

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

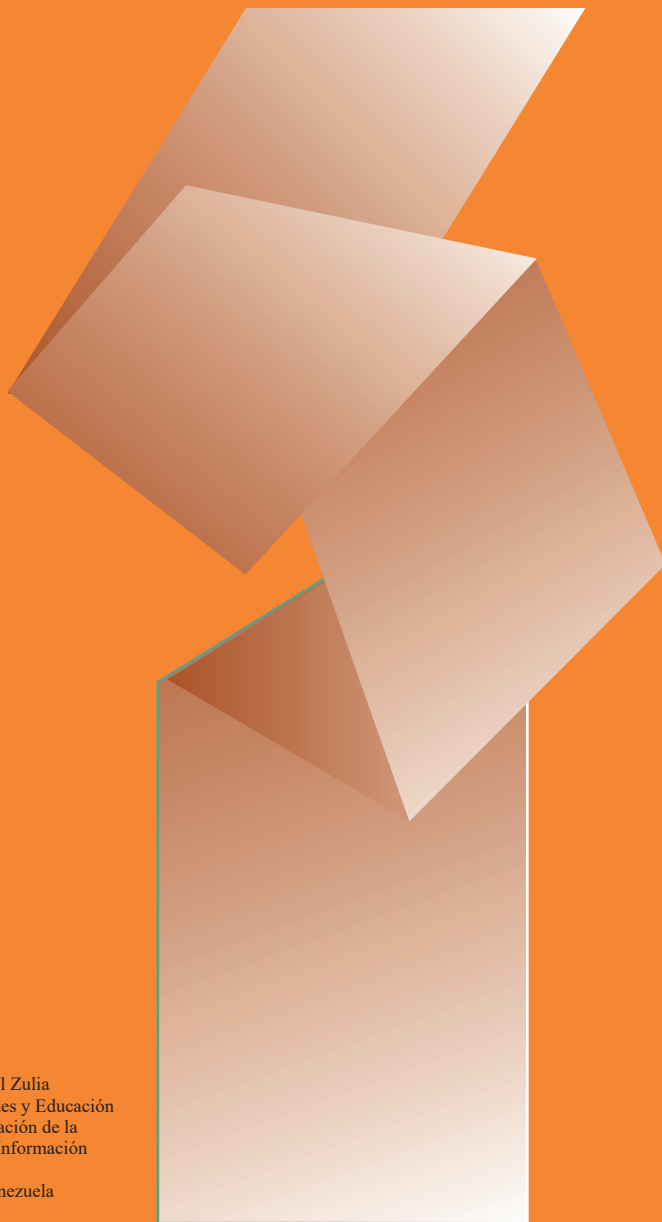
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

QUÓRUM

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



El periodismo digital: un reto para el periodista actualizado

Marcelo Criollo Burbano¹

Resumen

Este artículo analiza la pertinencia de perfeccionar los conocimientos en periodismo digital en los profesionales del periodismo y la comunicación social. Con este fin, se abordan algunas ideas sobre el periodismo digital y se examinan encuestas desarrolladas por la Carrera de Periodismo de la Universidad de Cuenca, considerando aspectos como las narrativas transmedia, la pertinencia, la democratización de la información, el periodismo de proximidad, los medios alternativos y los contradiscursos. La propuesta analiza teóricamente las posibilidades, limitaciones y desafíos que brinda la digitalización del periodismo. Para concluir, se argumenta sobre el sendero de posibilidades significativas presentes en la esfera digital, los retos y necesidades de los profesionales del área que demandan mejoras y avances en la formación de periodistas actualizados.

Palabras clave: Periodismo digital, comunicación, narrativas multimedia, pertinencia.

Recibido: Septiembre 2023 – Aceptado: Octubre 2023

1 Docente en Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Periodista, magíster en Comunicación y Opinión Pública y máster en Educación y TIC. Con experiencia en la docencia universitaria y en educomunicación. Ha desarrollado investigaciones enfocadas a la comunicación, el género y el poder y la educación superior. Correo electrónico: marcelo.criollo15@ucuenca.edu.



Digital journalism: a challenge for up-to-date journalists

Abstract

This article analyzes the relevance of improving knowledge in digital journalism in journalism and social communication professionals. To this end, some ideas on digital journalism are addressed and surveys developed by the Journalism Career of the University of Cuenca are examined considering aspects such as transmedia narratives, relevance, democratization of information, local journalism, alternative media and counterdiscourses. The proposal theoretically analyzes the possibilities, limitations and challenges offered by the digitization of journalism. To conclude, it is argued about the path of significant possibilities present in the digital sphere, the challenges and needs of professionals in the area who demand improvements and advances in the training of updated journalists.

Keywords: Digital journalism, communication, multimedia narratives, relevance.

1. Introducción:

La irrupción de internet como medio para la difusión de la información ha demandado profundos cambios en los paradigmas de la labor periodística, y ha modificado aspectos formativos, éticos, profesionales y empresariales. En esta coyuntura, donde los medios viven conectados a la tecnología y la multimedialidad se ha vuelto un fenómeno de lo cotidiano, han aparecido nuevas formas de analizar y compartir la información en una aldea global en la que todos los días más individuos están conectados. Junto a este fenómeno se modifican también las relaciones sociales y la distribución del poder, se construye un contradiscurso (Fraser, 1997) que, desde una versión optimista, hace pensar en una mayor igualdad y en una comunicación más horizontal.

No obstante, aunque el internet permite una mayor participación entre las personas conectadas, así como la democratización de la información, esto no implica un cambio sustancial si se toman en cuenta las enormes brechas sociales y generacionales de los países de la región andina, fenómenos que son necesarios analizar desde la academia para rescatar un verdadero espacio

de participación ciudadana y comprender mejor el impacto de las TIC sobre los procesos económicos, culturales y sociales incorporando paradigmas críticos, difusionistas, mediacionales y ecológicos (Arcila y Calderín, 2015).

En sentido similar, también se construye un nuevo periodista actualizado e innovador, que se define por sus destrezas en la multimedialidad y que demanda nuevas habilidades con respecto a las tecnologías de la información y la comunicación en el marco de la demanda laboral, la competitividad y la innovación. En tal sentido, si consideramos la revolución tecnológica actual, los periodistas deben conocer a fondo las herramientas que forman parte de su trabajo y que, al decir de Scolari (2013), también son parte de las actividades cotidianas de la gente, es decir, es imprescindible explotar la potencialidad de la nueva realidad tecnológica en el campo de lo social, lo educativo y lo económico.

Con estos antecedentes, al dialogar con el fenómeno de lo tecnológico como un objeto de estudio complejo, se evidencia la pertinencia de propiciar programas de estudios enfocados en la multidireccionalidad, el desarrollo y la democracia. Los puntos señalados también son entendidos como una respuesta a una necesidad identificada en tanto, que son cada vez más los espacios de actuación profesional que habitan en las redes y demandan una formación transversal para un desarrollo profesional idóneo.

Todo ello plantea a su vez una serie de interrogantes: ¿qué posibilidades tiene el internet respecto a la democratización de la información?, ¿cuáles son las ventajas y desventajas del periodismo digital y sus narrativas transmedia?, ¿qué nuevas destrezas deben desarrollar los periodistas actualizados?, ¿es pertinente actualizar a los profesionales con estudios en periodismo digital y en el desarrollo de proyectos? Esta investigación busca responder estas preguntas mediante un análisis epistemológico sobre el periodismo digital y la identificación de las necesidades, demandas e intereses de los actores involucrados en esta temática.

2. Marco teórico

Algunas de las ideas fundamentales que dan forma al periodismo digital, las introduce Scolari (2013) con la noción de las narrativas transmedia, una particular forma de difundir la información a través de diferentes sistemas de significación, sean estas de forma verbal, icónica, audiovisual o interactiva, y cuyos soportes son diferentes a los medios y lenguajes tradicionales.

Otra manera de comprender al periodismo digital fue proporcionada por Díaz Noci (2000), quien abordó la noción de la multimedialidad “como la integración de una misma unidad discursiva, de información de varios tipos: texto, imágenes, sonidos, e incluso, bases de datos o programas ejecutables” (Díaz Noci, 2000: 105). Esta forma de comprender la difusión de la información implica un abordaje que supera la adaptación de un lenguaje a otro, y pone la atención en una estrategia que, según Scolari (2013), contempla la complejidad de la cultura de masas contemporáneas.

Desde esta perspectiva, resultaría conveniente profundizar en dos coordenadas fundamentales: la expansión del relato a través de varios medios y la colaboración de los usuarios en ese proceso expansivo. Con base en esas coordenadas, podríamos conceptualizar a las narrativas transmedia como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (Scolari, 2013: 40). Tal definición no ignora la situación del consumidor o nuevo sujeto de la comunicación y lo convierte en parte del universo narrativo, con lo que se abren las puertas a una serie de posibilidades, retos y limitaciones en la creación de nuevos relatos.

Ahora bien, la relación entre creación de relatos y nuevo sujeto de la comunicación pone en escena otras texturas narrativas, más heterogéneas y con potencialidades orientadas a la pluralidad de voces, los llamados contradiscursos que, en términos de Nancy Fraser (1997), ponen en escena las necesidades y demandas de identidades subordinadas en las democracias actuales. Esta conceptualización busca irse en contra de la lógica hegemónica y universalizante de la agenda de los medios masivos de comunicación para hacer escuchar nuevas voces, aspecto que pone en escena el debate sobre las posibilidades que tiene el internet.

2.1. Periodismo digital y sociedad

Con la llegada del internet, se reconfigura la actividad de los medios de comunicación y se amplían las posibilidades discursivas. En América Latina se trazan dos tendencias: una ciber-optimista y otra ciber-pesimista, una que ve al internet y a las TIC como elementos de democratización del mundo y otra que incorpora aspectos sociales que apuntan a la enorme brecha digital en los países de la región, aspecto que exhibe las mismas complejidades del objeto de estudio (Arcila y Calderín, 2015). A la vez, motiva a la

academia a articular la investigación en TIC, especialmente sobre las políticas públicas, los movimientos sociales en red y el periodismo digital innovador, participativo y de proximidad. En este seno emerge el concepto de proximidad: un periodismo que en esta sociedad globalizada refuerce los rasgos de identidad y diversidad y cuestione el proceso de globalización tecno-económica, consciente de que la comunicación del futuro se escribe con "L" de local (López García, 2001).

Con lo señalado, resulta evidente que el periodismo está en constante cambio y que las transformaciones invitan a buscar nuevos caminos junto a herramientas de creación innovadoras, contenido de calidad y modelos de negocios con impacto social. Así, no solo se redefine el ecosistema de comunicación, sino que se trazan nuevas experiencias y modelos de periodismo con procesos innovadores cercanos al contexto social (Puentes-Rivera, 2018).

2.2 Perfiles del periodista digital actualizado

En el contexto de lo digital, la actividad profesional del periodismo se ha transformado notablemente sobre todo en relación con las nuevas demandas y necesidades. El eje central apunta primero a generar un contenido con valor añadido a fin de que el discurso se pluralice y segundo, a que los profesionales no se queden atrapados en los medios tradicionales saturados con la consiguiente precarización del empleo, donde la generación de conocimiento es esencial como respuesta ante los cambios en esta sociedad industrial y posindustrial (Rosales Vicente *et al.*, 2018).

La propuesta ante el nuevo escenario comunicativo digital y laboral convergería con el emprendimiento y el despliegue de proyectos sostenibles y de impacto social como respuesta, superando la necesidad de construir periodistas para los medios y mudándolos a otras alternativas.

Además, la transformación que experimenta el periodismo exige la articulación de algunos elementos sustanciales: lo académico, el alumno, la sociedad y la innovación. En el mismo escenario, Salavarría (2005) llamó a atender tres procesos básicos: la investigación, la producción y la difusión. Con todo lo indicado, apostamos por enfocar los contenidos educativos en la gestión de comunicación comunitaria, alternativa y popular, impactar fuera de las grandes ciudades, aspectos que a su vez exigen una profesionalización del periodismo digital para evitar el desarrollo de varias formas de periodismo no profesional en línea y para evitar evaluaciones

categorías sobre las posibilidades verdaderamente democratizadoras que nacen desde lo digital (Dahlgren, 2010).

Ante esas transformaciones y en el escenario de los perfiles profesionales y el mundo digital, se insiste en la necesidad de estudiar los cambios que acontecen alrededor de la profesión desde la academia y fortalecer algunas competencias desde programas de posgrado. Punín Larrea *et al.*, (2014), destacan la necesaria actualización del periodista en estos puntos: capacidad para emplear soportes digitales heterogéneos; capacidad para construir relaciones comunicativas horizontales con los usuarios; capacidad de redacción de contenidos, atendiendo a la heterogeneidad de los lectores; conocimiento y capacidad de uso de recursos multimedia y narrativas digitales; capacidad de investigación a través de soportes tradicionales y digitales; capacidad de desarrollo de canales más dinámicos de *feedback* con usuarios; capacidad de actualización de contenidos en tiempo real; el conocimiento de las redes sociales y las diferentes herramientas digitales de aplicación periodística.

Algunos otros aspectos sustanciales que pueden incorporarse son: responsabilidad social; innovación en la difusión de contenidos; conocimiento de los nuevos formatos y narrativas; emprendimiento digital; conocimiento del *marketing*, publicidad y comercio en internet; desarrollo de habilidades, destrezas y conocimientos del periodismo digital y el uso de las TIC con alcance transformador acorde a los nuevos paradigmas del ejercicio profesional y la competitividad; capacidad para crear proyectos periodísticos digitales que respondan a las necesidades actuales desde la multidireccionalidad, la inclusión y la equidad y, finalmente, una formación que contribuya con la participación popular en los medios y la democratización de la información.

Con la discusión puesta en escena, también son importantes los estudios de pertinencia, un factor de relevancia al momento de diseñar proyectos de educación superior, por su impacto en la economía, la sociedad y la cultura de la región y sobre todo por garantizar la formación de profesionales de alta calidad académica y humana por cuanto contribuye a la solución de las necesidades y problemáticas del país. La Ley Orgánica de Educación Superior de Ecuador (LOES, 2018), en el artículo 107 señala “que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional y al régimen de desarrollo, a la perspectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural”.

Ahora bien, junto al constructo teórico expuesto, surge también la necesidad de conocer las competencias que demandan los profesionales del periodismo y la comunicación en un contexto real y actual. En ese sentido, esta investigación se complementa con un estudio que busca determinar las preferencias de los profesionales en el marco del desarrollo de la región y acorde a los estándares de calidad de la educación superior.

2.3 Estudio de pertinencia

Para que una oferta académica y el perfil profesional se relacionen con las necesidades locales y contribuyan al desarrollo, es preciso incluir una serie de datos que permitan tener un diagnóstico con el fin de responder a una necesidad y cumplir con el principio de calidad detallado en el artículo 93 de la LOES; “El principio de calidad consiste en la búsqueda constante y sistemática de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocrítica, la crítica externa y el mejoramiento permanente” (LOES, 2018).

Asimismo, según Larrea (2014) la importancia del análisis de pertinencia radica en el ejercicio de contextualización de las tendencias de la ciencia, la tecnología, la profesión y los actores y sectores de desarrollo, es también una oportunidad para la definición del tipo de modelo curricular y pedagógico que deberá ser el resultado de una trama de interacciones entre la posición epistémica, social y política de los aprendizajes profesionales. En ese contexto, hemos creído oportuno aplicar encuestas como herramienta de recolección de información primaria. Con la aplicación de este muestreo, se identificaron las necesidades e intereses alrededor de una oferta de estudios en el campo específico del periodismo digital.

3. Consideraciones metodológicas del estudio de pertinencia

La siguiente construcción metodológica pretende conectar el análisis teórico expuesto anteriormente con las necesidades de los profesionales de la comunicación en nuestro contexto, así como argumentar la pertinencia de actualizar los conocimientos en el campo del periodismo digital innovador y en la elaboración de proyectos.

En primer lugar, ha sido fundamental la lectura y el análisis sistemático de la teoría que ayuda a responder nuestros interrogantes y es la adecuada para definir los matices particulares que deben estar presentes en un programa de estudios. Por otro lado, para la cuantificación de las necesidades de los distintos actores, se ejecutaron encuestas siguiendo los siguientes criterios:

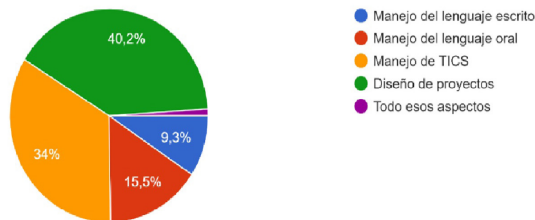
- Encuestas aplicadas a profesionales del periodismo y la comunicación de la Zona 6² con un enfoque de determinación de las necesidades e intereses educativos de los profesionales.
- Encuesta dirigida a los estudiantes de los últimos ciclos de las carreras de Periodismo y Comunicación de la Universidad de Cuenca respecto a los intereses educativos de posgrado.
- Un análisis a las encuestas realizadas por el Departamento de Seguimiento a Graduados de la Universidad de Cuenca, cohortes 2017-2018 y 2019-2020.

4. Resultados del estudio de pertinencia

En la primera sección identificamos datos generales y las competencias que los encuestados consideran importante alcanzar al realizar estudios de maestría. En la encuesta a profesionales y estudiantes de últimos ciclos participaron 97 personas, 62 mujeres y 35 hombres. En lo referente a la competencia general que los encuestados consideran importante alcanzar, se tiene como resultado que el 40,2% considera importante el diseño de proyectos, seguido del 34% que opta por el manejo de las TIC. El 15,5% señala la importancia del manejo del lenguaje oral.

Gráfico 1

Pregunta: ¿Qué competencia considera importante alcanzar al realizar estudios de maestría?



Fuente: Criollo (2023)

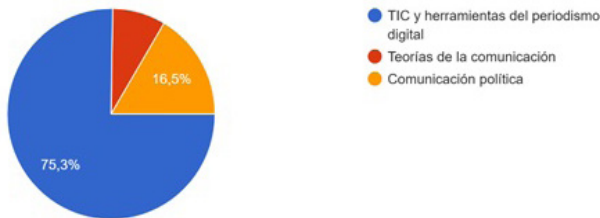
Por otra parte, respecto a las áreas que los encuestados consideran importantes para fortalecer su formación profesional, identificamos que el 75,3% de personas considera importante el estudio sobre las TIC y herramientas del periodismo digital, seguido del 16,5% que considera la

2 La Zona de Planificación 6 de Ecuador tiene su sede administrativa en la ciudad de Cuenca. Está integrada por las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago.

importancia de la comunicación política y el 8,2% prefiere las teorías de la comunicación.

Gráfico 2

Pregunta: ¿Cuál de las siguientes áreas considera importantes fortalecer para su formación profesional?

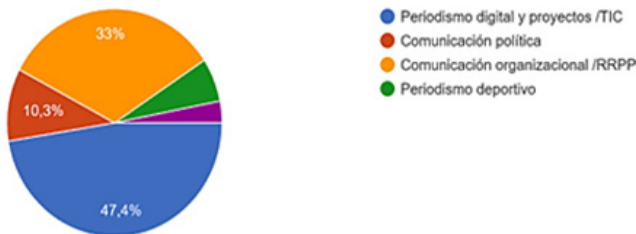


Fuente: Criollo (2023)

En sentido similar, consultamos sobre el enfoque que debe tener una maestría según sus intereses. Teniendo como resultado que el 47,4% de personas indica estar interesados en el periodismo digital y proyectos, seguido del 33% interesados en la comunicación organizacional y el 10,3% en la comunicación política.

Gráfico 3

Pregunta: En caso de estar interesado en realizar estudios de maestría ¿Cuál de las siguientes áreas escogería?



Fuente: Criollo (2023)

En las cohortes 2017-2018, con la participación de 93 encuestados, tenemos que el 27% de los profesionales opta por la producción audiovisual y por la comunicación organizacional. En este caso llama la atención un 8% de encuestados que opta por el periodismo y las nuevas tecnologías que se suma al conjunto de saberes sobre la comunicación digital, y en la variable otra con 20% destaca el marketing digital.

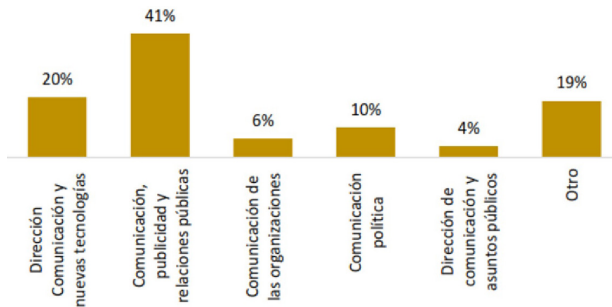
Gráfico 4
Área de interés para maestría en la Universidad de Cuenca



Fuente: Criollo (2023)

Finalmente, en las cohortes 2019-2020, con 84 encuestados, tenemos que los profesionales valoran continuar su formación profesional en comunicación, publicidad y relaciones públicas y en la variable "otro", con el 19%, destaca la comunicación y el *marketing* digital.

Gráfico 5
Área de interés de maestría en la Universidad de Cuenca



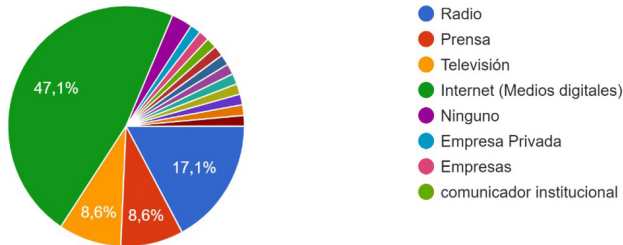
Fuente: Criollo (2023)

En una segunda sección preguntamos aspectos laborales, siendo consultado el lugar en el cual trabajan los encuestados, esta pregunta no fue obligatoria por tener a participantes cursando los últimos ciclos de las carreras de Periodismo y Comunicación. En cuanto a los resultados, un gran porcentaje de personas dicen trabajar en internet o medios digitales, representando el 47,1%, lo que nos permite deducir que muchas de las personas participantes encuentran en el internet un espacio laboral,

aspecto que sirve como referente para la estructura de un programa de estudios en la educación superior. En segundo lugar, con el 17,1% los encuestados indican que trabajan en la radio y el 8,6 en prensa y televisión.

Gráfico 6

Pregunta: Si trabaja en un medio de comunicación u organización afín, indique su tipo.

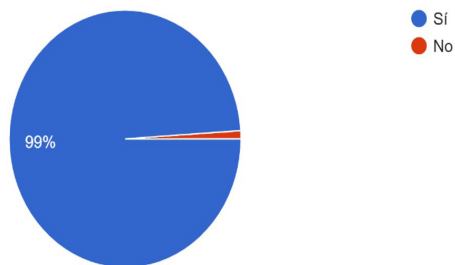


Fuente: Criollo (2023)

En esa misma línea consultamos si los encuestados tienen algún emprendimiento comunicativo, pudiéndose identificar que, de 97 participantes, el 40,2% posee un emprendimiento relacionado con la comunicación y el periodismo digital, mientras que un 59,8% indica que no poseen ningún emprendimiento.

Gráfico 7

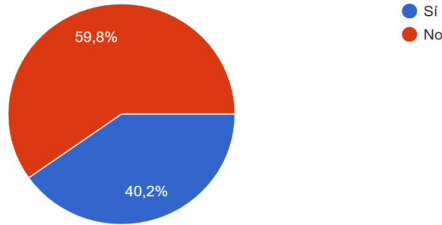
Pregunta: ¿Tiene o trabaja en algún emprendimiento comunicativo?



Fuente: Criollo (2023)

De 45 personas que respondieron la pregunta sobre qué tipo de emprendimiento tienen, el 35,6% indica tener un periódico y/o revista digital, seguido del 26,7 con emprendimientos enfocados a la producción audiovisual. Mencionan también en menor porcentaje los emprendimientos de consultoría de comunicación y radio online.

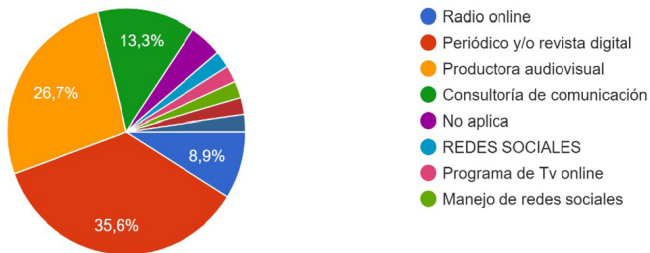
Gráfico 8
Pregunta: Si lo tiene ¿Qué tipo de emprendimiento es?



Fuente: Criollo (2023)

En el mismo campo de aspectos laborales, el 99% de los encuestados indica que el conocimiento sobre las TIC mejoraría su desempeño laboral, de igual manera al consultarles sobre si creen que con un proyecto digital propio y sustentable mejorarían su situación laboral y económica, el 93,8% indica que sí.

Gráfico 9
Pregunta: ¿Considera que la actualización en conocimientos sobre las TIC mejoraría su desempeño laboral?



Fuente: Criollo (2023)

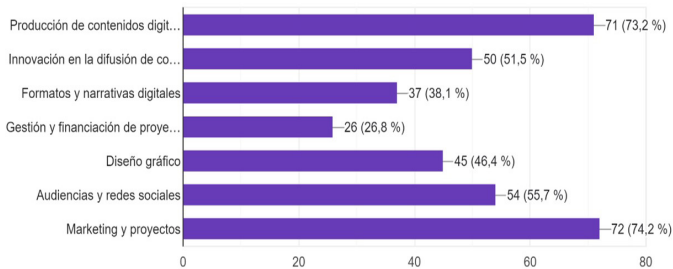
Finalmente, en la tercera sección los encuestados fueron consultados sobre qué contenidos les interesaría que se abordaran en un programa de estudios en periodismo digital, aspectos importantes para la construcción de una malla curricular acorde al contexto de las personas interesadas. En una escala, los consultados indicaron los siguientes datos representativos: con el 74,2%, se prioriza el marketing y proyectos, el 73,2% prefiere los

saberes relacionados con la producción de contenidos digitales, el 55,7% considera importante los estudios de las audiencias y las redes sociales.

El 51,5% considera importante la innovación en la difusión de contenidos, el 46,4% selecciona el diseño gráfico, el 38,1% selecciona los formatos y narrativas digitales y finalmente, la gestión y financiamiento de proyectos tiene un porcentaje del 26,8%. En la misma pregunta se solicitó que indiquen otros contenidos de interés, destacando los siguientes: expresión corporal para medios visuales, planificación, producción digital y manejo sustentable de proyectos.

Gráfico 10

Pregunta: ¿Qué contenidos le interesaría que se abordaran en dicho programa académico? Seleccione los que usted considere.



Fuente: Criollo (2023)

Como conclusión, estos datos muestran el interés de los encuestados por aprendizajes prácticos ligados al conocimiento en tecnología, aspectos que dan pista de cómo debe configurarse una malla que responda al desarrollo de la profesión y a las expectativas laborales que van ganando espacio en las plataformas digitales como opción laboral.

Ante este fenómeno, es importante asumir con profesionalismo la creación de un proyecto de maestría en periodismo digital que reúna varios de los aspectos teóricos mencionados anteriormente; abordar la multimedialidad como integración discursiva (Díaz Noci, 2000), valorar a los consumidores como parte activa de la comunicación (Scolari 2013), promover contenidos innovadores que informen y pluralicen el discurso y las voces de identidades subordinadas en las democracias existentes (Fraser 1997), priorizar el periodismo de proximidad y construir periodistas para los medios alternativos en vista de las potencialidades laborales emergentes en esos espacios sin descuidar las posibilidades verdaderamente democratizadoras y el profesionalismo.

5. Periodismo digital y proyectos: la apuesta de la Universidad de Cuenca

La Universidad de Cuenca en relación con la política de Estado, apuesta por construir un programa de maestría que pretenda dotar a los profesionales con conocimientos adecuados sobre las herramientas del periodismo digital y la creación de proyectos, enfocándose fundamentalmente en las necesidades y preferencias de los profesionales y en el desarrollo de la región, aspecto fundamental para la Universidad, expresado en el objetivo S1 de su Plan Estratégico; “Formar profesionales cualificados y comprometidos con la sostenibilidad de la región y el país, de acuerdo a estándares de calidad de la educación superior” (Universidad de Cuenca, Plan Estratégico 2022-2027).

Por otra parte, apostando por la corriente crítica del pensamiento comunicacional en la región, es preocupación del programa la cuestión del poder y las estructuras económicas y discursivas de los medios como aparatos ideológicos (Althusser, 1974) y en este caso, este tipo de programa explora las formas de interacción nuevas con el uso de las posibilidades ofrecidas por las tecnologías digitales, fortaleciendo formas de comunicación colectivas y multidireccionales.

Con base en estos aspectos, resulta pertinente estudiar los actores, contenidos, formas de gestión y modelos de comunicación alternativos en este nuevo contexto de múltiples mediaciones a través de las cuales los medios son consumidos y resignificados (Kaplún, 2007), aspectos que deben ser planteados desde la académica y son un reto para la educación superior en lo que se refiere a garantizar estudios de calidad y críticos desde la universidad pública.

Asimismo, en el marco de las competencias profesionales, un programa como el indicado se orientaría a formar profesionales capacitados para producir contenido audiovisual usando herramientas tecnológicas que fortalezcan la comunicación multidireccional y que permitan al profesional enfrentar el actual entorno laboral cambiante y aspirar a que sus productos comunicativos fortalezcan los principios de libertad, responsabilidad e igualdad.

6. Conclusiones

A lo largo de esta investigación, hemos expuesto corrientes teóricas sobre el estudio del periodismo y las TIC, así como el análisis de las tendencias de desarrollo nacional sin desconocer las necesidades y demandas que los profesionales exigen para valorar un programa de estudios enfocado al periodismo digital, de modo que se ajuste a un contexto real y actual.

Con base en esas consideraciones, concluimos que un programa que responda a las necesidades de los profesionales del periodismo y la comunicación debe considerar el alcance transformador de las TIC y todas las complejidades de este objeto de estudio. Es importante también valorar los nuevos paradigmas del ejercicio profesional y la competitividad que demanda el sector laboral actual y en ese sentido, esta propuesta de programa de maestría se presenta como una posibilidad para fortalecer la multidireccionalidad, la inclusión y la equidad, con la finalidad de aportar a la solución de los desafíos de una ciudadanía digital mediatizada enfrentada al cambio social y a la innovación tecnológica.

De igual manera, con las encuestas aplicadas a profesionales de la comunicación se han dado pistas para focalizar los intereses de los profesionales, entre estos; el diseño de proyectos y manejo de las TIC, la preferencia por formarse en nuevas tecnologías y en producción audiovisual, también la necesidad de perfeccionar los conocimientos en el *marketing* digital, las audiencias y redes sociales, así como el diseño gráfico, y la producción y difusión de contenidos en red y, finalmente, la importancia dada al emprendimiento en internet como una alternativa de empleo e ingresos económicos. A ello súmanos la importancia de seguir desarrollando políticas públicas dentro del contexto de lo digital, desde la academia, el Estado y los profesionales del periodismo, el trabajo en red, y la profundización en las potencialidades de los formatos multimedia de manera actualizada y constante.

Para concluir, respondiendo a las preguntas planteadas al inicio de esta investigación, podemos indicar, con base en la teoría expuesta en este trabajo, que el internet tiene amplias posibilidades respecto a la democratización de la información, siempre y cuando se atienda a factores sociales como la brecha digital existente en la región.

Dentro de las ventajas del periodismo digital, podemos mencionar la posibilidad de crear nuevos relatos más heterogéneos, participativos y plurales, así como proyectos y emprendimientos propios que hagan frente a la precarización del empleo y finalmente perfeccionar los conocimientos y las capacidades en el uso de recursos multimedia y narrativas digitales, dar importancia a la noción de la proximidad, lo local y la transformación social como objetivos que configuran un programa de educación superior ajustado al contexto, la realidad nacional y al paradigma crítico del conocimiento.

7. Referencias bibliográficas

- Althusser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Arcila, C., & Calderín, M. (2015). "Comunicación digital, redes y procesos. Balances de la investigación en América Latina". En Bolaño, C., Crovi, D., & Cimadevilla, G. (Eds.), *La contribución de América Latina al campo de la Comunicación*, (pp. 361-375), Buenos Aires, Prometeo Libros.
- Dahlgren, Peter. (2010). Trazando la evolución del periodismo. El horizonte de la democracia, *Infoamérica: Iberomarian Communication Review*, 2, 21-37.
- Díaz Noci, J. (2000). *Periodismo electrónico multimedia*. Universidad del País Vasco.
- Fraser, N. (1997). *Iustitia interrupta: Reflexiones críticas desde la posición «postsocialista»*, Bogotá, Siglo del Hombre Editores.
- Kaplún, G. (2007). *La comunicación comunitaria*. En *Medios de Comunicación: el escenario iberoamericano*, Madrid, Ariel.
- Larrea, Elizabeth. (2014). *El currículo de la educación superior desde la complejidad sistémica*, disponible en: https://www.ces.gob.ec/doc/regimen_academico/propuesta_reglamento/presentacion%20plan%20excelencia%20luis%20vargas%20torres.pdf (Consulta: 2022, agosto 02).
- LOES. (2018). *Ley Organica de Educación Superior*, disponible en: <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf> (Consulta: 2022, agosto 15).
- López García, Xosé. (2001). La comunicación del futuro se escribe con L de local, *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 5, 107-117.
- Plan Estratégico de la Universidad de Cuenca 2022-2027. (2021). *Plan Estratégico*. Cuenca, disponible en: <https://www2.ucuenca.edu.ec/transparencia/plan-estrategico> (Consulta: 2022, julio 21).
- Puentes-Rivera, I. (2018). *Periodismo con futuro*, Porto, Media XXI.
- Punín Larrea, M., Rivera, D., & Marín, I. (2014). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia, *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2(1), 1-20.

- Rosales Vicente, B., Garcés Corra, R., & Rosales Vicente, E. J. (2018). Identificación de competencias profesionales en la carrera de Periodismo, *Revista Iberoamericana de Educación*, 78(2), 23-40.
- Salavarría, R (2005). *Redacción periodística en Internet*, Pamplona, Universidad de Navarra, EUNSA.
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan, *Austral Comunicación*, 2, 247-249.