes para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Los servicios de audio y video por suscripción que cuenten con la autorización para la operación de un canal local para generación de contenidos, serán considerados como medios de comunicación social. (Reglamento General de la Ley Orgánica de Comunicación., 2013).-

### **2.3 Marco Conceptual**

#### **2.3.1. Aplicaciones.-**

Son las plataformas especialmente diseñadas para descarga en dispositivos móviles y que son complementos de las funciones que ya tiene integradas el dispositivo. (Central Interactiva, Agencia Digital)

#### **2.3.2. Contenido.-**

El contenido se refiere a la comunicación de la página: aquellas imágenes, textos y videos que proyectamos con determinado objetivo. (Central Interactiva, Agencia Digital)

### **2.3.3. Digitalización.-**

Consiste en la transformación de la información analógica, propia de la naturaleza en información digital apta para ser tratada. (EcuRed)

### **2.3.4. Formato digital.-**

Es una característica intrínseca del multimedia; son los contenidos audiovisuales almacenados y reproducidos en soporte informático. (Álvarez-Peralta., 2014)

### **2.3.5. Géneros periodísticos.-**

Son respuestas culturales a demandas sociales surgidas en un contexto histórico determinado, nacen siempre de la necesidad de satisfacer una función social. Para el lector: ejercen como modelos de interpretación o, si se prefiere, como horizontes de expectativas. (Salaverría & Cores)

### **2.3.6. Habilidad.-**

Es la capacidad adquirida por el hombre, de utilizar creadoramente sus conocimientos y hábitos tanto en el proceso de actividad teórica como práctica. La habilidad es un concepto en el cual se vinculan aspectos psicológicos y pedagógicos indisolublemente unidos. (Cañedo Iglesias & Cáceres Mesa)

### **2.3.7. Herramientas digitales.-**

Las herramientas digitales son todos los recursos de software presentes en computadoras y dispositivos relacionados, que permiten facilitar la interacción del hombre con la tecnología. (Alegsa)

### **2.3.8. Medios de difusión.-**

Los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología. (Hütt Herrera, 2012)

### **2.3.9. Multimedia.-**

Engloba a todo entorno de comunicación capaz de permitir la combinación en un solo sistema de medios como la imagen, tanto estática como en movimiento, sintética o no, analógica o digital, el sonido o procesamiento de datos. (Morón & Aguilar)

### **2.3.10. Narración Transmedia.-**

Es el acto comunicativo multimedia que permite disfrutar un relato desplegado a través de múltiples soportes constituyendo un todo integrado. (Álvarez-Peralta., 2014)

### **2.3.11. Perfil profesional.-**

Es un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que delimitan el ejercicio profesional, se elabora luego de haber establecido los fundamentos del proceso curricular. (Moreno J. E., 2014)

### **2.3.12. Plataformas digitales.-**

Son sitios de internet y su vez redes sociales, que funcionan con determinados sistemas operativos que sirven para gestionar la transmisión de datos con distintos contenidos, donde se puede ofrecer servicios para aumentar el valor de la plataforma. (Contenidos Digitales DELMY SAC)

## CAPÍTULO III

### 3 MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Generalidades.-

La investigación según (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014) “es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. (p.4)

El autor (Tamayo y Tamayo, 2003) define a la investigación como: “un proceso que mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento”. (p.37)

En otras palabras la investigación científica es un proceso aplicado al estudio de nuevos conocimientos a partir de métodos para la verificación de información y la resolución de problemas.

#### 3.2 Tipo de investigación.-

El presente trabajo se realiza bajo la forma de una investigación pura, también denominada básica o fundamental, de acuerdo al propósito de desarrollar la teoría en búsqueda de ampliar el conocimiento, tomando en cuenta el objetivo de estudio planteado que busca analizar cómo el manejo de plataformas digitales potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes a través de la teoría sustentada por varios autores.

De acuerdo a (Tamayo y Tamayo, 2003) esta forma de investigación pura se apoya dentro de un contexto teórico y su propósito es desarrollar teoría mediante el descubrimiento.

En este sentido, el tipo de investigación es descriptivo porque se busca conocer a detalle las habilidades periodísticas que se desarrollan en los estudiantes a través del manejo de las plataformas, herramientas digitales.

Como explica (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014) con el tipo de investigación descriptiva “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92); es decir que el propósito es medir o recoger información sobre los conceptos referidos.

### **3.3 Enfoque de la investigación.-**

La presente investigación está diseñada bajo el planteamiento metodológico del enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo; puesto que es el que mejor se adapta a las necesidades del trabajo.

Según (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014) el enfoque cuantitativo es probatorio y secuencial, es decir, que cada etapa precede a la siguiente y de acuerdo a las preguntas de la investigación se analizan las mediciones obtenidas usando métodos estadísticos lo que nos lleva a las conclusiones de acuerdo a la hipótesis planteada.

Este método cuantitativo nos va ayudar a obtener a través de las técnicas de investigación, la proporción del conocimiento de los estudiantes en cantidades exactas sobre las herramientas que dominan, las plataformas que no conocen y las características que deben desarrollar para potenciar sus habilidades y lograr ser parte del perfil laboral que buscan los medios, de esta forma a través de las mediciones podremos comprobar o no la hipótesis planteada de la investigación.

Por otro lado, el enfoque cualitativo como explica (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) es un plan de exploración usada para conocer el significado de las experiencias desde el punto de vista individual de las personas que forman parte del fenómeno estudiado así como una perspectiva cercana de los participantes.

En este estudio el enfoque cualitativo se desarrolla a través de la recolección de datos para analizar y generar perspectivas con soporte teórico a través de las entrevistas a periodistas dentro del medio digital y tradicional, a profesores de las carreras de periodismo y estudiantes, para de esta forma lograr obtener una perspectiva de cada individuo de acuerdo a sus experiencias personales que aportan al estudio luego del análisis de los resultados.

Los autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) definen al método de enfoque mixto como “un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos”. (p.546)

De acuerdo a esta teoría se ha definido el enfoque mixto de esta investigación, teniendo en cuenta que se utilizarán instrumentos de recolección de datos cualitativos y cuantitativos respectivamente.

### **3.4 Técnicas de investigación.-**

Las técnicas de investigación se refieren a la aplicación de procesos y herramientas que serán utilizadas por el investigador con la finalidad de recoger la información que aportará al trabajo.

- Recolección de datos cuantitativos.-Los datos se obtienen por observación, medición y documentación de mediciones. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014)
- Recolección de datos cualitativos.-La recolección de los datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014)

Tomando en consideración que el enfoque de la presente investigación es mixto, las técnicas de investigación incluirán características de los enfoques cualitativo y cuantitativo, como se expone a continuación.-

**Tabla 3:***Técnicas de Investigación*

<b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>UNIDADES DE MUESTREO</b>	<b>OBJETIVOS</b>
ENTREVISTAS	periodistas	Digital.- conocer la importancia del manejo de las herramientas digitales y cómo los estudiantes pueden potenciar sus funcionalidades. Identificar las características del perfil laboral que buscan los medios digitales en los estudiantes.
		Tradicional.-conocer si es indispensable que los estudiantes manejen herramientas tecnológicas para cumplir con los requerimientos de los medios tradicionales.- Identificar las características del perfil laboral que buscan los medios tradicionales en los estudiantes.
	docentes	Identificar si se deben implementar nuevas materias de conocimiento digital en las mallas curriculares.
		Identificar qué habilidades digitales consideran que necesitan reforzar en la práctica.
ENCUESTAS	estudiantes	Conocer la perspectiva que tienen frente al perfil profesional que requieren los medios y la importancia de tener conocimientos en materias digitales.
		Conocer si creen que los estudiantes están capacitados para cumplir con todas sus demandas laborales, y conocer si están de acuerdo en hacer un cambio en las mallas o materias de las universidades.
		Definir cuáles son aquellas herramientas digitales que dominan y cuáles no.

Elaborado por: De La Torre (2019)

**Tabla 4:**

*Técnicas de recolección de datos cualitativos*

<b>RECOLECCIÓN DE DATOS CUALITATIVOS</b>		
<i>La recolección de datos cualitativa se definió en congruencia con los objetivos específicos planteados al inicio de la investigación y se han desarrollado a lo largo del marco teórico como lo mencionan los autores (Sampieri, Fernández, &amp; Baptista, 2014) .</i>		
DOCUMENTAL	Definir cuáles son las habilidades que deben desarrollar los estudiantes	<ul style="list-style-type: none"><li>• Libros de texto, tesis</li><li>• revistas especializadas de comunicación</li><li>• blogs, portales web especializados.</li><li>• estadísticas e informes</li></ul>
	Determinar cuáles son las plataformas digitales que permiten el desarrollo periodístico de los estudiantes	
	Explicar cómo el uso de estas herramientas potencia las oportunidades en el campo laboral a los estudiantes	

Elaborado por: De La Torre (2019)

### **3.5 Población y muestra**

#### **3.5.1. Población.-**

Se define como población al “conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.174) (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014)

Para desarrollar la presente investigación se optó por trabajar con la población compuesta por estudiantes del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social

FACSO ubicada al Norte de Guayaquil específicamente en la parroquia Tarqui, comprendida entre la ciudadela Quisquis Calle Eugenio Espejo E/Hector Toscano y A. Romero Castillo.

### **3.5.2. Muestra.-**

La unidad de muestreo es el tipo de caso que se escoge para estudiar, como lo explican los autores (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014) es la población del cual se recolectan los datos. De acuerdo al diseño de esta investigación la muestra es de tipo no probabilística, puesto que la “elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador”. (p.176) (Sampieri, Fernández, & Baptista, 2014)

En el presente trabajo se ha definido como unidades de muestreo a 88 estudiantes del octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad General de Guayaquil. También como muestra a un periodista de medios digitales y un periodista de medio tradicional. Adicional a ellos, el director de la carrera de comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

La muestra de los estudiantes comprende a los matriculados en el octavo semestre “B” del periodo 2019-2020, horario matutino y nocturno en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad General, ubicada al Norte de Guayaquil específicamente en la parroquia Tarqui, comprendida entre la ciudadela Quisquis Calle Eugenio Espejo E/Héctor Toscano y A. Romero Castillo.

## **3.6 Análisis de resultados**

El análisis de resultados inicia mediante la recolección y tabulación de datos cuantitativos, en este caso, los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) para luego presentar los resultados en forma de tablas y cuadros estadísticos, más el análisis de cada uno de los datos recolectados. La parte cuantitativa, se desarrolla a partir del análisis de las entrevistas.

## **3.7 Presentación y tabulación de encuestas**

Para explicar los resultados obtenidos, se presentará la pregunta con su respectivo gráfico y análisis.

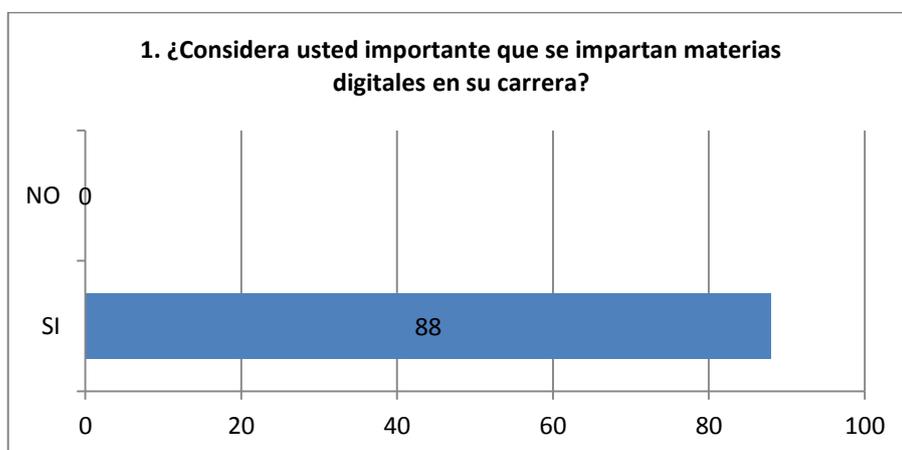
**Pregunta 1.- ¿Considera usted importante que se impartan materias digitales en su carrera?**

**Tabla 5**

*Importancia de materias digitales*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100%
NO	0	0%
TOTALES	88	100%

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 1:** Gráfico de barras, pregunta #1

Elaborado por: De La Torre (2019)

**Análisis.-**

Como se puede observar en el gráfico, los estudiantes están de acuerdo que recibir formación académica en materias digitales es importante, en consecuencia la malla curricular cubre la materia de “taller de periodismo digital” en el cuarto semestre, aun así los estudiantes consideran que no es suficiente una sola materia digital, puesto que en un solo semestre no se cubre en su totalidad todos los temas.

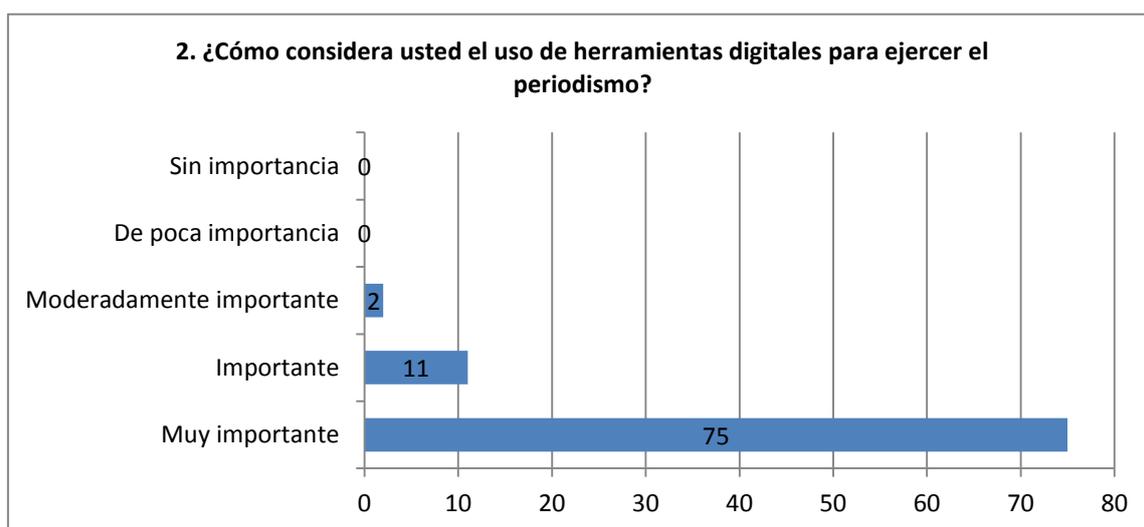
**Pregunta 2.- ¿Cómo considera usted el uso de herramientas digitales para ejercer el periodismo?**

**Tabla 6**

*Uso de herramientas digitales*

DETALLE	Muy importante	Importante	Moderadamente importante	De poca importancia	Sin importancia
FRECUENCIA	75	11	2	0	0
PORCENTAJE	85%	13%	2%	0%	0%

**Elaborado por:** De La Torre (2019)



**Figura 2:** Gráfico de barras, pregunta#2

Elaborado por: De La Torre (2019)

**Análisis.-**

La mayoría de los encuestados considera muy importante el uso de las herramientas digitales, con esto podemos afirmar que el interés de los estudiantes es progresivo de acuerdo a la evolución tecnológica aplicada en su carrera, por lo tanto es creciente la demanda de la enseñanza académica de este tópico, puesto que muchos consideran que hay falencias en su aprendizaje.

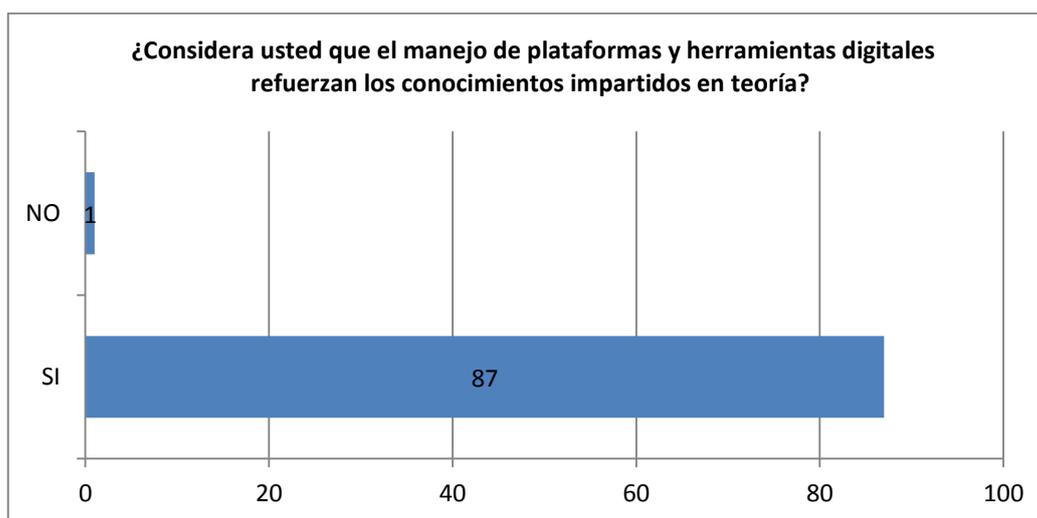
**Pregunta 3.- ¿Considera usted que el manejo de plataformas y herramientas digitales refuerzan los conocimientos impartidos en teoría?**

**Tabla 7**

*Manejo de plataformas digitales*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	87	99%
NO	1	1%
TOTALES	88	100%

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 3:** Gráfico de barras, pregunta#3

Elaborado por: De La Torre (2019)

**Análisis.-**

Los encuestados respondieron de manera afirmativa a que la práctica refuerza la teoría, en este caso como muchos mencionaron en las encuestas, “ayudan a la adaptación del periodista”; “se enriquece el conocimiento a través de la práctica”; “con la práctica de lo teórico se refuerza lo aprendido, conociendo y manipulando las nuevas tecnologías” y “esto ayuda a mejorar las capacidades mediante la práctica”.

Con estos resultados podemos evidenciar que los estudiantes consideran que la teoría debe complementarse con la práctica para fortalecer sus conocimientos.

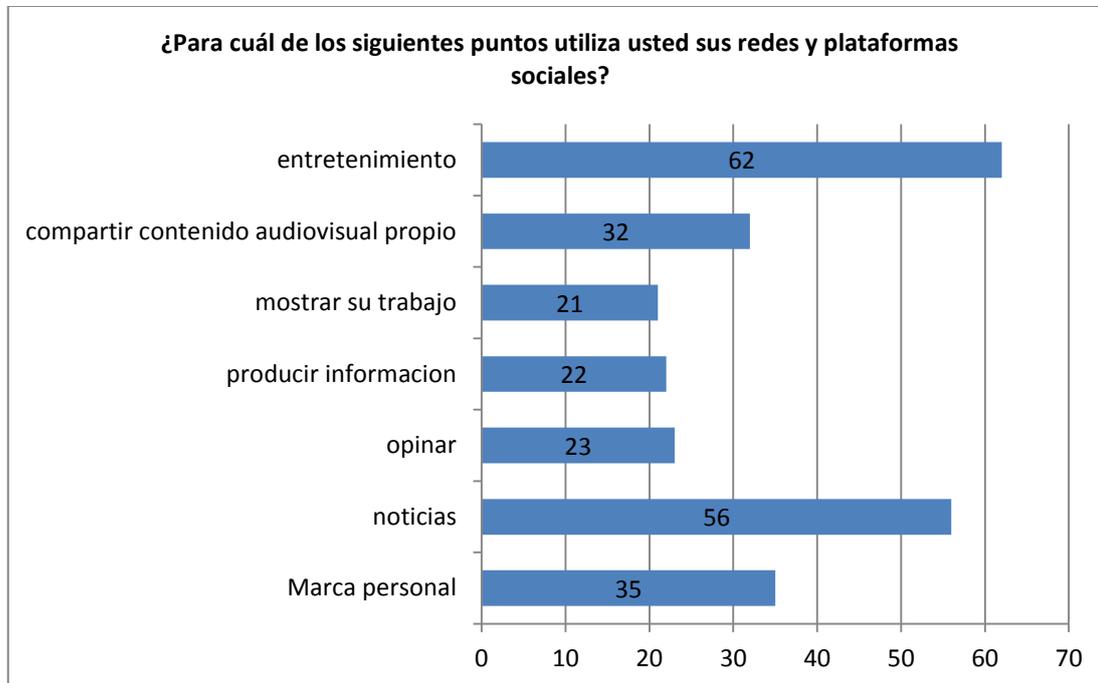
**Pregunta 4.- ¿Para cuál de los siguientes puntos utiliza usted sus redes y plataformas sociales?**

**Tabla 8**

*Uso de redes y plataformas*

DETALLE	Crear una marca personal	Compartir noticias	Opinar sobre temas de coyuntura	Producir información	Mostrar su trabajo periodístico universitario	Compartir contenido audiovisual propio	Entretenimiento
FRECUENCIA	35	56	23	22	21	32	62
PORCENTAJE	14%	22%	9%	9%	9%	13%	62%

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 4:** Gráfico de barras, pregunta#4

Elaborado por: De La Torre (2019)

### **Análisis.-**

Aunque se evidencia una mayoría de encuestados que usan sus redes para el entretenimiento personal, el 22% las usa para compartir noticias desde sus perfiles, evidenciando así que como periodistas están interesados en mantener activas sus cuentas con noticias y temas que están relacionados con su carrera. Así también aunque el porcentaje es menor, hay estudiantes que ya desarrollan sus propios contenidos audiovisuales o multimedia y los comparten a través de las plataformas y redes, siendo así que el 9% produce información y el 13% comparte su contenido audiovisual propio. Demostrando según los resultados, que los estudiantes están presentes en las redes y plataformas como futuros profesionales de la comunicación y por lo tanto deben tener conocimientos específicos para optimizar sus trabajos.

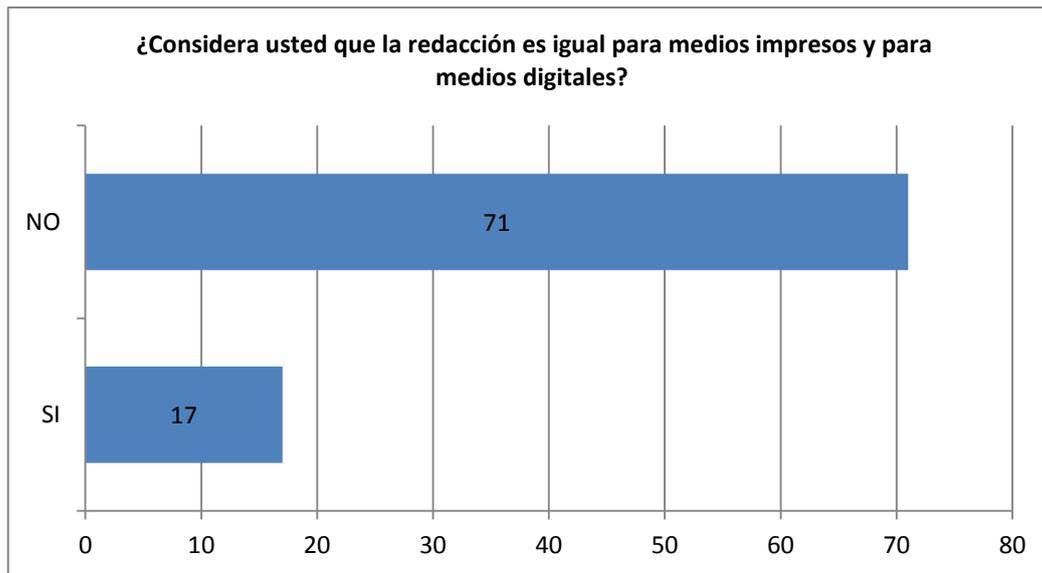
**Pregunta 5.- ¿Considera usted que la redacción es igual para medios impresos y para medios digitales?**

**Tabla 9**

*Redacción de medios impresos y digitales*

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	17	19%
<b>NO</b>	71	81%
<b>TOTALES</b>	88	100%

**Elaborado por:** De La Torre (2019)



**Figura 5:** Gráfico de barras, pregunta#5

Elaborado por: De La Torre (2019)

#### **Análisis.-**

Con esta pregunta se quiso conocer si los estudiantes pueden definir las diferencias entre la redacción para medios impresos y para medios digitales, como se observa en el gráfico, el 81% de los encuestados considera que la redacción es diferente en ambos medios, reconociendo así que mediante la enseñanza es importante impartir conocimientos relacionados a este tópico, que más que fundamentado en teoría, como se evidencia en la pregunta #3, estos conocimientos deben ponerse en práctica. Los encuestados manifestaron que la redacción NO es igual porque:

- "En la parte digital la redacción es más reducida".
- "En medios impresos se requiere de una técnica más apropiada"
- "En los medios digitales cuenta más lo visual que lo textual".
- "En digital, no se lleva una estructura formal".
- "Son dos tipos de público diferente".

Aquellos encuestados que contestaron SI, manifestaron lo siguiente:

- "Debe seguir una línea periodística adecuada".
- "Porque hablan lo mismo, con veracidad".
- "La buena redacción estructurada no cambia pero si la presentación de la información".

- "Porque se redacta para un público general".

Como se mencionó anteriormente, de acuerdo a los resultados se constata que es importante no solo la base teórica de la redacción sino entrar en el campo práctico, en este caso para ambos medios, el impreso y el digital para que de esta manera los estudiantes puedan reforzar sus conocimientos y poder diferenciar cómo se deben redactar los contenidos, no solo de acuerdo al público o al tema, sino de acuerdo a las plataformas donde serán publicados.

**Pregunta 6.- ¿Cuál de las siguientes herramientas maneja y en qué proporción?**

**Tabla 10**

*Manejo de herramientas digitales Adobe*

	Adobe Premier	Adobe Audition	Adobe Illustrator	Adobe InDesign	Adobe AfterEffects	Adobe Photoshop
<b>Conocen la herramienta</b>	11% (77)	11% (74)	9% (62)	6% (41)	7% (49)	10% (70)
<b>blancos</b>	11	14	26	47	39	18
<b>encuestados</b>	88	88	88	88	88	88

Elaborado por: De La Torre (2019)

**Tabla 11**

*Manejo de herramientas para edición web*

	Canva	Wix	Wordpress	Google	ThingLink	Flickr
<b>Conocen la herramienta</b>	10% 69	9% 64	10% 52	11% 79	4% 28	4% 30
<b>blancos</b>	19	24	36	9	60	58
<b>encuestados</b>	88	88	88	88	88	88

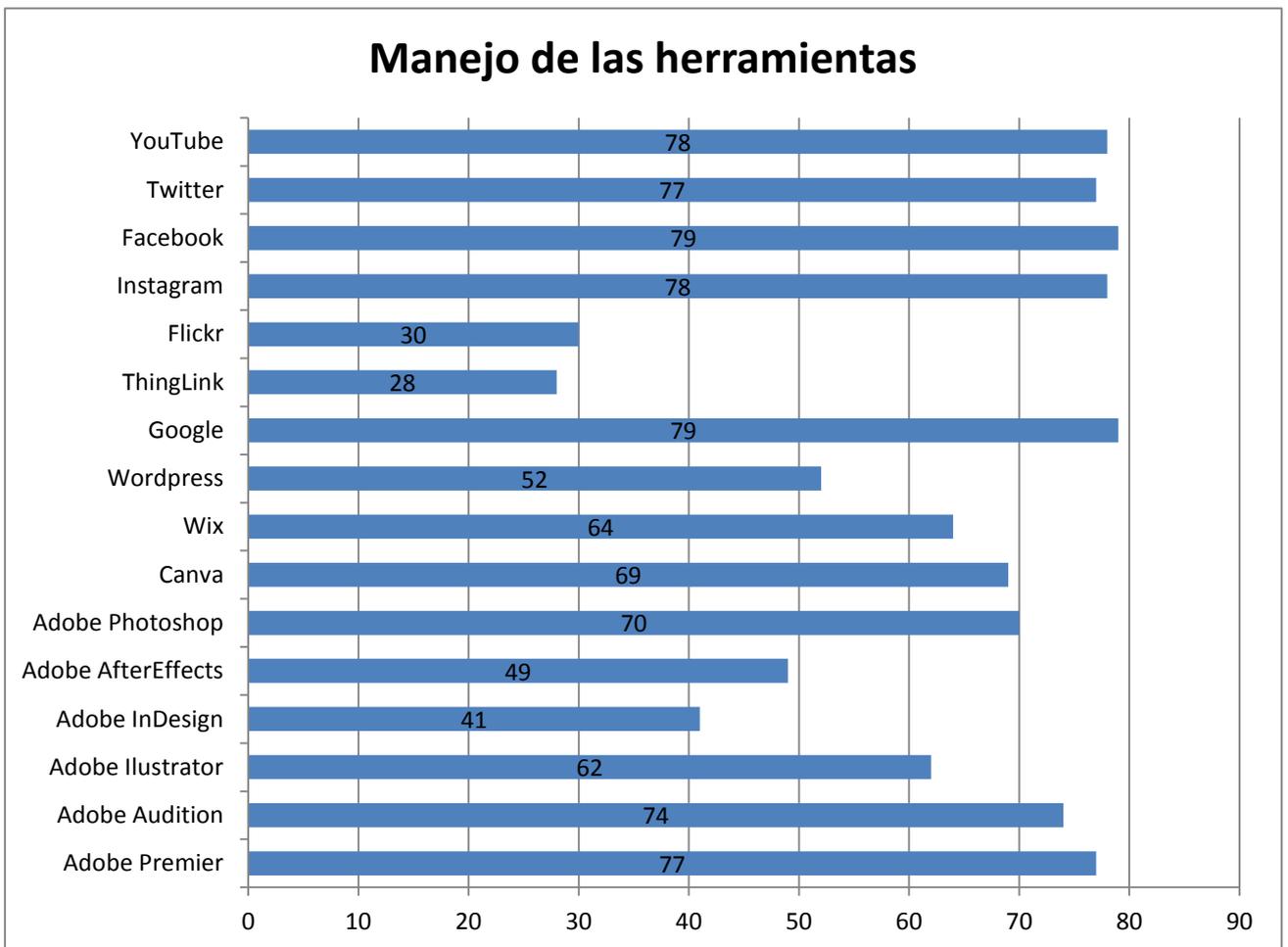
Elaborado por: De La Torre (2019)

**Tabla 12**

*Manejo de redes sociales*

	<b>Instagram</b>	<b>Facebook</b>	<b>Twitter</b>	<b>Youtube</b>
<b>Conocen la herramienta</b>	8%	8%	8%	8%
<b>blancos</b>	78	79	77	78
<b>encuestados</b>	10	09	11	10
	88	88	88	88

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 6:** Gráfico de barras, pregunta#6

Elaborado por: De La Torre (2019)

#### **Análisis.-**

Según los resultados la mayoría de los encuestados sobre sus conocimientos de paquete de herramientas de adobe, el 8% conoce la herramienta y más de la mitad de los encuestados consideran que son buenos y muy buenos con el manejo de Adobe Premiere, al igual que Adobe Audition Y en menor proporción Adobe Photoshop. Sin embargo, Adobe Indesign, Illustrator y After Effects se manejan en menor medida y en algunos casos no se conoce la herramienta.

De esta manera podemos considerar que existe interés de los estudiantes por aprender sobre edición de videos y audios en programas profesionales, que según la

mayoría de encuestados estos conocimientos no han sido impartidos como parte de sus materias, sino de manera autodidacta o en otros centros de estudios.

Con herramientas para crear contenido de redes, el 7% maneja Canva y considera que su rendimiento en esta herramienta es muy bueno y excelente; acerca de la creación de páginas web, entre Wix y Wordpress no hay una diferencia notable en cuanto a su manejo, la mayoría de los encuestados conoce la herramienta y la manejan de manera excelente y muy bueno, a diferencia de las aplicaciones ThingLink y Flirck que la más de la mitad de los encuestados no conoce la herramienta.

Respecto a las herramientas de contenido social, se puede evidenciar que los encuestados manejan estas en la misma medida, siendo esta de manera excelente, sin embargo se desconoce si los estudiantes han considerado dentro del uso y sus funcionamientos la parte de análisis de estadísticas y tráfico dentro de estas herramientas.

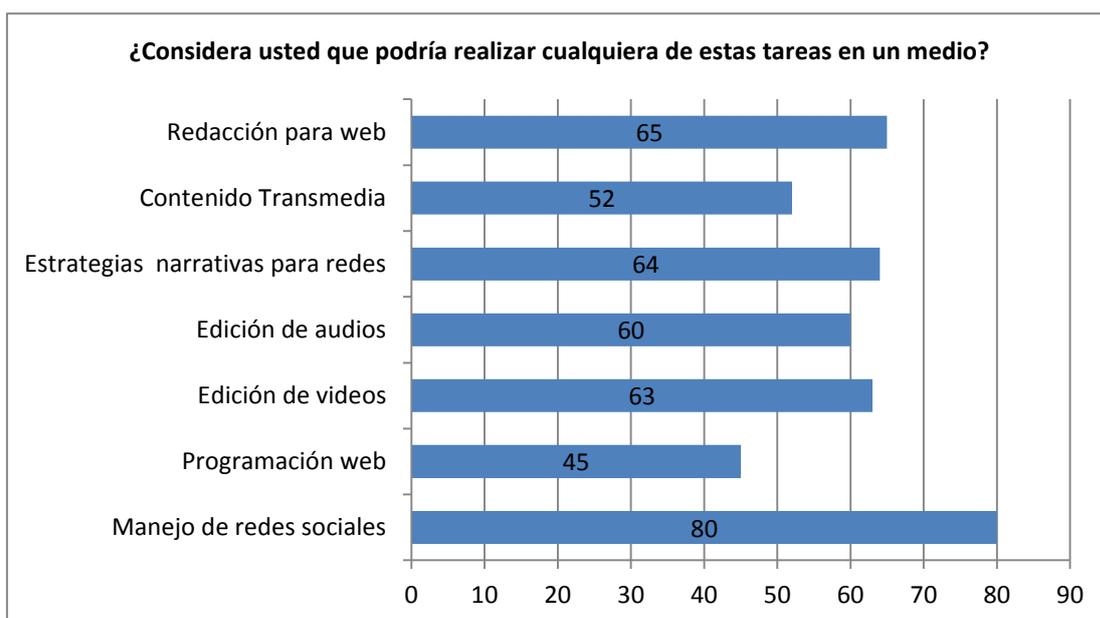
**Pregunta 7.- ¿Considera usted que podría realizar cualquiera de estas tareas en un medio?**

**Tabla 13**

*Tareas a realizar en un medio*

	<b>Manejo de redes sociales</b>	<b>Programación web</b>	<b>Edición de videos</b>	<b>Edición de audios</b>	<b>Estrategias narrativas para redes</b>	<b>Contenido Transmedia</b>	<b>Redacción para web</b>
<b>Totalmente de acuerdo</b>	57	26	36	34	37	30	42
<b>De acuerdo</b>	23	19	27	28	27	22	23
<b>Indeciso</b>	2	21	9	11	10	17	11
<b>En desacuerdo</b>	0	7	4	1	0	2	0
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	3	2	1	1	1	1
<b>no respondió</b>	6	12	10	13	13	16	11
<b>Total</b>	88	88	88	88	88	88	88

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 7:** Gráfico de barras, pregunta#7

Elaborado por: De La Torre (2019)

### **Análisis.-**

Los resultados demuestran que el 19% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que pueden realizar el manejo de redes sociales, sin embargo, cuando se trata de crear el contenido transmedia, entendido como el contenido para diferentes plataformas, el porcentaje es menor, 12% , teniendo en cuenta que el contenido puede ser multimedia, los estudiantes para crear esos contenidos deben manejar programas de edición, de los cuales el 15% está totalmente de acuerdo y el 14% de acuerdo en poder realizar ediciones de audio y video, como complemento los encuestados al tratarse de realizar estrategias narrativas para redes, que es decidir de qué manera se va a comunicar una información el 15% dice estar totalmente de acuerdo en poder realizar la tarea. Tomando en cuenta que el manejo de redes sociales se complementa con las demás tareas, el número de encuestados que podrían realizar de forma eficiente todas estas tareas, se reduciría notablemente.

Para redacción web, al menos la mitad de los encuestados está totalmente de acuerdo en realizar esta tarea, aquí podemos evidenciar que lo planteado en la pregunta

#3 se cumple, aunque los estudiantes conocen la teoría sobre redacción, como se describe en la pregunta #5, en la práctica solo el 15% confía en que puede realizar la tarea.

Y de acuerdo a la tarea de programación web, el 10% está totalmente de acuerdo en realizar la tarea, esto como consecuencia de que la malla curricular no aporta materias de programación web o alguna relacionada con esta área digital sin embargo, se evidencia según la pregunta #6, que los estudiantes conocen de dos herramientas que están relacionadas con la programación web, wix 20% y wordpress 16% de los encuestados.

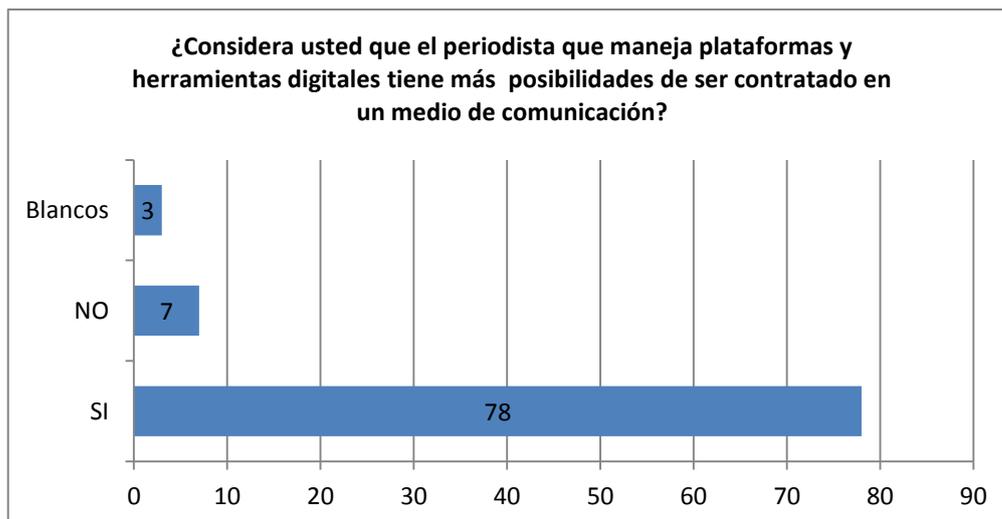
**Pregunta 8.- ¿Considera usted que el periodista que maneja plataformas y herramientas digitales tiene más posibilidades de ser contratado en un medio de comunicación?**

**Tabla 14**

*Manejo de herramientas y oportunidades de trabajo*

<b>DETALLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>SI</b>	78	90%
<b>NO</b>	7	8%
<b>En blanco</b>	3	2%
<b>encuestados</b>	88	100%

**Elaborado por:** De La Torre (2019)



**Figura 8:** Gráfico de barras, pregunta#8

Elaborado por: De La Torre (2019)

#### **Análisis.-**

Los resultados reflejan que la mayoría de los encuestados ha contestado de manera afirmativa, ellos consideran que el periodista que maneja la parte digital tiene mucho más conocimiento y no solo puede desempeñarse en un medio de comunicación sino también en empresas o emprendimientos personales que se explotan a través de las redes, además consideran que es una necesidad del comunicador manejar las plataformas y herramientas de acuerdo al impacto que tiene la tecnología en la comunicación y la migración de los medios hacia estas plataformas.

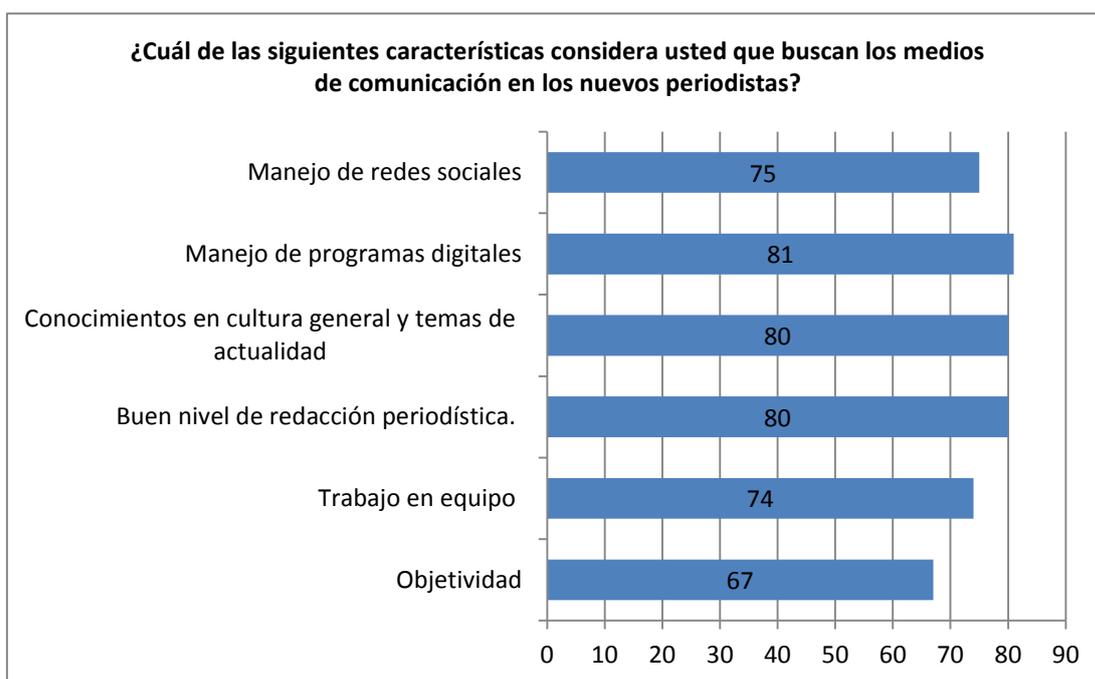
**Pregunta 9.- ¿Cuál de las siguientes características considera usted que buscan los medios de comunicación en los nuevos periodistas?**

**Tabla 15**

*Características que buscan los medios en periodistas*

	Objetividad	Trabajo en equipo	Buen nivel de redacción periodística.	Conocimientos en cultura general y temas de actualidad	Manejo de programas digitales	Manejo de redes sociales
<b>Totalmente de acuerdo</b>	34	43	64	59	69	57
<b>De acuerdo</b>	31	31	16	21	12	18
<b>Indeciso</b>	9	2	0	0	1	0
<b>En desacuerdo</b>	2	0	0	0	0	0
<b>Totalmente en desacuerdo</b>	0	0	0	0	0	0
<b>no respondió</b>	12	12	8	8	6	13
<b>encuestados</b>	88	88	88	88	88	88

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 9:** Gráfico de barras, pregunta#9

Elaborado por: De La Torre (2019)

### **Análisis.-**

Esta pregunta tiene el propósito de conocer qué características piensa el estudiante que busca el medio de comunicación en los futuros periodistas. Según los resultados, el 18% consideran que el manejo de programas digitales es la característica que más buscan los medios, 18% en buen nivel de redacción periodística, acompañadas del 18% de conocimientos de cultura general y temas de actualidad, 16% en el manejo de redes sociales, demostrando de esta manera que los estudiantes tienen gran interés y una necesidad presente por el aprendizaje y dominio en materia digital, dejando atrás el tema de la objetividad y el trabajo en equipo. Con este resultado se refuerza la idea que los estudiantes buscan formarse tanto en la parte teórica tradicional como en la digital, no sólo porque considera que tendrá más conocimientos sino que puede aportar en sus posibilidades de ser contratados porque se maneja en diferentes campos comunicativos.

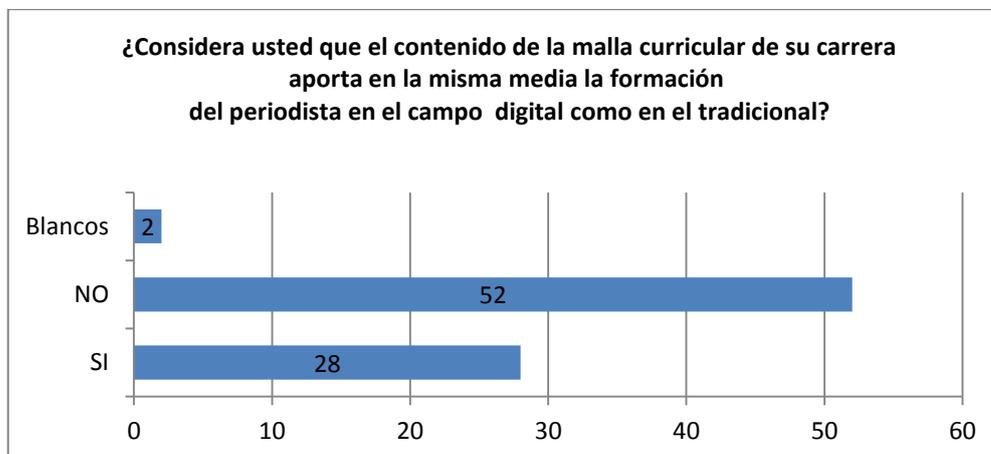
**Pregunta 10.- ¿Considera usted que el contenido de la malla curricular de su carrera aporta en la misma medida la formación del periodista en el campo digital como en el tradicional?**

**Tabla 16**

*Formación del periodista*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	28	34%
NO	58	63%
En blanco	2	3%
encuestados	88	100%

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 10:** Gráfico de barras, pregunta#10

Elaborado por: De La Torre (2019)

### Análisis.-

Aunque la malla curricular es una de las más completas de acuerdo a materias de producción, se evidencia una inconformidad del 65% de los encuestados frente a las materias digitales, la mayoría no cree que sus materias están impartidas de forma igualitaria sino que aportan a la formación de periodistas más tradicionales, esta inconformidad se puede asumir de acuerdo a que en las preguntas anteriores consideran que es de suma importancia estar a la vanguardia de la tecnología comunicativa como han expresado en las encuestas.

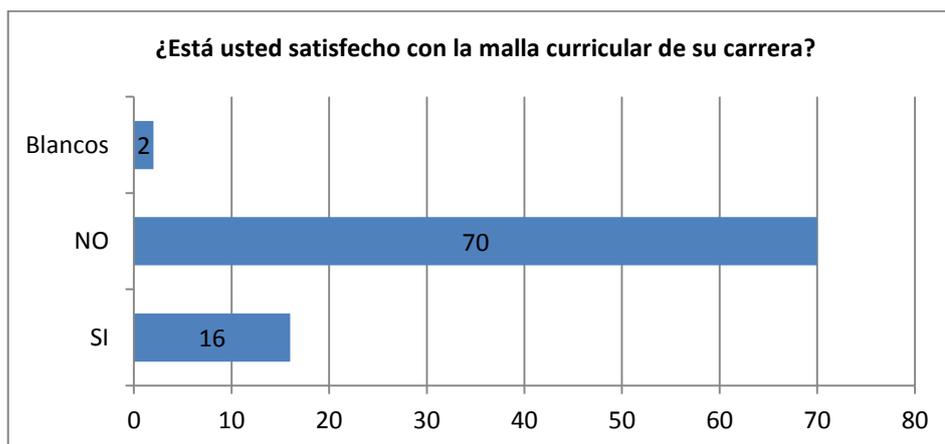
### Pregunta 11.- ¿Está usted satisfecho con la malla curricular de su carrera?

**Tabla 17**

*Malla curricular*

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	18%
NO	70	80%
En blanco	2	2%
encuestados	88	100%

Elaborado por: De La Torre (2019)



**Figura 11:** Gráfico de barras, pregunta#11

Elaborado por: De La Torre (2019)

## **Análisis.-**

Como se puede observar la mayoría de los encuestados aunque no está satisfecho con su malla curricular, manifiestan que el problema no es la malla completa, sino la falta de materias y la falta de prácticas tomando en consideración que en consecuencia de estudiar la teoría debería implementarse la práctica de campo para reforzar su aprendizaje. También, se evidencia que hay una disconformidad por materias básicas que son netamente teóricas y materias de especialización como “Administración de empresas y comunicación” y “marketing y publicidad”, aunque para un porcentaje de estudiantes considera que se deben implementar más materias como las mencionadas, puesto que el área comunicativa se está expandiendo.

### **3.7.1. Análisis e interpretación general de los resultados.-**

En conclusión, de las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

-Los encuestados afirman que recibir materias digitales es muy importante dentro de su carrera, puesto que al egresar de la universidad como profesionales los recibe un medio que va a la vanguardia con la tecnología por lo cual deben adaptarse rápidamente a la forma de trabajo.

-En relación a la práctica, según la malla curricular las materias de producción se dictan en dos semestres, sin embargo los encuestados manifiestan inconformidad porque consideran que la mayor parte del semestre es teórica y la práctica muy básica, por otro lado cuando se refiere a herramientas digitales como las mencionadas en este estudio, no reciben conocimientos relacionados y deben aprender en otros centros de estudio especializados.

-Para la mayoría de encuestados manejar herramientas digitales los posiciona en mejores lugares frente a un puesto de trabajo, ya que consideran que tendrán más oportunidades y el área donde pueden desenvolverse de manera profesional será más amplia, así también consideran que manejar estas herramientas es una característica que buscan los medios.

-Por lo menos más de la mitad de los encuestados está presente en las redes y aplicaciones sociales como se ha demostrado, muchos ya están compartiendo sus contenidos independientes, para ello deben usar herramientas digitales y potenciar sus habilidades y así poder crear una marca personal, que de acuerdo al nuevo perfil del comunicador es necesaria en el área de la comunicación actual.

### **3.8 Análisis cualitativo de las entrevistas**

A continuación se presenta un análisis cualitativo de las perspectivas de los entrevistados quienes expusieron su visión acerca del tema y la importancia que tiene tratarlo como parte del área comunicativa.

#### **3.8.1. Entrevista al Licenciado en comunicación social Danny Wilka, Director de la radio Online Wilar RTV.**

Como director de la radio online que maneja, Danny Wilka ha tenido a su tutoría varios estudiantes de comunicación social, a quienes ha apoyado como pasantes del medio. A su consideración como periodista que ejerce en el medio digital es imperante que se forme a los estudiantes no solo en el periodismo tradicional, sino que afirma la importancia de educar a comunicadores preparados para el mundo digital, eficientes en el manejo de herramientas y plataformas digitales, puesto que para él este es un requisito fundamental para ser parte de su medio y una característica de los futuros colegas.

Y aunque los conocimientos digitales especializados para programas como Adobe premier y Audition se pueden aprender en línea, el licenciado considera que deben ser las universidades las que aportan estos conocimientos a los estudiantes y estar a la par de la vanguardia comunicativa, así como mencionó muchas veces los estudiantes buscan realizar sus pasantías en los medios esperando aprender la parte práctica en ese momento, cuando lo que los directores de medios esperan es que los estudiantes aporten nuevas formas de comunicar, algo que considera propio de la juventud.

Una de las cosas que más se puntualizan es sobre manejar las 3 plataformas sociales que están en el mercado como el licenciado Wilka, menciona, Facebook, Instagram y Twitter.

Se busca que los estudiantes sean capaces de manejar con efectividad aquellas redes y que conozcan cómo escribir y dirigirse a sus audiencias, especializando la redacción para cada una de ellas, y no solo eso sino que estén preparados para editar sus contenidos multimedia con inmediatez ayudándose de las herramientas tecnológicas y las apps que pueden descargar en sus celulares.

De esta manera podemos concluir que si bien la parte del periodismo tradicional es la base de la enseñanza, de acuerdo a la evolución del campo comunicativo y las nuevas herramientas y plataformas que surgen como medio para la comunicación es fundamental formar a los próximos comunicadores en estas áreas que son el futuro de la comunicación.

### **3.8.2. Entrevista Jorge Luis Pérez, Director de contenido de programa “En Contacto”, del canal Ecuavisa, guionista y docente de universidad.**

Jorge Luis Pérez, luego de años como docente de universidad admite que existe un sistema educativo pasivo, que necesita del compromiso de directivos, docentes y estudiantes para lograr un cambio progresivo de acuerdo a la enseñanza dentro de la academia frente al universo laboral.

Al hablar de las características del comunicador dentro de las especificaciones que se busca en el mercado laboral, Jorge comenta que los estudiantes deben tener conocimientos muy amplios con respecto a la edición, postproducción, sonido, el manejo web, porque lo audiovisual virtual es como un segundo idioma, porque el entretenimiento y la información está basada en ese aspecto de las redes sociales y en la inmediatez.

De acuerdo a esto, considera que lo más importante para que los estudiantes estén preparados, es la práctica. Como tutor de pasantes del medio en el que labora expresa que el medio se enfoca en la experiencia que tienen, es decir, se requiere una persona que aporte ideas, que las realice y que tenga criterio para opinar sobre el trabajo profesional.

Considera que un estudiante de comunicación debe poder expresar algo en el medio que se le presente, si es en red digital como community manager, o relacionista público debe poder comunicar lo que la empresa pide. Debe estar preparado para poder comunicarse con tener herramientas y el conocimiento que la empresa asume que ya posee.

De acuerdo a Jorge, los medios de comunicación ya sean tradicionales o no, se manejan en el ambiente digital, por lo que considera fundamental que los estudiantes y nuevos comunicadores, estén formados académicamente en materia digital y que se aseguren de conocer sobre plataformas y herramientas digitales para poder expresar lo teórico a través de ellas.

### **3.8.3. Entrevista al Magister Julio Ormanza; Director de Carrera de la Facultad de Comunicación social FACSO.**

El entrevistado es director de la carrera de comunicación de la FACSO, con años de experiencia ejerciendo el periodismo y docencia.

En relación al perfil del egresado de comunicación de la carrera que dirige, considera que hay dos grupos de estudiantes que tendrán conocimientos básicos referente a plataformas y herramientas digitales, estos estudiantes, considera que tienen la capacidad de laborar en medios tradicionales y realizar las tareas de un comunicador dentro de un medio de comunicación, pero reconoce que en el ámbito digital no tienen un nivel de conocimiento a profundidad.

A causa de ello, se está trabajando como facultad de comunicación en una reforma de materias que él expresa han cumplido su ciclo, cambiando estas por materias como teoría del sonido aplicada a la producción audiovisual, fotografía y periodismo digital, periodismo deportivo, producción de cine y elaboración de guiones, comunicación para manejo de crisis, y emprendimiento; esta última con la finalidad de que los futuros comunicadores busquen crear sus propios medios digitales y no aspiren solo llegar a los medios tradicionales.

Y aunque considera que la integración de nuevas materias digitales es importante para la educación actual, expresa que el comunicador se debe educar en las bases del

periodismo tradicional, porque no cambia, lo que cambia son las herramientas con las que realizan actualmente su trabajo y las plataformas donde presentan la información.

## CONCLUSIONES

La investigación realizada determina que el manejo de plataformas y herramientas digitales si potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes en la parte práctica, es decir, la enseñanza teórica es considerada base del periodismo pero sin la práctica genera vacíos en la formación del profesional de la comunicación.

En la práctica de plataformas y herramientas multimedia se refuerzan las habilidades de redacción, locución y edición de videos, además del manejo de información transmedia, que permite al estudiante determinar cuál es la mejor forma de comunicar dependiendo del tema, la relevancia y la plataforma desde donde se va a difundir la información. De acuerdo a la teoría y a los entrevistados, tener acceso y conocimientos en estas herramientas potencia la creatividad de emitir un mensaje en cualquier formato.

Las plataformas más usadas y donde tienen mayor presencia el grupo de análisis de este estudio son las plataformas de redes sociales, en este caso twitter, Instagram y Facebook, en donde desarrollan parte de sus contenidos propios, fortalecen sus habilidades de redacción y crean su marca personal, además de informarse e informar a otros al compartir noticias de coyuntura nacional e internacional. También, los programas del paquete Adobe, como Premier y Audition son manejados para crear sus propias ediciones que comparten en redes.

Asimismo, de acuerdo con los encuestados, ellos afirman que al manejar estas plataformas y herramientas sus posibilidades en el campo periodístico son mejores gracias a que el campo comunicativo en el que pueden laborar se expande, esto como consecuencia que a mayor conocimiento mayor área de desenvolvimiento, además se considera también que el perfil profesional del comunicador ha evolucionado de acuerdo a la tecnología y tener óptimo manejo en este campo es necesario para competir en el área de la comunicación y no solo para pertenecer a un campo laboral específico, sino que con el manejo de estas herramientas puede ser capaz de iniciar su medio independiente de trabajo desde cualquier plataforma y tener control sobre el contenido y el tráfico de audiencias que maneja.

De esta forma, se puede concluir que el estudio realizado comprueba que si los estudiantes de octavo semestre de comunicación social a lo largo de la carrera aprenden a manejar de manera óptima las herramientas y plataformas digitales podrán reforzar sus habilidades periodísticas a través de la puesta en práctica de la teoría básica del periodismo y así al egresar de la universidad pueden tener mayores oportunidades en el campo laboral

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social que busquen optimizar sus habilidades periodísticas bajo la práctica con la ayuda de plataformas online gratuitas como hemos mencionado a lo largo del estudio, para que así puedan reforzar la teoría impartida en clases.

También, se hace una recomendación deferente a la Facultad de Comunicación Social FACSO, para que se garantice a los estudiantes el cumplimiento de la nueva malla curricular de la carrera de comunicación, tanto en la parte teórica como en la parte práctica y se recomienda además el uso de herramientas y plataformas actualizadas de acuerdo con el avance tecnológico y la vanguardia comunicativa.

Igualmente se recomienda hacer uso óptimo y regular de los espacios y los equipos de la facultad designados para el crecimiento académico como cámaras, computadoras, etc, que seguro aportan de manera efectiva a la enseñanza del periodismo profesional de los futuros comunicadores.

Por último, se recomienda a los docentes de la facultad de comunicación social reafirmar su compromiso con la enseñanza a través de nuevas prácticas de formación académica que incluyan la participación activa de los estudiantes en el campo práctico digital y asimismo incentivarlos a crear sus propios contenidos y estar presentes en las redes sociales actuales como futuros profesionales en el campo de la comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Obtenido de Escuela de diseño de Madrid.: <https://esdima.com/la-importancia-del-curso-de-indesign-en-madrid/>
- Adobe. (2019). *ADOBE*. Obtenido de <https://www.adobe.com/es/products/audition.html>
- Adrián, V. D. (06 de 12 de 2010). *e-historia*. Obtenido de <http://www.e-historia.cl/e-historia/wix-herramienta-de-construccion-de-sitio-web/>
- Alvarez De Armas, O. (2003). Periodismo digital, periodistas digitales y empresas. *Hipertext.net*.
- Álvarez, P. C., Andújar, C. S., Curiel, E. H., & Serrano, N. L. (2012). Periodismo y Social Media: ¿cómo están usando Twitter los periodistas españoles? *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 31-53.
- Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la Investigación*. Estado de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Briones, C. A. (noviembre de 2015). Las herramientas informáticas de edición en la formación de los estudiantes del sexto semestre de la carrera de comunicación social de FACSO. *Tesis*. Guayaquil, Ecuador.
- Budea, A. (junio de 2017). El rol del periodista en la era digital. Estrategias educativas en la comprensión del contexto social de aprendizaje universitario. *Conference paper*. Segovia.
- Carlos Alberto Scolari, J. M. (2008). *El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes*. Barcelona, España: Zer.
- CdR/Lab. (s.f.). Obtenido de Consejo de redacción: <https://consejoderedaccion.org/cdrlab/herramientas/item/308-conoce-canva-una-herramienta-de-diseno-grafico-para-inexpertos>
- Cobos, T. L. (2010). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Razón y Palabra*, 1-36.

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Crucianelli, S. (. (s.f.).
- Crucianelli, S. (2013). *Herramientas digitales para periodistas*.
- Departamento de internet*. (s.f.). Obtenido de <https://www.departamentodeinternet.com/que-es-un-cms-y-que-ventajas-tiene/>
- Dr. Xosé López-García, D. A.-I.-V.-F. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual . *Comunicar*.
- Elias Said Hung, J. M. (2010). Normatividad, accesibilidad y escenarios de desarrollo. En *TIC, comunicación y periodismo digital*. Uninorte.
- Facebook para empresas*. (s.f.). Obtenido de <https://es-la.facebook.com/business/learn>
- FACSO Estudiantil. (s.f.). Obtenido de <https://facsoestudiantil.es.tl/Escuela-de-Comunicaci%F3n-Social.htm>
- Francesc, F. G. (2012). El uso de recursos del periodismo digital en la prensa del Reino Unido, Francia, Estados Unidos y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 73-83.
- FUDE Educativo*. (s.f.). Obtenido de <https://www.educativo.net/articulos/razones-para-usar-adobe-indesign-621.html>
- García, X. L., & López, M. O. (2005). Las Herramientas Tecnológicas de la Nueva Información Periodística. En X. L. García, & M. O. López. España: Gesbiblo.
- Gómez, J. D., Hernández-Santaolalla, V., & Sanz-Marcos, P. (27 de abril de 2018). *scielo*. Obtenido de scielo: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000100019&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2018000100019&script=sci_arttext&tlng=en)
- Gómez-Calderón, B., & Roses, S. y.-B. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication.*, 191-200.

- Guallar, J. (2018). Prensa digital en 2015-2017. Los medios frente a las plataformas tecnológicas. *Anuario ThinkEPI*, pp. 225-229.
- Hart, J. (2019). *Top tools for learnig*. Obtenido de <https://www.toptools4learning.com/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Herrero Curiel, E. (2012). EL PERIODISMO EN EL SIGLO DE LAS REDES SOCIALES. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 1113-1128.
- Hung, E. S. (s.f.). *TIC, Comunicación y periodismo digital*. Rditiones Uninorte. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=Ghry5w2Se6AC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Ghry5w2Se6AC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Identro*. (s.f.). Obtenido de <https://www.idento.es/blog/sem/diferencias-entre-seo-y-sem/>
- Joselyne, D. L. (Diciembre de 2018). Encuesta.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Ecuador. Obtenido de [http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley\\_Organica\\_Comunicacion\\_reformada.pdf](http://www.cordicom.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/02/Ley_Organica_Comunicacion_reformada.pdf)
- LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PÚBLICA. (2004). Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/LOTAIP.pdf>
- LifeStyle al Cuadrado*. (s.f.). Obtenido de <https://www.lifestylealcuadrado.com/plugin-wordpress-sumome/>
- López, D. X. (2002). Nuevos perfiles de los periodistas. *Ámbitos*, 7-18.
- Manuel García-Borrego, P. F. (2018). Límites en el uso profesional de las redes sociales: el perfil de los futuros periodistas. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 94–107.

- María Sánchez Hernández, C. O. (s.f.). *Disciplinas auxiliares del periodismo en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Dykinson.
- Martín-Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. México.
- Martínez García, L., & Navarro, C. (2018). Organización laboral y perfiles profesionales de los nuevos medios digitales españoles creados por periodistas en tiempos de crisis. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 1445-1458.
- Martínez-Fresneda Osorio, H. (2008). El diseño periodístico, clave en la lectura crítica de la prensa. *Comunicar, volumen XV*, 179-184.
- Moreno, J. D. (25 de 07 de 2018). *CalamoyCran*. Obtenido de <https://www.calamoycran.com/blog/para-que-sirve-adobe-premiere-la-edicion-de-video>
- Naji, J. E. (2009). Educación en medios ante la brecha digital en los países del Sur. *Revista Científica de Educomunicación; Comunicar*, 41-50.
- Ochoa, Á. G. (12 de 07 de 2018). Desarrollo de una plataforma virtual integradora de saberes mediante el uso de herramientas transmedia. Ecuador.
- P Sánchez-García, E. C.-D. (2015). “Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes”. . *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 187 a 208. .
- Paula Marques-Hayasaki, C. R.-C. (2016). NUEVOS PERFILES PROFESIONALES Y COMPETENCIAS EN EL ÁMBITO PERIODÍSTICO: revisión de la literatura y entrevistas a profesionales en España. *Dossier*. España.
- Reglamento General de la Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/REGLAMENTO-LOC.pdf>
- Rojo, P. A. (2006). Prensa y convergencia tecnológica en la Era Digital. *Zer: Revista de estudios de comunicación.*, 411-424.

- Sampieri, R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Schwietert, J. (27 de julio de 2017). *Red Internacional de Periodistas*. Obtenido de <https://ijnet.org/es/story/commons-de-flickr-una-herramienta-internacional-con-recursos-para-periodistas>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa S.A; Grupo Noriega.
- ThingLink*. (s.f.). Obtenido de con acceso instantáneo a información adicional, audio, video, elementos incrustados y enlaces web.
- UCSG*. (2019). Obtenido de Universidad Católica Santiago de Guayaquil: <https://www.ucsg.edu.ec/flc/c008009/#malla>
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/flc/c008427/quienes-somos/>
- Universidad General; FACSO. (s.f.). Obtenido de <http://www.facso.ug.edu.ec/>
- Universidad Internacional del Ecuador. (2019). *UIDE*. Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador: <https://www.uide.edu.ec/pregrado-presencial/quito/facultad-de-jurisprudencia-ciencias-sociales-y-humanidades-andres-f-cordova/comunicacion/>
- Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. (2019). *ULVR*. Obtenido de Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil: <http://www.ulvr.edu.ec/academico/pregrado/ciencias-sociales-y-derecho/periodismo>
- Vera, D., Hojas, P., & Córdova, M. (2019). Las herramientas informáticas de edición en la formación de los futuros profesionales de la comunicación social en la FACSO de la Universidad de Guayaquil. *Revista Científica Ecociencia*, 1-24.
- Vizquete, J. I. (2003). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=300220>

Yépez Armijo, L. K. (2018). Análisis Del Community Manager Como Nuevo Perfil En Estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, de la Universidad de Guayaquil, 2018. Ecuador.

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### FORMULARIO DE ENCUESTA A ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL FACSO.

TEMA: PLATAFORMAS DIGITALES EN EL DESARROLLO DE HABILIDADES PERIODÍSTICAS.

Objetivo de la investigación.- Analizar cómo el manejo óptimo de las plataformas digitales potencia el desarrollo periodístico de los estudiantes de octavo semestre de la Facultad de Comunicación Social de Guayaquil FACSO, en el periodo 2019.

#### Preguntas.-

1. **¿Considera usted importante que se impartan materias digitales en su carrera?**

Sí	
No	

2. **¿Cómo considera usted el uso de herramientas digitales para ejercer el periodismo?**

Muy importante	
Importante	
Moderadamente importante	
De poca importancia	
Sin importancia	

**3. ¿Considera usted que el manejo de plataformas y herramientas digitales refuerzan los conocimientos impartidos en teoría?**

Sí	
No	

¿Por qué?


**4. ¿Para cuál de los siguientes puntos utiliza usted sus redes y plataformas sociales?**

Crear una marca personal	
Compartir noticias	
Opinar sobre temas de coyuntura	
Producir información	
Mostrar su trabajo periodístico universitario	
Compartir contenido audiovisual propio	
Entretenimiento	

**5. ¿Considera usted que la redacción es igual para medios impresos y para medios digitales?**

Sí	
No	

¿Por qué?


**6. ¿Cuál de las siguientes herramientas maneja y en qué proporción?**

	excelente	muy bueno	bueno	regular	malo	No conozco esta herramienta
Adobe Premier						
Adobe Audition						
Adobe Illustrator						
Adobe InDesign						
Adobe AfterEffects						
Adobe Photoshop						
Canva						
Wix						
WordPress						
Instagram						
Facebook						
Twitter						
Youtube						
Google						
ThingLink						
Flickr						

**7. ¿Considera usted que podría realizar cualquiera de estas tareas en un medio?**

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Manejo de redes sociales					
Programación web					
Edición de videos					
Edición de audios					
Estrategias narrativas para redes					
Contenido Transmedia					
Redacción para web					

**8. ¿Considera usted que el periodista que maneja plataformas y herramientas digitales tiene más posibilidades de ser contratado en un medio de comunicación?**

Sí	
No	


¿Por qué?

**9. ¿Cuál de las siguientes características considera usted que buscan los medios de comunicación en los nuevos periodistas?**

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Objetividad					
Trabajo en equipo					
Buen nivel de redacción periodística.					
Conocimientos en Cultura General y temas de actualidad					
Manejo de programas digitales					
Manejo de redes sociales					

**10. ¿Considera usted que el contenido de la malla curricular de su carrera aporta en la misma medida la formación del periodista en el campo digital como en el tradicional?**

Sí	
No	

**11. ¿Está usted satisfecho con la malla curricular de su carrera?**

Sí	
No	

¿Por qué?

--

## **ANEXO 2**

### **ENTREVISTA PERIODISTA DIGITAL.-**

**Nombre: Lcdo.Danny Wilka**

**Cargo: Director de la Radio Digital Wilar**

#### **1. ¿Cuáles son las características propias de un periodista tradicional y en qué lo diferencia de las del periodista digital?**

En este sentido las diferencias radican en el término tecnológico porque la base periodística no cambia, son las herramientas, las plataformas, los modelos con los cuales se va a transmitir o difundir la información las que cambian. También lo que diferencia al periodista tradicional es el internet, que cubre territorios que eliminan las barreras en el sentido de podernos comunicar y los medios de comunicación buscaron en ese medio una forma de producir y de ampliar su audiencia y es así como nace los medios de comunicación digitales y los periodistas, comunicadores han tenido que adaptarse tecnológicamente.

#### **2. ¿Cómo definiría al periodista digital?**

El periodista digital ya nace con los contenidos digitales, nace con las herramientas, con las plataformas y se prepara para ser competitivo frente a otros similares y sobre todo tener un criterio periodístico por los contenidos que se generan para poder determinar qué información es la adecuada y qué tratamiento debo hacer frente a una información falsa.

#### **3. ¿Qué herramientas podrían utilizar los estudiantes para desarrollar sus conocimientos en materia digital?**

Una herramienta hoy en día es una cámara, filmadora, grabadora integrada por un solo artículo electrónico un celular, ahí tengo todo lo que necesito, conexión a internet, cámara, video, fotos; todo lo necesario y puedo hacer mi trabajo pero no lo hace solo el teléfono si no son las herramientas llamadas apps con las cuales yo voy a poder trabajar. En mi caso como medio digital en mi teléfono yo trabajo con la aplicación porque no tengo tiempo para ir al estudio de la computadora y tengo que hacerlo en el menor

tiempo posible, yo utilizo un editor de video adaptado para el celular, puedo cortar, dividir, escribir el texto y subir la información en el menor tiempo posible.

#### **4. ¿Qué tipos de plataformas son las mejores para que los estudiantes empiecen a entrar en el mundo digital?**

Plataformas de redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, las más usadas y las plataformas de las páginas web. Lo importante es aprender de estas plataformas cómo se manejan y a qué audiencia van dirigidas.

Depende de la plataforma se hace una redacción diferente, en las plataformas sociales adquirimos un lenguaje de conexión con quienes las utilizan, por ejemplo en Instagram son las historias, en twitter son los mensajes cortos que tiene que ser concisos y precisos con una foto o un video y en Facebook se puede subir foto y un texto largo no hay no hay límite de caracteres pero tiene que ser algo llamativo. La esencia es adaptarlo al público al que se va a proyectar la información.

#### **5. ¿Existen ventajas entre los estudiantes que manejan las plataformas digitales con aquellos que tienen poco conocimiento en materia digital?**

La formación que debe tener el profesional o en este caso el estudiante de ahora debe ir acorde a esos cambios tecnológicos pero sin perder nunca la parte fundamental del periodismo y complementarla con la tecnología, así obviamente van a tener una mayor oportunidad laboral

Quien sabe editar un video, un audio, una foto, manejar redes sociales puede tener una mejor posibilidad de encontrar un trabajo, tiene ventajas, la persona que ingresa es más competitivo y no se está dejando atrás a los editores o diseñadores, sino que simplemente es complemento de su profesión para que pueda hacer su propio trabajo, hoy en día el periodista es digital.

#### **6. ¿Qué características se buscan en los estudiantes en un medio digital?**

Lo principal saber el manejo básico de redes sociales, nos referimos a las tres que están en el mercado y otras como YouTube. También es importante conocer qué es ser un community manager, un administrador de redes es decir, cómo crear contenidos.

**7. ¿Cree que es necesario que los estudiantes aprendan a utilizar estas plataformas antes de salir de la universidad o deben aprenderlas en el ejercicio profesional?**

En la universidades considero yo por la experiencia que tenemos acá los estudiantes carecen muchas veces hasta de conceptos básicos como editar en adobe premiere, dicen no me enseñaron, no saben manejar adobe audition, o final cut, para edición de canales de televisión. Muchas veces simplemente mandan al estudiante para que todo lo que has aprendido en la universidad lo adquieran en el medio, cuando el medio busca es que ese pasante venga a generar ideas, venga hacer parte motriz con su iniciativa propia, generar nuevas formas de crear.

Entonces las universidades deben preocuparse de formar a los profesionales en el uso adecuado de las herramientas tecnológicas, en el uso adecuado del lenguaje del mundo digital, de conocer herramientas de marketing digital para que entonces de esa forma sea competitiva y le permita abrirse en el mercado laboral y sea una persona que tenga mayor éxito.

**8. ¿Considera que estas habilidades que se desarrollan a partir del uso de herramientas y plataformas digitales deberían ser tomadas como una especialidad luego de egresar o las universidades deberían integrarlas a sus mallas curriculares entre cada semestre?**

La universidad por lo menos en este sentido debe enseñar aparte del periodismo digital y redes, de conceptos básicos de informática de contenidos, de cómo hacer páginas webs, cómo manejar los streaming y qué programas se utilizan, porque la esencia del periodismo es la misma, el complemento es conocer de aplicaciones y herramientas para poder competir. Ahí está el rol de la universidad, de los maestros, de las autoridades académicas en revisar sus mallas curriculares, revisar su planificación e ir incorporando profesionales dentro esas áreas porque sino los estudiantes deberán buscar cursos costosos en internet y ahí aprender.

Hoy en día la parte digital debe ser parte del pensum las universidades, no pueden quedarse solamente en la tradicional sino actualizarse acorde con las nuevas tendencias de mercado.

**Evidencia:**



## ANEXO 3

### ENTREVISTA PERIODISTA MEDIO TELEVISIVO.

**Nombre: Jorge Luis Pérez.**

**Cargo: Director de contenido de programa “En Contacto”, del canal Ecuavisa, guionista y docente de universidad.-**

**1.- ¿Cual son las características que considera deben tener los egresados de las carreras de comunicación para abrirse paso en los medios?**

Los periodistas deben tener conocimientos muy amplios con respecto a la edición, postproducción, sonido, el manejo web, porque lo audiovisual virtual es como un segundo idioma, porque el entretenimiento y la información están basados en ese aspecto en las redes sociales y en la inmediatez. No podemos seguir teniendo el mismo pensum, siempre les va a sumar el conocimiento,

**2.- ¿Es necesario que los estudiantes se formen en materias digitales?**

Los chicos deben saber de varios programas de edición, si buscan ser parte de un medio televisivo deben manejar las técnicas televisivas y la tecnología televisiva. por lo que las universidades deben prepararlos para la competencia frente a otros estudiantes.

Hay que preparar a los chicos para la competencia, no hay plazas de trabajo. Hay que dar un buen servicio, una buena educación y preparación. La institución no puede mandar gente a la calle que no esté a la par de lo que se exige. No podemos seguir con un pensum de hace cuarenta años.

**3.- ¿Cuál cree que es la mejor forma para que los chicos aprendan de plataformas digitales?**

Lo importante es la práctica, porque eso es lo que va a ser, el medio se enfoca en la experiencia que tienen, se requiere una persona que aporte ideas, que las realice y que tenga criterio para opinar sobre el trabajo profesional. Un chico que estudia comunicación debe poder expresar algo en el medio que se le presente, si es en red digital como community manager, o relacionista público debe poder comunicar lo que la empresa pide. Debe estar preparado para poder comunicarse con tener herramientas y el conocimiento que la empresa asume que ya posee.

**4.- ¿Cuál sería el perfil óptimo de un egresado para poder entrar en este caso a un canal de televisión?**

La base de los periodistas es ser sinceros, ganar credibilidad, contar la verdad, pero el cómo la cuentan es en lo que deben prepararse, ya sea de manera gráfica, locutada, audiovisual, deben conocer las herramientas para poder comunicar.

**5.- ¿Hay alguna exigencia del medio o personal, de que aquellos estudiantes que buscan hacer pasantías dentro de este medio de comunicación?**

Todos los que hacen pasantías debe ser una esponja, tienen que estar alertas a que las asignaciones, deben sumarles y ellos sumar a la empresa. Yo creo que la universidad tiene que hacerles la gestión para sus pasantías a los estudiantes de acuerdo al área en que mejor se desenvuelva, e ir al medio preciso.

**5.- ¿Considera que los estudiantes al egresar deben estar preparados para cualquier campo de la comunicación o esto se debe aprender en una maestría?**

Tienen que sacar personas aptas, prepararlos. Hay que estar a la par con la realidad laboral. Hay que crear una mención o un crédito o especializaciones específicas para las áreas.

Las academias no están siendo funcionales con los demás, si el periodismo va creciendo en amplitud, tiene que la persona que estudia estar al tanto de eso, las instituciones educativas deben estar acordes a la realidad laboral

**Evidencia:**



## **ANEXO 4**

### **ENTREVISTA A DIRECTOR DE UNIVERSIDAD.**

**Nombre: Magister Julio Ormanza.**

**Cargo: Director de Carrera de la Facultad de Comunicación social FACSO.**

#### **1.- ¿Cuál es el perfil del egresado de la carrera de comunicación social de la FASCO?**

Los estudiantes que están egresando llevan periodismo digital, comunicación multimedia 1 y 2. La universidad hace un proyecto de educación continua para estudiar qué se tiene que reforzar con los jóvenes que se han graduado, porque es cierto que había materias que ya cumplieron su ciclo.

Siendo muy crítico la generación que está saliendo no va a llevar el nivel de conocimiento a profundidad, pero es lo que se ha decidido, que este pensum no va más.

Los que ya están terminando la carrera, se gradúan con lo que están viendo.

#### **2.- ¿Qué tipo de cambios se han realizado en las mallas de acuerdo a materias digitales?**

Hemos ajustado el perfil en base a las necesidades del mercado laboral.

En este momento se ha hecho un nuevo ajuste, se han eliminado ciertas materias que luego de estudios se detecta que no tienen un mayor aporte a la formación profesional.

Agregando nuevas asignaturas para los estudiantes que están en la carrera rediseñada que se llama solo “comunicación”.

El cambio tecnológico, manejo de redes y todo ese tipo de habilidades, destrezas y conocimientos, intentamos que tengan una alta presencia en el currículum, se están haciendo los ajustes pertinentes.

#### **3.- ¿Cuáles son esas materias que entran en la nueva malla curricular?**

Teoría del sonido aplicada a la producción audiovisual, se está creando una materia que será la fusión de fotografía y periodismo digital. Son materias que salen en marzo y rigen en el siguiente semestre, también periodismo deportivo, se mejoró en un semestre

las materias de cine, producción de cine y elaboración de guiones, la comunicación para manejo de crisis, enseñarle el manejo de instituciones públicas y privadas cuando entran en conflicto y emprendimiento, esto se hace con el propósito de que los estudiantes no miren a los medios de comunicación como su meta final sino que generen sus propios negocios y líneas de emprendimiento que tengan que ver con tecnologías, con cine con manejo de sonido, edición audiovisual y todo lo que está relacionado con ese campo de la comunicación.

#### **4.- ¿Cuáles son las habilidades que considera debe tener un periodista?**

Yo creo que primero es el criterio, la tecnología es fundamental, la capacidad del criterio la capacidad analítica, y luego todo el manejo de tecnologías, capacidad de comunicarse mejor, de saber expresar contenidos, yo creo que hay un componente que me parece es la esencia de nuestro trabajo que es un compromiso con la comunidad, es lo que va a marcar mi trabajo.

La esencia del periodismo que es la verificación, el confrontar versiones, explicar hechos, contribuir a un diálogo, yo puedo hacer el periodismo en un medio tradicional de una sola plataforma, o multiplataforma, de hecho se puede hacer en todas las redes sociales, pero sigue siendo lo mismo, verificar, contrastar, buscar más de dos versiones, y ayudar a que la gente entienda.

#### **Evidencia.-**

