

## Competencias digitales de los periodistas televisivos. Caso de estudio: JipiTv

### *Digital competences of television journalists. Case study: JipiTv*

**Génesis-Genoveva Velásquez-Castro**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2748-0433>

Universidad San Gregorio de Portoviejo, Manabí, Ecuador  
[e.ggvelasquez@sangregorio.edu.ec](mailto:e.ggvelasquez@sangregorio.edu.ec)

Jhonny Ramón Mendoza Bravo

[Jhmendoza32@hotmail.com](mailto:Jhmendoza32@hotmail.com)

### **Resumen**

La convergencia de los medios de comunicación ha provocado cambios sustanciales en los procesos y productos mediáticos. El problema de la investigación se centra en determinar si los periodistas del canal JipiTv han adoptado nuevas capacidades para desempeñarse en los nuevos entornos digitales. El estudio, de enfoque mixto y diseño de caso de estudio, utiliza encuestas y entrevistas con 6 periodistas de JipiTv para evaluar sus competencias digitales. Los resultados muestran que la mayoría de los periodistas han logrado adaptarse a la era digital, aprendiendo a utilizar herramientas digitales para transmisiones en vivo. Esto sugiere que poseen las competencias necesarias para operar en nuevas plataformas digitales. No obstante, se identificaron algunas deficiencias, indicando la necesidad de un aprendizaje continuo. Se recomienda actualizar el perfil profesional del comunicador, introduciendo la enseñanza de conocimientos digitales en las aulas. En resumen, este estudio demuestra que los periodistas de JipiTv han sabido desarrollar competencias digitales para afrontar los desafíos de los entornos digitales, pero también subraya la importancia de mantenerse actualizados en un entorno mediático en constante evolución.

**Palabras claves:** Competencia digital; digitalización; periodismo digital; periodismo televisivo; JipiTv.

### **Abstract**

The convergence of the media has caused substantial changes in media processes and products. The problem of the investigation focuses on determining whether the journalists of the JipiTv channel have adopted new capacities to function in the new digital environments. The study, with a mixed approach and case study design, uses surveys and interviews with 6 JipiTv journalists to evaluate their digital skills. The results show that most journalists have managed to adapt to the digital age, learning to use digital tools for live broadcasts. This suggests that they have the necessary skills to operate on new digital platforms. However, some deficiencies were identified, indicating the need for continuous learning. It is recommended to update the professional profile of the communicator, introducing the teaching of digital knowledge in the classrooms. In summary, this study shows that JipiTv journalists have been able to develop digital skills to face the challenges of digital environments, but it also emphasizes the importance of keeping up to date in a constantly evolving media environment.

**Keywords:** Digital competence; digitization; digital journalism; television journalism; JipiTv.

## **Introducción**

La constante evolución de las tecnologías de la información y la comunicación, así como de los procesos de producción de contenidos periodísticos, ha cambiado las maneras tradicionales de comunicar, esto debido al surgimiento de nuevas herramientas tecnológicas, lenguajes digitales y nuevas audiencias.

Con un nuevo campo en el que el comunicador puede desempeñarse, nace lo que hoy conocemos como periodismo digital.

Desde los primeros años de su aparición, el periodismo digital ha mostrado un asombroso desarrollo. Según Rivera (2013), solo en España en 2005, un grupo de investigadores de diversas universidades identificó más de 1.274 cibermedios de información general y 513 de información especializada. La migración de lo convencional a lo digital o, el proceso de digitalización de los medios tradicionales ha sido crucial para comprender esta denominada “revolución comunicativa” y su progresión. Mielniczuk (2001) citada por Oliva (2014), señala que esta evolución abarca tres etapas distintas. Inicialmente, los diarios adaptaron algunas de sus noticias principales a los formatos digitales. Luego, incorporaron elementos propios de Internet, como el correo electrónico para la comunicación lector-periodista, enlaces para vincular otros contenidos y foros de debate. Por último, llegó la fase actual, caracterizada por avances técnicos que permiten un intercambio más rápido de datos, imágenes y sonidos.

En este escenario, la convergencia mediática o la redacción unificada, es considerada como un cruce de camino, o un encuentro polifuncional. Partiendo de estas premisas, Germán Velásquez García (2013) resalta que el encuentro tecnológico de los medios no es el núcleo del fenómeno, sino, más bien ha sido su detonante, pues a partir de esas características tecnológicas adquiridas

por los medios digitales, se ha originado el proceso cultural, social y mediático que hoy llamamos convergencia de medios.

La convergencia de los medios ha traído consigo un análisis profundo de las nuevas características inherentes a la práctica periodística y a los elementos de estos nuevos formatos. En este contexto, las competencias digitales, rigurosamente estudiadas en relación con los avances tecnológicos en el campo de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), estas son consideradas habilidades esenciales en la era actual (Levano-Francia, et al., 2019). Según Vargas-Murillo (2019), los diversos medios y aplicaciones digitales permiten difundir y gestionar este tipo de comunicación. Al comprender el uso adecuado de estas nuevas herramientas y adoptar los formatos emergentes, se pueden desarrollar estrategias comunicativas más efectivas dirigidas a públicos específicos.

En el contexto de esta mutación en los modelos comunicacionales, los profesionales de la comunicación se ven obligados a adaptarse y adquirir nuevas competencias para desempeñarse con éxito en el ámbito de la digitalización. Los comunicadores han tenido que sumergirse en el entorno digital y mantenerse a la vanguardia de las nuevas exigencias para conservar su relevancia en el mundo laboral. El periodista actual debe estar preparado para el entorno tecnológico y ser un profesional multitarea, versado en diversos soportes web y capaz de trabajar con una variedad de géneros concebidos para una audiencia con mentalidad digital (González, 2016).

El rol del periodista está continuamente reinventándose, por lo que en la actualidad es necesario adquirir nuevos conocimientos y aptitudes –tanto teóricos como técnicos– para poder ir en línea con la innovación y ser parte de los medios de comunicación y otros entornos laborales. (Lezaeta Marin, 2020)

Esta revolución mediática obliga a los periodistas a desarrollar y poseer competencias y habilidades que les permitan destacar en un medio que en sus inicios era tradicional o convencional, pero que, con la evolución de las TIC, tras varios años de innovaciones tecnológicas sostenidas, dejó de ser lo que era para mutar hacia las tendencias digitales de vanguardia. Las nuevas preferencias de los lectores, la inmediatez de la información, los canales interactivos y multimedia, son algunos de los causales de esta adaptación por parte de los medios y los comunicadores.

Entre las nuevas competencias surgidas por la digitalización de los medios, se evidencia la capacidad de contar historias multiplataforma; que van desde los portales de noticias y blogs, hasta las redes sociales, inteligencia artificial y demás recursos multimedia interactivos. Esto ayudándose de las tácticas de SEO y un lenguaje conveniente para el lector contemporáneo.

Crear titulares que enganchen al lector es una de las claves para realizar periodismo en la época actual, ya que, los lectores no suelen leer contenidos que no capten su atención. Por ello, resulta indispensable que los periodistas tengan capacidad de conocer el lenguaje que exigen los entornos digitales para que el usuario de clic e ingrese a la noticia, evitando que solo deslice a través de su pantalla.

Sin embargo, es importante hacer hincapié en las competencias generales que todo comunicador debe tener. Según Falla Aroche (2011), El periodista digital tiene conocimiento teórico del periodismo y además es un usuario multitarea que sabe de tecnología, tiene criterio, conoce las fuentes adecuadas en línea para recopilar información y se mantiene constantemente actualizado.

La consolidación de los entornos digitales dio lugar a nuevos perfiles profesionales. Según Saavedra Llamas, Grijalba de la Calle, y Pedrero Esteban (2018), estos apuntan tres roles muy concretos:

- Diseñadores, programadores y desarrolladores de aplicaciones y softwares
- Especialistas en marketing digital y en nuevas plataformas audiovisuales
- Creadores de escenarios virtuales y diseñadores 3D

De acuerdo a lo antes expuesto, se requiere de un nuevo perfil profesional de los comunicadores que se vincule a alguno de estos tres roles. Falla Aroche (2011) nos brinda un perfil básico de periodista o comunicador digital:

- Que tenga estudios universitarios de periodismo y comunicación.
- Que domine dos o tres idiomas a nivel intermedio.
- Nativo digital con un gran gusto por probar nuevos dispositivos.
- Con dominio de paquetes de ofimática, navegación y búsquedas avanzadas.
- Con experiencia en la gestión de contenidos digitales.
- Que posea conocimiento en la edición de noticias en línea.
- Manejo básico de fotografía, audio, streaming y vídeo.
- Que sepa utilizar sistemas de edición y actualizaciones.

Tal como lo menciona Negri (2010), esta clase de periodismo requiere que el profesional sea también un gran seleccionador de imágenes, conozca portales, blogs de imágenes de libre circulación, sepa manipular cámaras digitales y tenga conocimiento de programas de edición.

El periodista contemporáneo no solo debe dominar las características intrínsecas de la comunicación, sino también los lenguajes multimedia para crear contenidos enriquecidos con audios, imágenes y otros recursos que fidelicen a los usuarios. Para lograrlo, busca adquirir nuevos conocimientos, y en este proceso, las universidades desempeñan un papel crucial. Meso (2004) destaca cómo muchas instituciones académicas han incorporado estudios sobre periodismo digital en sus programas de licenciatura y posgrado, junto con la publicación de manuales y referencias bibliográficas esenciales sobre el tema y la realización de investigaciones doctorales.

Adentrándonos a la realidad de nuestro país, Ecuador, el incremento a internet y la usabilidad de las nuevas tecnologías permitió que los medios tradicionales dieran este brinco hacia la digitalización. Rivera (2013) menciona que, en la búsqueda de conectar a los migrantes con la realidad del país, surgió el primer cibermedio con un formato de boletín informativo del diario Hoy en 1995.

Sin embargo, es importante destacar que este brinco a la digitalización en algunos no se dio de forma espontánea, sino más bien forzada. En los últimos años, los medios se vieron en la necesidad de ampliar sus horizontes y migra a estas plataformas que brindaba el internet.

Este proceso que venía dándose con lentitud, apresuro su paso en el 2020 cuando el mundo se vio amenazado por la pandemia de Covid-19. Según Antunish Cárdenas (2021), entre marzo y diciembre del año 2020 nacieron 27 medios digitales en el país; la mayoría de ellos, ubicados en la Sierra.

El internet tomó el rol protagónico en el encierro mundial permitiendo romper la distancia social a través de la conectividad. Es este protagonismo el que genera una aceleración en la convergencia de los medios y también en el surgimiento de nuevos. Según Nielsen et al., (2020)

citado por Arana Arrieta, Mimenza Castillo, y Narbaiza Amillategi (2020), avivó una serie de tendencias ya presentes. Y lo hizo provocando en la red dos fenómenos muy interesantes: la práctica universalización y normalización de las TIC y un importante crecimiento en el consumo de medios de comunicación.

La mayoría de medios tradicionales se vieron en la obligación de migrar, porque el panorama adverso solo mostraba la desaparición del mismo. La desesperada transición causó que muchos fracasaran en el intento y finalmente, las pérdidas económicas, decadencia de rating y la imposibilidad de mantener a sus comunicadores los terminó por desaparecer.

Mientras que unos pocos, iniciaron esta convergencia desde hace varios años y la pandemia solo los impulsó a darle más espacio a esta digitalización. Volcando sus esfuerzos por potencializar sus plataformas digitales, de forma progresiva, a través de prueba-error, tomando lo que les empezaba a funcionar como las transmisiones en vivo. Según Sornoza Casanova (2023), los medios digitales encontraron en el Social Media Live Streaming un camino para transmitir de mejor manera la intensidad de la historia periodística, ya que, permiten realizar transmisiones profesionales de carácter inmerso o bien bajo los formatos contemplados en la realidad aumentada y realidad virtual.

Otro panorama que detonó con el internet, fue el surgimiento de los medios nativos digitales. Según Morán (2015), estos medios han resaltado en un contexto donde cada vez los medios tradicionales ceden cancha a las restricciones de la Ley de Comunicación. Sin embargo, en los últimos tres años se ha visto una creciente ola de medios nativos digitales, la mayoría surgidos en plataformas como Facebook, Instagram, TikTok.

En este punto es importante precisar que los medios digitales (nativos digitales o migrantes digitales) son aquellos medios de comunicación creados e inscritos legalmente como tales. Por otra parte, la fácil accesibilidad que brinda el internet a generado una creciente ola de personas comunes o periodistas que crean cuentas o perfiles en las plataformas digitales para realizar actividades comunicacionales de forma informal, autodenominándose medios de comunicación. Es importante precisar esta diferencia para tener claro el medio al que pertenece nuestro caso de estudio.

La provincia de Manabí no ha estado aislada a estos nuevos surgimientos. La presente investigación se desarrolla en uno de los cantones de esta provincia, Jipijapa; este cantón cuenta con varios medios de comunicación entre tradicionales y digitales, entre los que destaca la televisora local JipiTv.

El canal de televisión JipiTv, nació en la era convencional y ha tenido que mutar o migrar hacia las nuevas plataformas digitales, de forma concreta a la red social Facebook, llevando a sus profesionales a buscar nuevas alternativas que le permitan seguir a la par de esta corriente digital. Pero ¿cómo los periodistas de Jipitv, han venido desarrollando estas competencias de la era digital, para inmiscuirse en el ámbito digital?

Por ello se busca identificar las competencias digitales adoptadas por los comunicadores del medio para dar respuesta a los nuevos requerimientos de los entornos digitales, y a su vez el surgimiento de un nuevo perfil profesional requerido en los comunicadores.

### **Metodología**

La investigación fue basada en enfoque mixto, el mismo que recolecta y analiza los datos para dar respuesta a las interrogantes antes planteadas, combinando tanto el enfoque cuantitativo

como el cualitativo (Hernández, et al., 2014); permitiendo identificar a través de datos medibles, las competencias de los comunicadores en el desarrollo de sus labores dentro del área digital, y también a través de la contextualización de los procesos de convergencia que tuvieron que pasar los comunicadores por lo cual desarrollaron y adoptaron competencias digitales.

El diseño fue caso de estudio. Este diseño es aquel cuya investigación se interesa en un fenómeno para lo cual selecciona un caso para su estudio intensivo (Stake, 2005). En el presente trabajo nos interesa comprender las competencias digitales adoptadas particularmente por los comunicadores que laboran en el medio audiovisual JipiTv.

En cuanto al alcance fue descriptivo, ya que se busca describir el fenómeno de la convergencia de medios y las competencias adquiridas por los periodistas audiovisuales para estar a la par con los nuevos requerimientos de la sociedad digital; y especificar características que debe poseer todo comunicador que labore en entornos digitales (Hernández, et al., 2014).

Para definir la población primero debemos tener claro qué es. Hernández et al. (2014) nos conceptualiza a la población como un todo que comparten características específicas. Para la recolección de datos se contó con una población de 6 personas vinculadas a la comunicación dentro del canal de televisión de nuestro caso de estudio. Al ser reducida y accesible, su muestra es igual a la población.

Para la presente investigación se utilizó la encuesta como técnica, para identificar las competencias digitales que aplican los comunicadores en la creación de los productos audiovisuales que se difundirán dentro de los entornos digitales. Durante la aplicación de esta técnica se usó como instrumento un cuestionario online, a través de formularios de Google, el mismo que fue difundido vía WhatsApp a la población de estudio. Consta de 5 preguntas: la

primera pretende identificar el sexo de los trabajadores. Las siguientes tres preguntas buscan identificar las competencias comunicacionales, tanto en medios tradicionales como en el área digital, que poseen dichos comunicadores. Finalmente, la última pregunta nos permitió identificar el compromiso del medio y de los comunicadores con respecto a la actualización de conocimientos.

Del mismo modo, se utilizó la técnica de la entrevista con la finalidad de identificar los procesos de adaptación que debieron pasar los comunicadores para adaptarse a los nuevos requerimientos de la sociedad digital. Fue una entrevista semiestructurada para mantener la esencia de las preguntas, pero también que estas puedan seguir conforme vaya fluyendo la conversación (Hernández, et al., 2014). Esta se aplicó a 2 personas que laboran en el medio.

Para el procesamiento de los datos se utilizó Microsoft Excel, como un medio que permitió analizar los datos cuantitativos de forma rápida y confiable; se emplearon medidas de estadística descriptiva como frecuencia y porcentaje (Hernández, et al., 2014). La escala de medición de los datos es nominal, ya que no tiene un orden establecido. Para el análisis de las entrevistas se realizará una descripción de los datos recogidos, que incluyen las respuestas relevantes de los comunicadores entrevistados.

## **Resultados y discusión**

Se analizó e interpretó los datos de las encuestas online realizadas a los 6 comunicadores que laboran en el medio del caso de estudio.

Los datos evidenciaron que el 17% de los encuestados son mujeres, mientras que el 83% son hombres. Demostrando que en el equipo del medio televisivo existe una predominancia numérica del género masculino.

### ***Competencias generales identificadas por el propio comunicador***

Tabla 1: ¿Qué competencias comunicacionales considera que posee usted?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Redacción de textos periodísticos	4	13%
Edición de videos	6	20%
Fluidez al hablar	5	17%
Locución	6	20%
Uso adecuado de terminología	4	13%
Investigación	5	17%
Otra	0	0%
TOTAL	30	100%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los encuestados, la edición de videos (20%) y la locución (20%) son de las competencias generales que todos poseen. Mientras que la fluidez al hablar (17%) y la investigación (17%) son de las competencias que al menos uno no posee. Después, encontramos la redacción de textos periodísticos (13%) y el uso adecuado de terminología (13%) como capacidades con menor frecuencia (4). Finalmente, ninguno de los encuestados identifico otra opción aparte de las ya dadas.

### ***Competencias de los comunicadores en el área digital***

Tabla 2: ¿Qué competencias considera debe poseer un comunicador para desempeñarse en el área digital?

Opciones	Frecuencia	Porcentajes
Conocimiento de programas básicos de fotografía , audio, streaming y video	6	19%
Gestión de contenidos digitales	6	19%

Redacción para la web	4	12%
Edición de noticias en líneas	6	19%
Dominio de paquetes de ofimática, navegación y búsqueda avanzada	4	12%
Manejo de plataformas digitales	6	19%
Otra	0	0%
TOTAL	32	100%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las competencias digitales que consideran que todo comunicador debe poseer se obtuvo que cuatro de las opciones dadas son consideradas por todos los encuestados importantes en cualquier periodista digital. Estas competencias fueron: el conocimiento de programas básicos de fotografía, audio, streaming y video (19%), gestión de contenidos digitales (19%) edición de noticias en línea (19%) y manejo de plataformas digitales (19%). Por otra parte, la redacción para la web (12%) al igual que el dominio de paquetes de ofimática, navegación y búsqueda avanzada (12%) son competencias, que, según los encuestados, no son deben tener todos quienes laboran en los entornos digitales. Finalmente, con 0% en la opción otra obtuvo una frecuencia de 0, queda demostrado que los comunicadores no consideran que deben poseer ninguna competencia adicional a las presentadas dentro de las opciones. Sin embargo, como lo menciona Morejón Vallejo y Zamora Pérez (2019) es importante que los periodistas innoven y creen nuevos mecanismos y estrategias que le permitan despertar el interés de las audiencias, y a su vez, obtener recursos económicos para permanecer laborando.

Tabla 3: De las competencias digitales antes mencionadas, ¿Cuántas considera que usted posee?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	0	0%
4 a 6	6	100%
más de 6	0	0%
Ninguna	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, se puede visualizar el rango de competencias en el área digital que los comunicadores encuestados consideran poseer. El 100% de ellos indicaron que poseen de 4 a 6. Las demás opciones tuvieron una frecuencia de 0%, dejando demostrado que ninguno de los encuestados son analfabetos digitales. En esta parte es importante destacar los aspectos claves de la alfabetización digital, los cuales son la multimedia y la digitalización de la sociedad donde se hace imprescindible leer y escribir multimedia (Icaza-Álvarez, Campoverde-Jiménez, Verdugo-Ormaza, y Arias-Reyes, 2019).

### *Capacitaciones*

Tabla 4. En su medio de comunicación, ¿poseen algún programa de capacitaciones?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
si	0	0%
no	0	0%
me auto educo	6	100%
TOTAL	6	100%

Fuente: Elaboración propia

En la última sección de la encuesta se buscaba evidenciar el nivel de preocupación del medio televisivo y comunicadores por la actualización de conocimientos. La tabla 4 muestra que el 100% de los comunicadores encuestados han optado por **auto educarse**. Mientras que la opción

si y no obtuvieron 0%, evidenciando la falta de preocupación del medio de comunicación por mantener a su personal en constante aprendizaje, para estar a la vanguardia de los nuevos requerimientos de la sociedad digital.

El pensamiento de Vásquez (2020) resalta la importancia de la educación permanente como un proceso de autoconstrucción basado en principios pedagógicos clave, como la educabilidad, la educatividad y la autonomía personal. Esto implica que los individuos, en este caso, los comunicadores, deben ser capaces de continuar aprendiendo y construyendo conocimiento a lo largo de sus carreras para mantenerse actualizados y efectivos en su campo.

Los resultados de la investigación subrayan una preocupación relevante. Se revela que el 100% de los comunicadores encuestados han optado por auto educarse, lo que indica que están comprometidos en mantenerse actualizados y adquirir nuevos conocimientos. Sin embargo, la opción "sí" y "no" obtuvo un 0%, lo que sugiere una falta de preocupación por parte del medio de comunicación en proporcionar oportunidades de formación continua a su personal.

Esta discrepancia entre la iniciativa individual de los comunicadores y la falta de apoyo del medio de comunicación para mantener a su personal en constante aprendizaje es un hallazgo significativo. Muestra que, aunque los comunicadores están dispuestos a invertir en su propio crecimiento profesional, el medio no parece estar respaldando activamente esta iniciativa.

Los resultados indican que existe un deseo por parte de los comunicadores de mantenerse actualizados y construir nuevos conocimientos, pero también revelan una falta de apoyo o preocupación por parte del medio de comunicación en proporcionar oportunidades de educación continua. Esto podría tener un impacto en la capacidad del medio para estar a la vanguardia de los

nuevos requerimientos de la sociedad digital y para mantener a su personal altamente calificado y comprometido en un entorno de comunicación en constante evolución.

### *Entrevistas*

Dentro de las técnicas empleadas en esta investigación encontramos la entrevista, la misma que fue realizada a dos comunicadores del medio de forma virtual debido a las múltiples funciones que desempeñan dentro del mismo. Vicente Parrales, quien labora en el medio como reportero y camarógrafo, mencionó que la transición de lo tradicional a lo digital fue un giro de 360 grados ya que, el impacto informático los obliga a realizar su labor periodística de forma más rápida.

Para Parrales, el desenvolvimiento frente al público y crear contenido innovador son competencias necesarias para quienes realizan periodismo en los entornos digitales. También señala que el uso de las redes sociales en sus labores cotidianas involucra estar comprometido con su desempeño y mantener la credibilidad. Por otra parte, indicó que la tecnología cumple un papel importante, debido a que con un teléfono inteligente es suficiente para ejercer la profesión y mantener informada a la colectividad.

En la parte final de la entrevista se preguntó sobre la actualización de conocimientos, él supo manifestar que el internet es el mejor libro en la actualidad, permite aprender constantemente y así estar a la vanguardia de los nuevos requerimientos de la sociedad.

El otro entrevistado fue Juber Bravo, reportero y presentador de JipiTv. Menciona que la transición de la televisión tradicional a los espacios digitales ha sido un cambio muy significativo en su carrera, ya que, le ha brindado la oportunidad de ampliar su audiencia y adoptar un nuevo estilo de trabajo.

Bravo hablo sobre las diferencias que ha notado en este proceso de convergencia; destacando la flexibilidad de los nuevos formatos, la interactividad de las nuevas audiencias y el alcance inmediato y masivo. Por otro lado, señaló que dentro de las competencias que tuvo que desarrollar se encuentra la creación de contenidos multiplataforma, redacción para la web, edición de videos con aplicaciones móviles y estrategias de redes sociales.

En otro momento de la entrevista, se habló sobre los desafíos y oportunidades que se presentan con la inmediatez que requieren las noticias en el entorno digital. El comunicador señaló que uno de los desafíos es mantener la calidad de la información, mientras que una de las oportunidades es la fidelización de la audiencia al brindarles la información en tiempo real.

En la parte final de la entrevista se habló sobre la actualización de conocimientos, Bravo supo indicar que para estar al tanto de las nuevas tendencias participa activamente en comunidades en línea, acude a webinars sobre medios digitales, realiza cursos en línea, y también interactúa con colegas para así retroalimentarse. También, hizo hincapié en que las universidades deben contar con un pensum de estudio donde se les brinde a los estudiantes las herramientas necesarias para laborar en estos nuevos entornos, además, darles la oportunidad de fortalecer lo aprendido en las aulas a través de la incursión en los medios comunicacionales y porque no impulsarlos a la creación de nuevos espacios. Adicionalmente, que así mismo deberían preocuparse por sus graduados y brindarles la posibilidad de actualizar conocimientos a través de cursos con expertos en el área digital.

Ambos comunicadores enfatizan en el gran cambio que causó el boom digital en el desarrollo de sus labores periodísticas, dejando en evidencia la necesidad de que las universidades preparen a profesionales capaces de afrontar los nuevos desafíos propuestos por la sociedad. También, la necesidad de mantenerse en constante actualización de conocimientos.

## **Conclusiones**

Identificar si los comunicadores de nuestro caso de estudio poseen competencias en el ámbito digital es lo que motivó la realización de esta investigación, evidenciando varios aspectos relevantes:

Los comunicadores de JipiTv han demostrado una notable capacidad de adaptación a los nuevos requerimientos de la era digital. La migración hacia las redes sociales y la transformación en comunicadores multifuncionales reflejan su flexibilidad y capacidad de evolución en un entorno mediático en constante cambio.

La predominancia masculina en el personal comunicacional de JipiTv con un 83% indica una falta de representación femenina. Esto resalta la necesidad de brindar oportunidades laborales a más comunicadoras para lograr una cobertura más equitativa de las problemáticas del cantón.

Se ha identificado que la edición de videos y la locución son las principales competencias generales de la muestra. Sin embargo, existen cuatro habilidades digitales específicas que los comunicadores consideran cruciales en el entorno digital. Esto subraya la importancia de capacitar a los comunicadores en estos campos para mejorar su desempeño.

Aunque los encuestados poseen un conocimiento básico de capacidades digitales, se recomienda la implementación de un programa de capacitaciones continuas en JipiTv. Esto garantizará que los comunicadores estén al tanto de las últimas tendencias y tecnologías digitales, lo que a su vez mejorará la calidad de los contenidos informativos para el público.

Las universidades pueden desempeñar un papel fundamental en la formación y actualización de los comunicadores. Ofrecer capacitaciones, talleres y webinars, así como

fomentar la creación de comunidades digitales para compartir conocimientos y experiencias, contribuirá significativamente a mantener a los comunicadores al día en su campo.

Se ha delineado un prototipo de perfil profesional para los comunicadores digitales en medios televisivos, que incluye el dominio de plataformas digitales, conocimiento de aplicaciones digitales en fotografía, audio, video y streaming, habilidades en escritura web, conocimientos de SEO, gestión de redes sociales, creatividad visual, manejo de crisis en línea, comprensión de las audiencias, ética digital, adaptabilidad y capacidad para el trabajo en equipo. Este perfil servirá como guía para la formación y contratación de futuros comunicadores en JipiTv.

En conclusión, esta investigación ha arrojado luz sobre las competencias digitales de los comunicadores de JipiTv y ha proporcionado recomendaciones clave para mejorar su preparación y desempeño en un mundo mediático cada vez más digitalizado.

### **Referencias Bibliográficas:**

Antunish Cárdenas, A. (2021). Periodismo digital y emprendimiento en pandemia: mapeo del surgimiento de medios en Ecuador. #PerDebate, 5(1), 288–307.

<https://doi.org/10.18272/pd.v5i1.2327>

Arana Arrieta, E., Mimenza Castillo, L., y Narbaiza Amillategi, B., (2020). *Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación*. Revista de Comunicación y Salud, 10(2), 149-183. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7697394>

González Córdova, M., (2016). *Perfil de los periodistas digitales en Ecuador: estudio de seis diarios nacionales de información general en su versión digital*. Opción, 32(7), 746-766.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw-Hill.

Icaza-Álvarez, D., Campoverde-Jiménez, G., Verdugo-Ormaza, D., y Arias-Reyes, P. (2019). *El analfabetismo tecnológico o digital*. Polo del Conocimiento, 30 (4), 401. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164297>

Levano-Francia, L., Sánchez Díaz, S., Guillén-Aparicio, P., Tello-Cabello, S., Herrera-Paico, N., y Collantes-Inga, Z. (2019). Competencias digitales y educación. Propósitos y representaciones, 7(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2019.v7n2.329>

Lezaeta Marin, M. (2020). Ser periodista en la era digital: conocimientos y habilidades para un perfil profesional competitivo. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona.

Meso, K. (2004). *La formación del periodista digital*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, 84,1-11. <http://hdl.handle.net/10469/10596>

Morán, S. (2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Plan V, 31.

Morejón Vallejo, R., & Zamora Pérez, B. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. Textos Y Contextos, (18), 11–24. <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1752>

Negri, I. (2010). El periodismo digital, como artesano de información. Periodismo digital: en un paradigma de transición. Rosario, Argentina: 2do Foro de Periodismo Digital de Rosario.

Oliva, C. (2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Aposta revista de Ciencias Sociales, 61, 1-30. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>

Ramírez, F. (2018). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/las-nuevas-habilidades-necesarias-para-los-periodistas-de-la-era-digital/>

Rivera, J. (2013). *Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui., 122, 112-117.

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13303/1/REXTN-Ch122-15-Rivera.pdf>

Saavedra Llamas, M., Grijalba de la Calle, N., & Pedrero Esteban, L. M. (2018). *Hacia una redefinición de las competencias y perfiles profesionales del comunicador audiovisual en el ecosistema digital*. España: Doxa Comunicación.

Sornoza Casanova, M., (2023). *Comunicación audiovisual: Streaming como herramienta de transmisión en el medio digital* Manantial Informativo. La Libertad. UPSE, Matriz. Instituto de Postgrado. 52. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9801>

Stake, R. (2005). *Investigación con estudio de casos*. Ediciones Morata

Vargas-Murillo, G. (2019). *Competencias digitales y su integración con herramientas tecnológicas en educación superior*. Cuadernos Hospital de Clínicas, 60(1), 88-94. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1652-67762019000100013&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1652-67762019000100013&lng=es&tlng=es)

Vázquez Gómez, G. (2020). *El autoeducación permanente en un contexto sociotécnico*. Contextos Educativos. Revista De Educación, (26), 83–103. <https://doi.org/10.18172/con.4451>

Velásquez García, G. (25 de junio de 2013). *Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación*. Medellín, Colombia: Revista Politécnica.