

# **CUÁNTO LA VOCACIÓN PRIMA: LA SITUACIÓN LABORAL DEL PERIODISTA DIGITAL EN ECUADOR Y SU FORMACIÓN ACADÉMICA**

## **THE EMPLOYMENT PROSPECTS OF DIGITAL JOURNALISTS IN ECUADOR AND THEIR ACADEMIC TRAINING**

**Ma. Isabel Punín, Ph.D.**

**Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, Ecuador  
mipunin@utpl.edu.ec**

**Diana Rivera Rogel, Ph.D.**

**Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, Ecuador  
derivera@utpl.edu.ec**

**Estudiante Pamela Cuenca**

**Titulación de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja  
Loja, Ecuador  
pamsceib@gmail.com**

### **Resumen**

La Web 2.0 marcó una nueva etapa dentro de la comunicación, lo que obligó a los medios tradicionales a enfocarse en las tecnologías digitales y usarlas como herramientas para adaptarse a este cambio, a ello se sumó la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación (2013), que plantea la exigencia de un título profesional.

El presente artículo muestra la situación del periodismo digital en Ecuador, los problemas que enfrentan los periodistas tradicionales con respecto a las nuevas tendencias digitales y la formación académica que recibieron. Establece un contraste entre el nivel de experiencia de los periodistas tradicionales y los digitales y el proceso de adaptación de ambos perfiles, resaltando los procesos de autoformación como clave del éxito en escenarios digitales.

Las universidades de Ecuador según las estadísticas del presente artículo carecen de una oferta

académica que potencie y mejore el periodismo digital en el país, aunque el periodismo digital está en una fase de consolidación.

**Palabras claves:** periodismo, medios digitales, tecnología, comunicación, periodista digital, perfil.

## Abstract

Web 2.0 marked a new phase in media and communication in Ecuador by obliging traditional providers to focus more on digital technologies, i.e. where new technology would be used as a tool to adapt to changes within the communications industry. This change in Ecuadorian journalism was bolstered by the approval of the recently adopted Communications Law. In the case of professional qualifications for digital journalists, it implied that all digital journalists- and any other individuals working for public or private media providers- must obtain a professional qualification in order to work in the industry. This article provides an overview of the current situation of digital journalism in Ecuador and examines the typical problems that traditional journalists face with respect to the digital trends. It also discussed those issues stemming from the implementation of current regulations for obtaining formal academic training in digital journalism and the contrasts that exist between the level of experience of traditional vs. digital journalists, as well as the processes of adaptation that were used by both profiles. It concludes by highlighting self-training as the key means of meeting the demands in digital journalism in Ecuador. According to the findings obtained in this study, many Ecuadorian universities lack the know-how and experience that are required for maximizing the potential of digital journalism, i.e. despite the fact that the industry as a whole has been experiencing a period of consolidation and growth.

**Keywords:** traditional journalism, digital media, technology, communication, digital journalist profile.

*Artículo recibido el 8 de diciembre de 2014. Aceptado el 16 de marzo de 2015.*

## 1. Introducción

La calidad y pertinencia de la formación de comunicadores sociales en Ecuador, es un tema en permanente debate y confrontación. La aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación a mediados del 2013, que en su artículo No. 42, plantea la exigencia de un título profesional para el ejercicio de actividades relacionadas con el periodismo y la comunicación, ha revelado la escasa preparación universitaria del sector. A ello se suman varios intentos de corto aliento por establecer un periodismo digital, que han añadido nuevas actividades y responsabilidades a los periodistas en ejercicio.

El modelo de la prensa tradicional en el ámbito periodístico ecuatoriano se mantiene, los modelos tecnológicos se aplican de manera parcial y en algunos casos son un accesorio, que son elementos sustanciales de análisis en este artículo. En este sentido, Fernando Astudillo y Rubén Darío Buitrón (2005, p. 105) manifiestan que "en Ecuador, la estructura humana y material del diario digital aún depende demasiado, en su configuración y en sus planes del trabajo cotidiano, de lo que haga la redacción del diario impreso".

Los modelos de trabajo en la producción de información para Internet son diferentes a los de la prensa tradicional. Ya desde los años 80 del siglo XX se refirieron a este tema Armand Mattelart e Yves Stourdzé (1984, p. 152) como la propia naturaleza generada por las nuevas tecnologías de la comunicación que transformaron el proceso de producción y modificaron las redes de difusión y transmisión.

De alguna manera todos los medios digitales en Ecuador tienen deficiencias en la comunicación bidireccional, no existe interacción entre el medio y su audiencia. Podría ser esta una de las causas, como señaláramos, para los bajos niveles de seguidores en redes sociales, frente al total de ciudadanos con posibilidad de acceso a Internet (Punín, et al., 2014, p. 206).

Por otro lado, hay que mencionar que en nuestro país no existen profesionales formados en periodismo digital (salvo pocas excepciones), por ello su trabajo en la Red depende íntegramente del avance del medio tradicional.

La preparación académica, pese a la existencia en el país de más de una docena de escuelas y facultades de comunicación, y la profe-

Tabla 1. Clasificación académica de las escuelas y facultades de Comunicación en Ecuador

UNIVERSIDADES	CATEGORÍA	TÍTULO	SITIO WEB
Escuela Politécnica del Litoral	A	Licenciado en Comunicación Social.	<a href="http://www.espol.edu.ec/">http://www.espol.edu.ec/</a>
Universidad San Francisco de Quito	A	Licenciado en Periodismo Multimedia	<a href="https://www.usfq.edu.ec/">https://www.usfq.edu.ec/</a>
Pontífice Universidad Católica del Ecuador	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.puce.edu.ec/">www.puce.edu.ec/</a>
Universidad Casa Grande	B	Licenciado en Comunicación Social y Licenciado en Periodismo	<a href="http://www.casagrande.edu.ec/">www.casagrande.edu.ec/</a>
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www2.ucsg.edu.ec/">www2.ucsg.edu.ec/</a>
Universidad Central de Ecuador	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.uce.edu.ec/">http://www.uce.edu.ec/</a>
Universidad de Cuenca	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.ucuenca.edu.ec/">http://www.ucuenca.edu.ec/</a>
Universidad de Azuay	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.uazuay.edu.ec/">http://www.uazuay.edu.ec/</a>
Universidad Estatal de Milagro	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.unemi.edu.ec/">http://www.unemi.edu.ec/</a>
Universidad Nacional de Loja	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.unl.edu.ec/">http://www.unl.edu.ec/</a>
Universidad Particular Internacional SEK	B	Licenciado en Periodismo	<a href="http://www.uisek.edu.ec/">http://www.uisek.edu.ec/</a>
Universidad Politécnica Salesiana	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.ups.edu.ec/">http://www.ups.edu.ec/</a>
Universidad Técnica Particular de Loja	B	Licenciado en Comunicación Social	<a href="http://www.utpl.edu.ec/">http://www.utpl.edu.ec/</a>
Universidad Técnica Equinoccial	B	Licenciado en Periodismo	<a href="http://www.ute.edu.ec/">http://www.ute.edu.ec/</a>
Universidad de Los Hemisferios (*)	B	Licenciado en Comunicación	<a href="http://www.uhemisferios.edu.ec/">http://www.uhemisferios.edu.ec/</a>
Universidad Iberoamericana del Ecuador (*)	B	Licenciado en Comunicación y Pro- ducción en Artes Audiovisuales	<a href="http://www.unibe.edu.ec/">http://www.unibe.edu.ec/</a>

(\*) Solo con oferta de pre-grado

Fuente: CEAACES, 2013

sionalización del sector es un tema pendiente. En Ecuador solo dos universidades que ofertan tanto Comunicación Social como Periodismo se encuentran en la categoría A, es decir han obtenido la categoría de excelencia por parte del Gobierno Nacional, seguidas de catorce universidades en categoría B que realizan similares ofertas en el área de Comunicación. (CEAACES, 2013).

## 2. Metodología

El presente artículo evidencia la situación laboral de los periodistas digitales en Ecuador. Para conocer este tema, se aplicó 430 encuestas a personas vinculadas con los medios de comunicación en Ecuador, radicados en la siguientes provincias: Santo Domingo, Macas, Ibarra, Morona Santiago, Puyo, Loja, Quito, Cuenca, Los Ríos, Manabí y Guayas. El proceso de recolección de información contó con la participación de aproximadamente 40 estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, Modalidad Presencial y la

Modalidad Abierta y a Distancia, de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

La encuesta indaga además sobre su preparación profesional (titulación/especialización), satisfacciones profesionales y económicas, el conocimiento y uso de herramientas digitales, como factores determinantes para la salud y vitalidad de la profesión.

## 3. Discusión y Resultados

La preparación académica no tiene estrecha relación con la remuneración que reciben y las múltiples tareas y productos que les exigen las empresas periodísticas, el multi oficio, así como la cobertura de temáticas de diversos contenidos, es parte de las rutinas del periodista ecuatoriano.

El presidente Rafael Correa en su enlace sabatino No. 302 anunció que "los periodistas con título profesional van a ganar alrededor de 800 dólares (...) y los periodistas que no tienen título (...) 650 o 700 dólares"<sup>1</sup>, lo que se espera aporte positivamente a los periodistas, aunque la presen-

te encuesta no indagó sobre el monto específico de la remuneración de los periodistas participantes, pero sí sobre la diversidad de fuentes que cubren como lo demuestra la tabla 2.

**Tabla 2. Fuentes de cobertura habitual**

Fuente de cobertura	Respuestas
Deporte	33%
Farándula	13%
Nacionales	12%
Internacionales	0%
Política	11%
Economía	2%
Salud	2%
Todas	27%
Total	100%

*Fuente: elaboración propia*

### 3.1. Ser periodista digital en Ecuador. Una visión sobre su preparación académica

Dentro del ámbito de la comunicación hay que establecer dos puntos diferentes. Por un lado, la existencia del periodismo tradicional y por otro, una nueva tendencia, el periodismo digital, que nace con la llegada de la Web 2.0. "La aparición de Internet y su desarrollo, con importantes sectores de la población que apuestan por su uso, marcan la nueva etapa, que comienza entre 1995 y 2000. Es el inicio del llamado periodismo digital y de la revolución en marcha alrededor de la red de redes y de la reestructuración del sector de la comunicación" (López, 2010).

Para la ejecución del ciberperiodismo se necesita de nuevos conocimientos que evocan en la implementación de una nueva malla curricular, o una nueva especialización de cuarto nivel. Esto también provoca que exista un déficit en la calidad de estudios para el periodismo digital al convertirse en un producto comercial.

Para que el periodista que demanda la sociedad actual, se convierta en la pieza clave de la comunicación en el futuro, debe desarrollar de acuerdo a la Escuela de Missouri las siguientes habilidades (Almirón y Jarque, 2008: 135): (a) poder enjuiciar las noticias; (b) dominar la gramática y los signos de puntuación; (c) practicar un pensamiento analítico; (d) conocer a sus audiencias; (e) concisión) y (f) tener habilidades informáticas.

Lo que esta Escuela propone es un profesional con vastos conocimientos en periodismo, comunicación e informática. Además de poseer un gran espíritu crítico de la realidad, que le permita, primero conocer a sus audiencias y segundo seleccionar la información adecuada para esas audiencias. En otras palabras la convivencia de periodistas de "dos velocidades" (Palomo, 2004). En este sentido, las universidades están obligadas a cambiar los planes de estudio, e incluir materias orientadas a brindarle al estudiante herramientas que le ayuden a desenvolverse en este mundo donde las tecnologías nos invaden día tras día.

Así, Lisy Navarro dice que "los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro y distinguir entre hechos y opiniones para no engañar, para ser honrados y honestos respecto a los receptores" (Navarro, 2002, p. 211).

"La proliferación de licenciaturas en comu-

**Tabla 3. ¿Estudió Comunicación Social?**

¿Han realizado estudios de comunicación en pregrado?	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
SI	22%	50%	43%	20%	15%	12%	56%	29%	2%	2%	3%
NO	26%	54%	19%	31%	15%	6%	1%	3%	-	-	-
IDIOMAS	-	-	2%	-	-	-	-	-	-	-	-
PRODUCCIÓN	1%	1%	1%	-	-	-	-	1%	-	-	-
OTRAS	-	-	2%	3%	-	2%	7%	-	-	-	1%

*Fuente: elaboración propia*

nificación ha devaluado, según la lógica del saber-poder, el valor de los saberes profesionales como parte de la estrategia económica que favorece el dumping social, dejando de lado la misión fundamental de la universidad” (Punin, 2012, p. 15).

La exigencia de un título profesional en Ecuador, toma fuerza con la aprobación de la Ley Orgánica de Comunicación a mediados del 2013, que en su artículo No. 42, relacionado con el libre ejercicio de la comunicación, en la parte medular dice: “Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión...”.<sup>2</sup>

Quito (55%), la capital del país, y Macas (50%), ubicada al sur oriente de Ecuador, son los lugares donde la mayoría de los encuestados estudiaron Comunicación Social siendo posible que Macas tenga un impacto superior la oferta de educación a distancia.

Es importante comentar que en la ciudad capital se registra el mayor número de escuelas y facultades del Ecuador, la entidad educativa más antigua y con mayor número de estudiantes es la Universidad Central del Ecuador.

Ibarra, ciudad ubicada al norte del país, detecta un 43% de personas con estudios de comunicación y Cuenca, ciudad situada en el centro sur con un 29%. Los Ríos y Manabí, ciudades de la región costa, son las que menos porcentajes obtu-

Tabla 4. ¿Ha realizado estudios de postgrado?

¿Han realizado estudios de comunicación en postgrado?	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Audiovisuales	1%	-	2%	-	1%	-	-	-	-	-	-
Comunicación Social	3%	-	-	-	-	-	1%	-	-	-	-
Otros	-	-	1%	1%	-	1%	-	1%	-	-	-
Cursos y seminarios cortos	-	-	-	1%	-	2%	2%	-	-	-	-
No especificó	44%	103%	64%	53%	29%	18%	61%	33%	2%	2%	4%

Fuente: elaboración propia

Tabla 5. ¿Qué materia de pregrado le aportó competencia en el área digital?

Materia de pregrado que aportó competencia en el área digital	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Computación	-	18%	2%	7%	-	4%	5%	2%	-	-	-
Comunicación y periodismo	1%	2%	1%	2%	-	1%	5%	5%	-	-	-
Diseño	-	2%	-	2%	-	3%	3%	-	-	-	-
Nuevas tecnologías	11%	15%	30%	7%	5%	10%	27%	13%	-	2%	1%
Ninguna	33%	66%	32%	36%	23%	8%	26%	12%	2%	-	3%

Fuente: elaboración propia

vieron con el 3% del total de los encuestados, pero además confirma la escasez de oferta académica de dichos sectores. La academia nació de manera paralela en Quito y Guayaquil y su crecimiento también se ha concentrado en las dos principales ciudades de Ecuador, sitios donde además están las ofertas que concentran una mayor número de estudiantes.

La mayoría de los encuestados en las diferentes ciudades de Ecuador no especificó ningún tipo de estudios de postgrado en Periodismo Digital, lo que confirma además la escasa oferta académica de cuarto nivel que existe en Ecuador en este punto. Sin embargo, un porcentaje mínimo entre el 1 y 3% en las ciudades de Morona Santiago, Loja y Quito afirmó la realización de cursos y seminarios cortos. En Santo Domingo el 5% de los encuestados realizó estudios de postgrado en Comunicación Social. Y en las ciudades de Ibarra (3%), Santo Domingo y Puyo (1%) se especificó postgrados en Audiovisuales, que potencialmente tendrían un enfoque técnico, y clara relación con las demandas del mercado.

En relación a la tabla 5, entre el 6% y 3% de los encuestados afirman que ninguna materia de pregrado aportó a la competencia en el área digital. El 30% de encuestados en Ibarra, seguido por el 28% de Quito y con un mínimo porcentaje (1%) en Guayaquil afirman que la materia de tecnologías aportó a sus competencias. En tercer lugar la materia de Computación en Macas tiene el 18%, en Morona Santiago el 8%, Quito y Loja entre el 5 y 4% y, Cuenca con el 1%. En las ciudades de Cuenca y Quito (5%), Morona Santiago y Macas (2%), Loja, Ibarra y Santo Domingo (1%); la materia de Comunicación o Periodismo significó un

aporte. Los encuestados de Quito y Loja con un 3%, Macas e Ibarra con un 2% marcaron la materia de Diseño como herramienta para trabajar en medios digitales. Este enfoque parcial en relación al desarrollo del periodismo digital está relacionado con el escaso desarrollo que esta iniciativa tiene en el país.

Es el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), la entidad en la cual la mayoría de encuestados realizó cursos o seminarios con referencia al periodismo digital, con un porcentaje del 20% en Macas e Ibarra, seguidos por un 12% en Puyo y Quito; son Loja, Los Ríos y Manabí con el 1% las ciudades con menos seminarios asociados al CIESPAL.

Las organizaciones gubernamentales asoman como una opción entre los encuestados con un 13% en Morona Santiago, 12% en Santo Domingo y 9% en Macas. Otras ciudades como Quito con el 7% y Manabí con el 1% son las de menor porcentaje, y que además son los sectores con menos ofertas universitarias.

Los porcentajes significativos otorgados a las organizaciones privadas por los encuestados se encuentran en Loja y Macas con un 6%, seguido por Santo Domingo con un 5% y Cuenca e Ibarra con apenas 1%, como espacios para la capacitación. Un porcentaje mínimo de los encuestados en Quito (2%), Loja, Cuenca e Ibarra (1%) realizó cursos o seminarios referentes al área digital fuera del país, por lo cual podemos deducir que el aprendizaje de herramientas digitales ha sido vía experimentación e iniciativa personal.

Tabla 6. ¿Asistió a cursos o seminarios referentes a periodismo digital?

Cursos y seminarios referentes a periodismo digital	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
CIESPAL	7%	20%	20%	11%	13%	1%	12%	4%	1%	1%	2%
ORG Gubernamentales	12%	9%	2%	13%	3%	2%	7%	2%	-	1%	-
ORG Privadas	5%	6%	1%	2%	3%	6%	2%	1%	-	-	-
Fuera del Ecuador	-	-	1%	-	-	1%	2%	1%	-	-	-

Fuente: elaboración propia

### 3.2. Periodistas jóvenes y periodistas multi-tareas. Ser periodista duele

Tabla 7. ¿Cuántos años de experiencia en Periodismo?

Años de experiencia en periodismo	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Hasta 5 años	13%	58%	19%	28%	7%	7%	26%	9%	-	1%	2%
De 6 a 10 años	18%	16%	17%	10%	9%	6%	15%	9%	1%	1%	1%
De 11 a 15 años	10%	13%	12%	5%	7%	2%	6%	4%	-	-	-
Más de 15 años	7%	16%	14%	9%	6%	4%	16%	11%	1%	-	1%

Fuente: elaboración propia

Tabla 8. ¿Cuántos años experiencia en medios digitales?

Años de experiencia en medios digitales	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Hasta 5 años	35%	79%	37%	42%	21%	15%	41%	20%	-	1%	1%
De 6 a 10 años	11%	20%	15%	7%	7%	4%	7%	9%	-	1%	-
De 11 a 15 años	1%	4%	6%	2%	1%	-	2%	-	-	-	-
Más de 15 años	1%	-	2%	1%	-	-	1%	2%	-	-	-

Fuente: elaboración propia

El 58% de los encuestados en Macas poseen hasta 5 años de experiencia en periodismo, seguido de Morona Santiago (28%), Quito (25%), Ibarra (19%) y Santo Domingo (12%). Ciudades con porcentajes menores como Cuenca con el 9%, Puyo y Loja con el 6%, Guayaquil con el 3% y Manabí con apenas el 1%.

Los encuestados que afirmaron tener de 6 a 10 años de experiencia se encuentran en Santo Domingo con el 18%, Ibarra con el 17%, Macas y Quito con el 15%, Morona Santiago con el 10%. Los porcentajes inferiores al 10% oscilan entre el 9% en Puyo y Cuenca y, el 1% en Los Ríos, Manabí y Guayaquil.

La experiencia de 11 a 15 años decrece en los encuestados con el 13% en Macas, seguido del 12% en Ibarra y el 10% en Santo Domingo. Puyo posee el 7% y Loja el mínimo porcentaje de 3%.

Aquellos que afirmaron tener más de 15 años de experiencia en periodismo representan un porcentaje entre el 16% en Macas y Quito, seguido del 14% en Ibarra. Porcentajes inferiores como el 9% en Morona Santiago y el mínimo de 1% en Los Ríos y Guayaquil.

En Macas el 79% de los encuestados afirmó tener hasta 5 años de experiencia en medios digitales, seguido de Morona Santiago (41%), Quito (40%), Ibarra (38%), Santo Domingo (35%); otras ciudades como Puyo con el 21%, Cuenca con el 20% y los menores porcentajes como Manabí y Guayaquil con el 1%. Que totalizan el 74% entre los encuestados.

Disminuye el porcentaje cuando aumenta la experiencia de 6 a 10 años teniendo Macas el porcentaje más alto del 20%, continuado por Ibarra (13%) y siendo Manabí (1%) la de menor porcentaje de experiencia en este rango.

Muy pocos encuestado afirmaron tener más de 15 años de experiencia en medios digitales. En las ciudades de Ibarra y Cuenca el porcentaje es del 3%, seguido de Santo Domingo, Morona Santiago y Quito que poseen el 1%.

Con estos datos podemos deducir que en Ecuador el periodismo de medios digitales aún no alcanza gran experiencia, aunque cabe recalcar que la llegada de la Web 2.0 al país fue tardía (años 90) con referencia a otros países. Las iniciativas nativas digitales en el ámbito del periodismo

Tabla 9. Mapa de medios digitales en Ecuador

Lugar	Total de Medios Nativos Digitales	Sitio web
Pichincha	21	<a href="http://www.andes.info.ec/es">http://www.andes.info.ec/es</a> <a href="http://www.ecuadorinmediato.com/">http://www.ecuadorinmediato.com/</a> <a href="http://www.elciudadano.gob.ec/">http://www.elciudadano.gob.ec/</a> <a href="http://www.elecuadoriano.com.ec/">http://www.elecuadoriano.com.ec/</a> <a href="http://informatelpunto.com/">http://informatelpunto.com/</a> <a href="http://www.coberturadigital.com/">http://www.coberturadigital.com/</a> <a href="http://planarteria.com/">http://planarteria.com/</a> <a href="http://www.radiolavida.com/">http://www.radiolavida.com/</a> <a href="http://www.planv.com.ec">www.planv.com.ec</a> <a href="http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_list/">http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_list/</a> <a href="http://noticiasenlinea.com.ec/">http://noticiasenlinea.com.ec/</a> <a href="http://www.arqueo-ecuatoriana.ec/home">http://www.arqueo-ecuatoriana.ec/home</a> <a href="http://www.quipus1.com/">http://www.quipus1.com/</a> <a href="http://www.radioturismoecuador.com/">http://www.radioturismoecuador.com/</a> <a href="http://www.radioserenidad.com/index.cfm">http://www.radioserenidad.com/index.cfm</a> <a href="http://www.radiogeneracion.com/web/">http://www.radiogeneracion.com/web/</a> <a href="http://www.emisorasecuador.com/radio-page-radio-urbana-mix-quito-1069-online-en-vivo.html/">http://www.emisorasecuador.com/radio-page-radio-urbana-mix-quito-1069-online-en-vivo.html/</a> <a href="http://www.radioplayinternacional.com/">http://www.radioplayinternacional.com/</a> <a href="http://tunein.com/radio/Radio-La-Vida-s139974/">http://tunein.com/radio/Radio-La-Vida-s139974/</a> <a href="http://radioequinoccio.com/">http://radioequinoccio.com/</a> <a href="http://www.radiorees.com/">http://www.radiorees.com/</a>
Cotopaxi	2	<a href="http://www.cotopaxinoticias.com/">http://www.cotopaxinoticias.com/</a> <a href="http://www.activalaradio.net/">http://www.activalaradio.net/</a>
Guayas	7	<a href="http://www.elfinanciero.com/">http://www.elfinanciero.com/</a> <a href="http://www.emprendedor.ec/">http://www.emprendedor.ec/</a> <a href="http://www.ecuadoracolors.com/">http://www.ecuadoracolors.com/</a> <a href="http://gkillcity.com/">http://gkillcity.com/</a> <a href="http://www.larepublica.ec/">http://www.larepublica.ec/</a> <a href="http://www.radiomakrodigital.com/">http://www.radiomakrodigital.com/</a> <a href="http://www.radio11q.com/">http://www.radio11q.com/</a>
Loja	3	<a href="http://www.radiowgmilenio.com/">http://www.radiowgmilenio.com/</a> <a href="http://www.srradio.com.ec/">http://www.srradio.com.ec/</a> <a href="http://www.radioprismaloja.com/">http://www.radioprismaloja.com/</a>
Santo Domingo	1	<a href="http://www.radiomegaestacion.com/">http://www.radiomegaestacion.com/</a>
Puyo	2	<a href="http://www.puyogaceta.com/">http://www.puyogaceta.com/</a> <a href="http://radio.somoslatinos.es/ecuador/pastaza/radio_puyence.html">http://radio.somoslatinos.es/ecuador/pastaza/radio_puyence.html</a>
Chimborazo	2	<a href="http://www.ecuadoraldia.ec/">http://www.ecuadoraldia.ec/</a> <a href="http://www.republicafm.com/">http://www.republicafm.com/</a>
Azuay	2	<a href="https://twitter.com/elmorlacocom">https://twitter.com/elmorlacocom</a>
Los Ríos	1	<a href="http://www.aldia.ec/">http://www.aldia.ec/</a>
Manabí	1	<a href="http://www.revistalagente.com/">http://www.revistalagente.com/</a>

Imbabura Esmeraldas Bolívar Carchi Napo Orellana Santa Elena Sucumbíos Galápagos Cañar Morona Santiago	No registran medios nativos digitales.	
---	--	--

Fuente: elaboración propia (Agosto, 2014)

Tabla 10. Motivo por el que trabaja en un medio digital

Motivo por el cual trabaja en un medio digital	Respuestas
Aspiraciones personales	60%
Factores de trabajo	21%
No responde	19%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

Tabla 11. ¿Cómo es su contrato con el medio para el que trabaja?

Tipo de contrato con el medio en el que trabaja	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Contrato temporal	13%	38%	10%	18%	5%	5%	15%	4%	-	-	-
Nómina fija (Sueldos mensuales)	18%	53%	39%	28%	16%	7%	34%	26%	2%	2%	4%
Vía canje publicitario	16%	14%	17%	7%	9%	7%	6%	2%	-	-	-
No Responden	15%										

Fuente: elaboración propia

Tabla 12. ¿Qué beneficios laborales posee como periodista digital?

Beneficios laborales	Respuestas
Sueldo	82%
Seguro Médico	1%
No cuenta con beneficios laborales	17%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

en Ecuador crecen a paso muy lento, tal como lo explica la tabla 9.

Se preguntó además a los encuestados el motivo por el que llegaron a trabajar en un medio digital, el 81% de ellos dejó en blanco la respues-

Tabla 13. ¿Qué fuente cubre de manera habitual?

Fuente	Respuestas
Deporte	33%
Farándula	13%
Nacionales	12%
Internacionales	0%
Política	11%
Economía	2%
Salud	2%
Todas	27%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

ta. Sin embargo, el 74% afirmó que la razón fue por aspiraciones personales y el 26% por factores de trabajo. Con esto podemos notar a simple vista que aún no se han consolidado plazas de trabajo dentro de los medios digitales o que quizás aún no se puede considerar en Ecuador la existencia de medios netamente digitales con capacidad de otorgar plazas laborales.

El 52% de los encuestados en Macas, seguido del 38% en Ibarra y el 35% en Quito mencionaron que el tipo de contrato que poseen es el de nómina fija es decir sueldos mensuales. Existen porcentajes inferiores al 30% en diferentes ciudades como Morona Santiago, Cuenca, Puyo, Loja, entre otras, que también se ubican dentro del contrato tipo nómina fija.

Aquellos que se encuentran dentro del contrato temporal oscilan entre el 38% en Macas como porcentaje máximo y el 4% en Cuenca como mínimo. Un porcentaje inferior entre el 18% (Ibarra) y el 2% (Cuenca) mencionó que su tipo de contrato es vía canje publicitario. El 16% del total de encuestados no respondió a la pregunta.

Los periodistas digitales en su mayoría con un 82% aseguran que el beneficio laboral es el del sueldo pero un 17% afirma que no cuenta con beneficios laborales. Un porcentaje mínimo del 1% posee el beneficio de seguro médico.

La labor de los trabajadores de la comunicación también está siendo mercantilizada en tan-

to el trabajo asalariado ha aumentado significativamente en todos los puestos de trabajo de los medios. (Mosco, 2006).

Se preguntó acerca de las fuentes que cubren los encuestados habitualmente y, se obtuvo el siguiente resultado. El 33% de los encuestados afirmó cubrir Deporte, seguido del 13% que cubre Farándula, luego el 12% encargado de cubrir Nacionales, un 11% que cubre Política; el 2% para Salud y asimismo el 2% para Economía. Finalmente el 27% de los encuestados afirmó cubrir todas las áreas antes mencionadas, lo que a su vez confirma que muchos de los periodistas no se especializan en un área determinada.

### 3.3. Ejercicios del periodismo digital a medias

Tabla 14. ¿Cómo describe su profesión?

Cómo describe su profesión	Respuestas
No responde	13%
Ética	17%
Apasionante	19%
Servicio a la comunidad	20%
Compleja	31%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

El 31,4 % del total de encuestados alegó que la profesión de periodista es compleja, seguida del 20% que la describió como un servicio a la comunidad; el 19,8% la definió como apasionante, finalmente, el 17,2% dijo que es una profesión ética. Aunque es importante mencionar que el 11,6% de los encuestados prefirió dejar en blanco esta pregunta.

Tabla 15. ¿Cómo llamaría al periodista digital?

Cómo llamaría al periodista digital	Respuestas
Periodista 3.0	8%
Periodista actual	23%
Ciber periodista	11%
Futurista	15%
Periodista on line	8%
Otros	22%
No responde	13%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

El 26% de los encuestados denominó al periodista digital como periodista actual, casi a la par del 24% que dejó su respuesta como otros, seguido del 17% que lo mencionó como futurista. El 13% de los encuestados también utilizó el término ciberperiodista, seguido del 10% que llamó al periodista digital como periodista online, y otro 10% que lo clasificó como periodismo 3.0.

Tabla 16. ¿Se considera usted un periodista digital?

Se considera periodista digital	Respuestas
Si	70%
No	29%
No responde	1%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

El 56% de los encuestados se considera periodista digital, a diferencia del 43% que no, y el 1% que prefirió no responder. Aunque como lo

manifestamos al inicio del documento las iniciativas de periodismo digital en el país, están íntimamente relacionadas a las versiones y ediciones tradicionales.

Cuando se trata de herramientas de producción online, Adobe Photoshop es la que los encuestados eligieron (59%) como la que habitualmente utilizan tanto en Macas con un 67%, en Ibarra con un 41%, en Morona Santiago y Quito con un 34%. Al igual que otras ciudades como Santo Domingo (28%), Cuenca (20%), Puyo (15%), Loja (10%).

Entre el 22% de Macas y el 1% en Manabí, Loja y Guayaquil utilizan el software de edición de sonido, que dan una media del 20% del total de los encuestados. Seguido del 10% en Santo Domingo donde realizan manejo de Intranet, que representa el 4% del total.

Herramientas como Illustrator, Flash, Dreamweaver y Formatos de imagen son las menos utilizadas, estando por debajo del 10% en las diferentes ciudades. El manejo de las diferentes herramientas de producción online está ligado a que las empresas informativas exigen a sus periodistas cada vez más una mayor formación, versatilidad y dedicación (Roses, 2011).

Tabla 17. ¿Qué herramientas de producción online utiliza?

Herramientas de producción online que utiliza	Santo Domingo	Macas	Ibarra	Morona Santiago	Puyo	Loja	Quito	Cuenca	Los Ríos	Manabí	Guayaquil
Adobe Photoshop	28%	66%	41%	34%	16%	10%	34%	20%	1%	1%	2%
Dreamweaver	1%	-	3%	-	-	-	2%	3%	-	-	-
Flash	2%	6%	4%	3%	1%	4%	3%	1%	-	-	-
Illustrator	1%	4%	4%	2%	-	-	2%	3%	-	-	-
Software de edición de sonido	4%	23%	11%	12%	11%	4%	12%	5%	-	1%	1%
Formatos de imagen	3%	-	-	-	2%	-	-	1%	-	-	-
Manejo de Intranet	10%	-	1%	-	-	1%	3%	1%			-
Otros	-	6%	1%	3%	-	1%	1%	1%	-	-	-
No se relaciona	-	-	1%	-	-	-	5%	-	1%	-	-
Todos	-	-	-	-	-	-	2%	-	-	-	-

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. ¿Cómo aprendió a manejar herramientas digitales?

Forma en que aprendió a utilizar herramientas digitales	Respuestas
Autodidacta	56%
A través de curso	42%
Universidad	2%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

El 56% del total de los encuestados afirmó que aprendió a usar las herramientas online antes mencionadas de forma independiente, es decir, a través de la autoeducación. El 42% afirmó haber aprendido a través de cursos y apenas 2% de los encuestados mencionó que aprendió en la Universidad.

Es muy claro darse cuenta por medio de éstos porcentajes que las universidades que forman periodistas aún no optan por enseñar temas relacionados a la digitalización lo que también representa un atraso en la formación de periodistas digitales en Ecuador.

## 4. Conclusiones

En primer lugar cabe destacar que la Academia está concentrada en las capitales de provincia. Quito, Macas, Ibarra, Cuenca y Santo Domingo, son las ciudades en donde la mayoría de encuestados estudió Comunicación Social, aunque cabe mencionar que estas ciudades son de las más grandes del país y concentran la mayor parte a las ofertas académicas relacionados con comunicación y áreas afines. Los estudios de postgrados son escasos, la capacitación y actualización de conocimiento se da vía cursos de ciclo corto.

En la universidad ecuatoriana la malla curricular adolece un enfoque digital. Las universidades de Ecuador aún no cuentan con una malla curricular que implemente al periodismo digital y cubra sus exigencias e infinidad de aplicaciones, así lo demuestran los datos recogidos, que afirman que las universidades en las que estudiaron no aportaron a su formación en el campo digital; a consecuencia el retraso es evidente. La formación a nivel de academia está relacionada con temáticas de computación, los encuestados en su mayoría aprendieron a usar herramientas digitales por

cuenta propia y por interés personal.

En cuanto al perfil del periodista digital, dentro del proceso de formación, las escuelas de Comunicación Social deben contemplar en sus planes capacitaciones para que los estudiantes aprendan a escribir para Internet, editar audio y vídeo, generar productos multimedia, tenga nociones básicas de usabilidad, que conozcan formas diversas de contar historias, que entiendan la narración digital, entre otras habilidades.

## 5. Bibliografía

- Almiron, N., y Jarque, J. (2008). *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.
- Astudillo, F., y Buitrón, R. (2005). *Periodismo por dentro*. Quito: Ediciones CIESPAL.
- CEAACES. (2013). Evaluación de Universidades 2013. Recuperado de <http://www.ceaac.es/gob.ec/sitio/evaluacion-universidades-2013/>
- López, X. (2010). En la opinión, la explicación y la información. En López X., *La metamorfosis del periodismo*, p. 40. España: Comunicación Social SC.
- Mosco, V. (2006). La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después. CIC *Cuadernos de Información y Comunicación vol 11*, pp. 57-79 Recuperado de: <http://www.um.es/tic/LIBROS%20FCI-I/EconomiaPoliticaCom.pdf>
- Navarro, L. (2002). *Los periódicos online*. México: Editorial Universitaria Potosina.
- Palomo, M. (2004). *El periodista online: de la revolución a la evolución*. Sevilla: Comunicación Social.
- Mattelart, A. y Stourdzé, Y. (1984). *Tecnología, cultura y comunicación*. Barcelona: Mitre.
- Punín, M. I. (2012). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia. *Razón y Palabra*, vol. 79. Recuperado de: [www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66\\_Punin\\_V79.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/66_Punin_V79.pdf)
- Punín, M. I. et al. (2014). "Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro". *Revista Comunicar*. N. 42, v XXI, pp. 199- 207.
- Roses, S. (2011). Estructura salarial de los periodistas en España durante la crisis. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 178-209. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.com>

[org/11/art/929\\_Malaga/06\\_Roses.html](http://org/11/art/929_Malaga/06_Roses.html) DOI:  
10.4185/RLCS-66-2011-927-178-209

**Notas:**

- 1 Textualmente extraído del Enlace ciudadano 302.
- 2 Aunque durante la fase de debate y cabildeo de la mencionada Ley se habló de un plazo prudencial entre 5 y 8 años para la obtención de un título. En el texto de la ley no se cita nada al respecto, ni en el reglamento tampoco...