



COMUNICACIÓN & CONOCIMIENTO

S A L A M A N C A 2 0 1 8

Libro de Comunicaciones

Organização
de Estados
Ibero-americanos



Organización
de Estados
Iberoamericanos

Para a Educação,
a Ciência
e a Cultura

Para la Educación,
la Ciencia
y la Cultura



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana



Actas del VI Congreso Internacional de la AE-IC

‘Comunicación y Conocimiento’

Libro de comunicaciones

26 al 29 de junio de 2018, Salamanca, España.

© Asociación Española de Investigación de la Comunicación, 2018

Licencia Creative Commons: Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0

Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Edición: julio de 2018

Título: Actas del VI Congreso Internacional de la AE-IC, Comunicación y Conocimiento. Libro de comunicaciones.

Autores: VV.AA.

Maquetación: José María Jiménez

Edición: Asociación Española de Investigación de la Comunicación

UCM. Facultad de Ciencias de la Información

Depto. CAVP1/AE-IC. Avda. Complutense s/n

28040, Madrid, España.

info@ae-ic.org

www.ae-ic.org

ISBN: 978-84-09-03393-5

La convergencia mediática y la formación periodística: un estudio sobre la enseñanza y producción de contenidos en los medios de comunicación universitarios de Ecuador

Resumen

La enseñanza y producción de noticias son procesos que convierten a los medios de comunicación universitarios en escenarios propicios para experimentar y pensar nuevas prácticas periodísticas. En esta línea, el presente trabajo propone distinguir las características de estos medios en el contexto convergente y su vinculación con la preparación de los futuros periodistas ecuatorianos; con este propósito, se aplicó una entrevista estructurada a los directores o coordinadores de los veintisiete medios de comunicación universitarios del país. Los resultados permiten identificar una rica y diversa experiencia, en donde cada institución vincula a estos escenarios en correspondencia con sus necesidades académicas y comunicacionales; asimismo, se observa que la mayor parte de estos actores mediáticos se configura como centros de prácticas para los futuros profesionales de la Comunicación, lo que los convierte en actores relevantes en los procesos de formación. Respecto a la convergencia mediática, hemos observado que prima su grado más superficial: la colaboración entre medios; lo que tiende a restringirse debido a diversos factores como lo tecnológico, curricular y cultural; sin embargo, se visualiza como un proceso necesario, en concordancia con lo que sucede fuera de las paredes de los centros de educación.

Palabras clave: Convergencia, formación periodística, radio universitaria, televisión universitaria

Juan Pablo Trámpuz

Universidad de Málaga/ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

Daniel Barredo Ibáñez

Universidad del Rosario, Colombia

1. Introducción y objetivos

Las transformaciones en el ámbito de la comunicación han fomentado una constante actualización de los programas universitarios de enseñanza en Periodismo, con el fin de tratar de responder a la necesidad de formar profesionales capaces de adaptarse a una atmósfera cambiante (Palomo & Palau, 2016; Rosique, 2016). En ese sentido, autores como St Clair (2015) han insistido en la necesidad de estructurar los cursos y los entornos de enseñanza-aprendizaje para que puedan recrear los escenarios del ejercicio periodístico. Con todo, y quizá por la novedad de los desafíos propuestos desde la esfera profesional, ha sido constante el señalamiento por los desfases y la falta de dinamismo en estos programas (Díaz Nosty, 1999).

En el contexto ecuatoriano, Suing (2015) manifiesta que las reformas emprendidas por los programas de formación en Comunicación no han sido relevantes, al menos durante los últimos 25 años; por ejemplo, buena parte de la oferta ecuatoriana adolece de carencias o lagunas dentro del enfoque digital (Punín, Rivera & Cuenca, 2015) y, por ende, de una limitada concepción convergente. Esta situación comenzó a cambiar a través de la regulación de las Instituciones de Educación Superior (IES) promovida por el gobierno ecuatoriano y, en concreto, gracias a la aprobación de la disposición transitoria tercera del Reglamento de Régimen Académico (Consejo de Educación Superior, 2013). En dicha disposición, se estableció que la oferta de las IES debía ser rediseñada, es decir, reconceptualizada y reexaminada su pertinencia con los objetivos de desarrollo locales y nacionales. Y se fijó como plazo para presentar las innovaciones curriculares el mes de octubre de 2016. En consonancia, y fruto de este proceso, las facultades, escuelas y programas de Comunicación cuentan en estos momentos con una orientación renovada, si bien – y debido al reciente inicio de la mayoría de las carreras rediseñadas-, aún los efectos de este esfuerzo no han sido convenientemente medidos. Pero, desde nuestro punto de vista, las trayectorias de enseñanza y aprendizaje se han relacionado en mayor grado a la normativa nacional, al Plan Nacional del Buen Vivir, a los horizontes epistemológicos contemporáneos (Barredo, Zurita & Trámpuz, 2017), y a los núcleos estructurantes y tendencias de la profesión (Suing, 2015).

Desde sus inicios, y con la finalidad de complementar la formación teórica de las aulas –como explica Aguiló (2016)-, una práctica constante de las escuelas y facultades de Comunicación ecuatorianas ha sido la dotación de talleres, en donde profesores y estudiantes simulen rutinas y dinámicas propias de los medios de comunicación. Estas iniciativas guardan relación con el establecimiento de escenarios para el desarrollo de actividades auténticas de aprendizaje,

caracterizados por la recreación de los escenarios laborales, el trabajo colaborativo y la reflexión crítica (St Clair, 2015).

Desde su aparición experimental, ya en la década de los 50 (Yaguana & Aguiló, 2014), estos espacios han evolucionado para convertirse, en algunos casos, en actores mediáticos plenamente consolidados tanto dentro, como fuera de las comunidades universitarias. En este contexto, existen casos de universidades que cuentan con dos o más medios de comunicación donde, hasta el momento, no se evidencian estudios que hayan echado luces para revisar los procesos convergentes que puedan, o no, estarse desarrollando entre estos.

Ante este escenario, el presente estudio se plantea como objetivos de investigación:

Objetivo principal:

- Valorar la implementación de las cuatro dimensiones de la convergencia periodística en los grupos mediáticos universitarios en Ecuador.

Y, para viabilizarlo, se han fijado los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las características que presentan los medios de comunicación propuestos como escenarios de formación profesional.
- Comparar los tipos de convergencia ofrecidos por los grupos estudiados, considerando las características básicas del medio y universidad.

2. Referencias al estado de la investigación

2.1. Antecedentes, conceptos y dimensiones de la convergencia

La convergencia de medios es un conjunto de procesos asociados a la digitalización de las telecomunicaciones (García, 2009); algunos autores manifiestan que las primeras reflexiones sobre estas modificaciones surgieron entre los años 70 y 80, según los trabajos ya clásicos de Negro Ponte (1975) y de Sola Pool (1983), quienes advertían que todos los medios de comunicación se dirigían hacia un gran sistema convergente.

Si bien, autores como Drula (2015) consideran a Internet y a las tecnologías móviles como el contexto de la convergencia de medios -como por ejemplo sucede en la actualidad-, no se puede desconocer que los primeros esfuerzos para generar mixturas entre actores como el periódico y la radio, surgieron en la década de los 20 del siglo pasado, mucho antes del posicionamiento de la televisión como medio de masas. Good (2016) menciona iniciativas experimentales como la impulsada por el periódico *Daily News* y la radio *WMAQ* en Estados Unidos. Pensamos que estos apuntes, nos permiten tener una perspectiva histórica más amplia en torno a estos procesos (Good, 2017).

El concepto de la convergencia de medios está marcado por dos aspectos: la divergencia en su definición (Salaverría, García Avilés & Masip, 2010), y su comprensión no como un fin, sino como una constante de procesos (López & Pereira, 2010); por lo que, en su sentido más amplio, tomamos como referencia a Jenkins (2008), quien concibe a la convergencia como el “flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas” (p. 14). La anterior definición, enumera la amplitud de aspectos que sintetiza la convergencia, por lo que autores como Xiong y Zhang (2018) manifiestan que para comprender estos procesos es necesario, no solo considerar lo tecnológico, sino también el contexto social, los sistemas mediáticos y las culturas profesionales.

Ya centrados en el ámbito periodístico, la convergencia presenta cuatro dimensiones bien delimitadas por Domingo *et al.* (2007) y que sirven de lineamientos para el presente estudio:

- La producción integrada y, con ella, la reconfiguración de las salas de redacción.
- El desarrollo de competencias que favorezcan la existencia de profesionales polifuncionales, esto es, la modificación y surgimiento de nuevos perfiles laborales.
- La difusión de contenidos multiplataforma, adaptados para distintos soportes.
- Y la presunción de unas audiencias activas, las cuales demandan la consolidación de unas nuevas relaciones con los periodistas, así como la adopción de un mayor protagonismo en el proceso de mediación.

2.2. La enseñanza de la convergencia de medios

Una revisión de la literatura existente permite identificar el ingreso paulatino de la convergencia en los diseños curriculares de las universidades y centros de enseñanza periodística desde inicios del presente siglo (Huang *et al.* 2006); esto, de acuerdo a Canavilhas (2011), se ha venido dando de manera tardía frente a lo que ya ocurría en los medios, situación que no es exclusiva de los procesos convergentes, sino de todas las transformaciones que se han venido suscitando en el escenario comunicacional, “puesto que las necesidades del mercado avanzan mucho más rápidamente que los planes de estudios” (Díaz Nosty, 1999, p. 60).

En este sentido, Da Rocha, Tulloch & Fernández (2014), analizando la oferta del grado en Periodismo de treinta y siete universidades españolas, identificaron que una de cada cuatro universidades no consideraba ningún tipo de convergencia en sus programas formativos. Asimismo, estos autores advirtieron que la mayoría de los centros académicos optaba por una convergencia parcial entre televisión y radio, contrario a lo que acontece en las empresas mediáticas, que apuntan por la integración de los medios tradicionales – televisión, radio y prensa – con Internet. Y, en este trabajo, se concluye que al momento de la observación todavía existían vacíos en la enseñanza de la convergencia en la oferta de grado de España.

Sin embargo, las disyuntivas de la enseñanza de la convergencia van mucho más allá de la mera inclusión de asignaturas convergentes en los programas de formación, siendo necesario -y más complejo- concretar esos discursos, habituales en las aulas de clase, en los escenarios donde los estudiantes de manera práctica aprenden haciendo, como es el caso de los medios-talleres (Trámpuz, 2017).

En esta línea, son pocos los estudios que explican cómo se desarrolla la convergencia en estos escenarios; uno de los primeros antecedentes es el desarrollado por Hammond, Petersen & Thomsen (2000) en la *Brigham Young University*, lugar donde se implementó una sala de redacción convergente, a pesar de que contaba con algunas dificultades, como las resistencias de los estudiantes, quienes preferían identificarse con un medio en particular; los planes de estudios, faltos de conexión o previsión de la lógica convergente; o los costes en tiempo y recursos que demandaba la implementación de una sala de redacción integrada.

Por su parte, Smith & Krause (2016), al describir los modestos avances convergentes en los medios universitarios de Missouri, las dificultades planteadas por los autores parten desde la paradójica divergencia que hay en torno a la definición de la convergencia, que se traduce en

diversas concepciones desde los distintos medios, retirando en las limitantes que representan los escasos recursos, y agregando la falta de capacitación en las nuevas tecnologías que demanda la gestión de medios integrados.

En un contexto mucho más amplio, Wotanis, Richardson & Zhong (2016) entrevistaron a 142 asesores de medios universitarios de Estados Unidos, logrando evidenciar que la mera integración física de las salas de redacción tradicionalmente separadas -como prensa, radio, televisión e internet-, no garantiza una convergencia efectiva; asimismo, para estos autores resulta interesante la correlación comprobada entre la orientación convergente de los currículos y su práctica en los medios universitarios.

En este sentido, los medios-talleres parecen ser actores claves para generar dinámicas convergentes que ponen a prueba los discursos generados desde la academia. A la fecha, se contabilizan diversos ejemplos de prácticas mediáticas integradoras a nivel global, como los desarrollados en la *Universitat Pompeu Fabra* (Da Rocha & Singla, 2015), la *University of Florida* (Smith & Krause, 2016), o la *Texas Christian University* (Chimbel, 2013), por citar algunos de los más relevantes.

2.3. Medios de comunicación universitarios en Ecuador

Al igual que en otros países, la radio es el medio universitario por antonomasia en Ecuador, algo que se evidencia en los recientes y crecientes estudios desarrollados alrededor de estos actores (Yaguana & Aguiló, 2014; Aguiló, 2016; Culqui & Galarza, 2016; Moscoso & Ávila, 2017; Mullo, Yaguana & Álvarez, 2017; Trámpuz, Vélez & Mendoza, 2017; Culqui & Granda, 2018), lo que podría responder a aspectos como la cercanía de este medio con las comunidades, y los costos de puesta en marcha y operación, mucho más bajos si se compara con una estación televisiva o un medio impreso.

Sobre los orígenes de las radios universitarias en Ecuador, se podría hablar de varios momentos clave, al identificar un surgimiento de tipo experimental y de alcance doméstico que data de la década de los 50 (Yaguana & Aguiló, 2014; Vázquez, 2015; Aguiló, 2016); la presentación del primer proyecto formal de una radio universitaria, por parte de la Universidad Central del Ecuador en la década de los 70 (Moscoso y Ávila, 2017)⁷⁹; el inicio oficial de las transmisiones en el espectro radioeléctrico en el 2008, con UCSG Radio (Mullo, Yaguana y Álvarez, 2017); sin

⁷⁹ Culqui & Galarza (2017) se refieren a la Universidad Central como la pionera en radio Universitaria. Esta estación recién saldría al aire formalmente en 2011, perdiendo su frecuencia en 2013 (Aguiló, 2016).

desconocer que, previamente, con procesos de legalización pendientes, algunas radios empezaron sus transmisiones en FM o AM, como radio Experimental Universitaria de la ULEAM, en 1992 (Trámpuz, Vélez & Mendoza, 2017).

En el caso de la televisión universitaria, su presencia es menos masiva y más reciente; Freire (2015) identifica a la Universidad Católica de Cuenca como la pionera en este ámbito, al empezar sus transmisiones en 1983; posteriormente, se suman los canales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y la Universidad Técnica del Norte. Adicionalmente, se evidencian otras iniciativas que se han limitado a implementar canales en plataformas digitales, o la difusión de programas semanales en estaciones privadas regionales (Trámpuz, Franco & Reyes, 2016).

Tomando como referencia a varios autores, en líneas generales, se puede afirmar que los medios universitarios en Ecuador cumplen con seis funciones prioritarias, sin ser excluyentes entre sí:

Tabla 1. Funciones prioritarias de los medios universitarios en Ecuador

Ser escenario de práctica-aprendizaje para futuros profesionales, habituales en las universidades con carreras de Comunicación

Promocionar la imagen y marca institucional, actuando como herramienta de relaciones públicas

Difundir el pensamiento universitario y el conocimiento científico, en relación con los temas de interés colectivo

Promover la cultura, dando apertura a los actores que no tienen espacio en medios privados

Producir y/o distribuir contenidos educomunicacionales orientados a hacer frente a problemáticas sociales, a través de sus propios canales o generando contenidos para otros medios

Brindar soporte a los procesos formativos de la propia universidad, una práctica en crecimiento, pero todavía poco aprovechada en algunos escenarios

Elaboración propia a partir de: Yaguana & Aguiló (2014); Freire (2015); Aguiló (2016); Mullo, Yaguana & Álvarez (2017); Trámpuz, Vélez & Mendoza (2017)

Desde la emergencia y consolidación de Internet como parte del espacio público contemporáneo (Barredo, Oller & Buenaventura, 2013), los medios universitarios han encontrado en el ciberespacio una oportunidad para seguir experimentando, llegar a nuevas audiencias y, principalmente, retomar sus objetivos fundamentales (Yaguana & Aguiló, 2014), lejos de los escollos burocráticos y manejos oscuros que, históricamente, han marcado la distribución de las concesiones en el espacio radioeléctrico de este país andino (Cutimbo, 2011).

Es en este escenario en que estos medios desarrollan esfuerzos para sacar provecho de las oportunidades que brinda la red global, evidenciándose avances en el uso de algunas herramientas, plataformas y medios digitales. Sin embargo, en lo que respecta a los procesos convergentes -que impliquen la integración de dos o más medios pertenecientes a una misma organización (Boczkowski & Ferris, 2005; Domingo *et al.*, 2007)-, no se tiene registro de iniciativas relevantes, salvo experiencias muy tenues que no prosperaron, como el intento de la Facultad Ciencias de Comunicación de la ULEAM por construir un Centro Multimedia, el cual albergaba a la Radio Experimental Universitaria, el periódico Interalfaro y el taller televisivo Alfaro TV (Barredo, García, Vásquez & Vélez, 2017).

3. Hipótesis y metodología

El presente estudio plantea como hipótesis principal que los procesos de convergencia en los medios universitarios de Ecuador son incipientes y están condicionados por factores como la falta de inversión en tecnología y la falta de actualización de los modelos pedagógicos.

Para confirmar o refutar esta premisa, se aplicó la técnica de entrevista a los directores o responsables de todos los medios de comunicación universitarios del Ecuador, para lo cual se recurrió a la información del Registro Público de Medios del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom, 2017, 5 de julio de 2017), la red de Radios Universitarias de Latinoamérica y el Caribe, y la red de Radios Universitarias del Ecuador, y búsquedas avanzadas en la web; logrando identificar 31 medios adscritos a las universidades ecuatorianas, procediendo a tomar contacto con sus titulares, 27 de los cuales accedieron a participar de manera personal (6), correo electrónico (6) y telefónica (15), de acuerdo a la disponibilidad de los entrevistados, entre abril de 2017 y febrero de 2018. Los 27 líderes entrevistados pertenecían a las siguientes instituciones: Universidad Católica de Cuenca (3 medios); Universidad Católica Santiago de Guayaquil (2); Universidad Central del Ecuador (2);

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (2); Universidad Técnica del Norte (2); Universidad de Los Hemisferios (2); Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – sede Ecuador; Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Ibarra; Universidad San Francisco de Quito; Universidad de Cuenca; Universidad del Azuay; Universidad Nacional de Loja; Universidad Politécnica Salesiana; Universidad Técnica de Ambato; Universidad Técnica Particular de Loja; Universidad Técnica de Manabí; Universidad de Las Américas; Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí; Universidad San Gregorio de Portoviejo; Universidad Técnica de Cotopaxi.

La entrevista, de tipo estructurada (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista, 2010), incluyó veintitrés aspectos básicos de cada medio; adicionalmente, a aquellos que operan como centros de prácticas, se les aplicaron doce preguntas adicionales; mientras que, en las universidades donde figuran dos o más medios de comunicación, se adicionaron veinte interrogantes relacionadas con las cuatro dimensiones de la convergencia periodística (Domingo *et al.*, 2007) y las posibles proyecciones en torno a este proceso.

Los resultados parciales presentados en esta ponencia son el resultado de un análisis realizado mediante un método mixto, que implicó la cuantificación de los datos cualitativos obtenidos durante las entrevistas (Anguera, Portell, Chacón, & Sanduvete, 2018), mediante la codificación de la información. Los datos obtenidos mediante este proceso han sido analizados utilizando el software SPSS v. 25.

3.1. Descripción de la muestra

Los directores o responsables comunicacionales entrevistados pertenecen, en general, a instituciones públicas: el 45% (n=12) forma parte de ese tipo de centros, por el 33% (n=9) que está adscrito a instituciones de carácter mixto y un 22% (n=6) que se desempeña en universidades privadas. Siguiendo el ranking propuesto por el ente regulador ecuatoriano -en que, como explican Martínez & Vázquez (2012), la calidad de las IES oscila entre la A y la E, siendo las que están en la A las de mayor calidad-, algo más de la mitad de los entrevistados trabajan en instituciones de nivel B: el 52% (n=14). Por su parte, un tercio de los directivos preguntados ejercen, en cambio, en IES de categoría C: el 30% (n=8), mientras que un 18% (n=5) se desempeñan en las de categoría A, identificadas como las de mayor calidad. Además, como podrá cotejarse en la fig. 1, la mayor parte de los entrevistados laboran en un medio radial –unos ocho de cada diez, es decir, 21 de los 27:

Fig. 1 Descripción de los directores o responsables de medios de comunicación universitarios entrevistados en Ecuador (2017)

Variable	Frecuencia	%
Tipo de medio	27	100
Radio	21	78
Televisión	4	15
Periódico	1	4
Digital ⁸⁰	1	4
Provincia	27	100
Pichincha	8	30
Manabí	5	19
Azuay	4	15
Ibarra	3	11
Guayas	2	7
Loja	2	7
Cañar	1	4
Cotopaxi	1	4
Tungurahua	1	4
Tipología del medio	27	100
Público	12	44
Privado	10	37
Comunitario	5	19
Fuente: elaboración propia		

80 Para efectos de este estudio, se ha considerado la opción de medio digital, como un portal informativo en Internet. Lo que no implica que los medios televisivos y radiales no tengan presencia en la Web.

En conjunto, los directivos entrevistados se encuentran en 9 de las 24 provincias ecuatorianas, con una mayor presencia en Pichincha, en tanto que en este departamento yace la capital del país, Ecuador y, por lo tanto, puede deducirse una mayor presencia de IES en esta urbe. Con respecto del tipo de orientación asumido⁸¹ por los medios en los que ejercen sus funciones los editores o responsables a los que interrogamos, encontramos que hay una mayor cantidad de adscritos a medios públicos (44%, n=12), que a medios privados (37%, n=10), o medios comunitarios (19%, n=5).

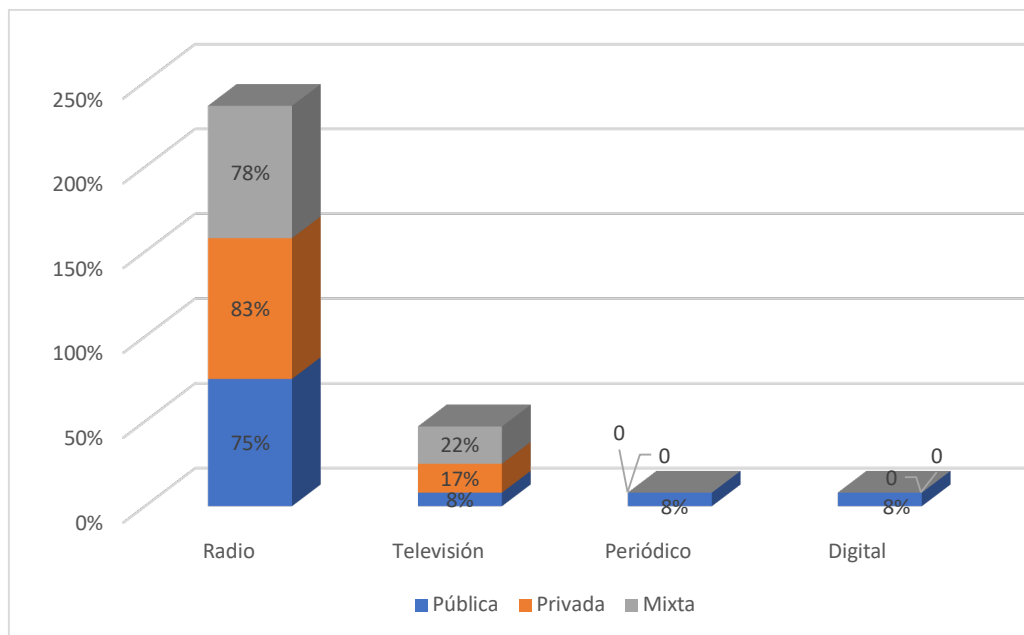
4. Resultados

4.1. El tipo de IES, clave para entender el carácter de medio universitario

En primer lugar, encontramos que el tipo de IES –en función de si es pública, privada o mixta-, denota unas preferencias por la orientación exigida a los medios universitarios; así, según se muestra en la fig. 2, las IES públicas tienen una mayor variedad de tipos de medios, mientras que las privadas y las mixtas, por su parte, poseen medios anclados fundamentales a la radio y a la televisión:

⁸¹ En el caso de los medios que cuentan con una frecuencia legalizada, este tipo se ajusta a la información que reposa en el registro en Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación; mientras que, en los medios digitales y otros, se definen en base a lo que consideran su orientación y el tipo de institución educativa.

Fig. 2. Tipos de medios en IES a las que pertenecen los directores o responsables de medios de comunicación universitarios entrevistados en Ecuador (2017)

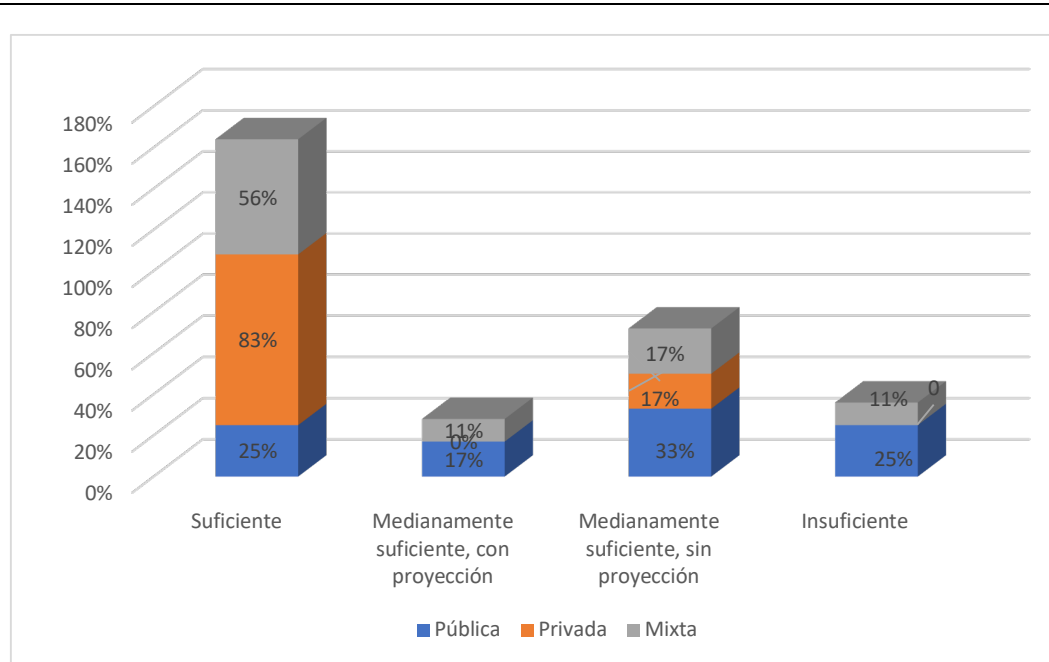


Fuente: elaboración propia

Ninguno de los directivos consultados en IES privadas o mixtas ejerce en un medio digital o en un periódico. De igual manera, la orientación del medio también está determinada por el tipo de IES en que cumplen sus funciones los entrevistados: el 100% (n=6) de los directivos de IES privadas lideran medios privados, mientras que el 92% (n=11) de los que se desempeñan en IES públicas, gestionan medios públicos, en tanto que solo uno de ellos –el 8% de la muestra de este segmento–, reconoce que su medio es comunitario. Sin embargo, en las IES mixtas observamos una mayor diversidad: el 44% (n=4) de los directivos de este tipo de instituciones laboran en medios privados, el mismo porcentaje en medios comunitarios, y solo uno de ellos –el 11%–, está en un medio con carácter público.

El tipo de IES también influye en otros aspectos básicos, como por ejemplo la idoneidad del equipamiento percibido por los directivos que lideran los medios universitarios:

Fig. 3. Equipamiento del medio, en función de los tipos de IES a las que pertenecen los directores o responsables de medios de comunicación universitarios entrevistados en Ecuador (2017)



Fuente: elaboración propia

Así, según se describe en el gráfico anterior, quienes ejercen en las IES de tipo privado tienden a demostrar una mayor satisfacción con el equipamiento con que están dotados sus medios, por oposición a los que están en las IES públicas: unos seis de cada diez directivos entrevistados, en este tipo de instituciones, opinan que sus medios poseen bien un equipamiento insuficiente, bien medianamente suficiente, pero sin proyección. Curiosamente, ninguno de los entrevistados de las IES privadas subrayan tener un equipamiento insuficiente. En las IES públicas, el 50% (n=6) de los directivos reconocen que el medio que controlan es gestionado por un departamento o por una facultad, en que los estudiantes pueden participar, mientras que la otra mitad, por su parte, asegura que es un medio gestionado por el Gabinete de Prensa o por la oficina del Rector; en el caso de las IES privadas, hay una inclinación pronunciada por el modelo de medios gestionados por las unidades académicas y los estudiantes (87%, n=5), frente a los medios dependientes de las oficinas de relacionamiento institucional (17%, n=1). En el caso de las IES mixtas, el balance se equilibra: el 67% (n=6) de los directivos indica que sus medios se vinculan al primer modelo, y el 33% (n=3), en cambio, caracterizan a sus medios como vinculados a las oficinas de las autoridades.

En general, los directivos consultados reconocen que los medios universitarios que gestionan están asociados a los escenarios de formación de los comunicadores; solo el 17% (n=2) de las IES públicas y el 11% (n=1) de las IES mixtas utilizan dichos medios para otros fines, más relacionados a la promoción institucional, en vez de como complemento a los procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes. Ninguno de los responsables de las IES privadas describe un uso del medio vinculado a la promoción.

4.2. Las dimensiones de la convergencia entre los medios de una misma institución

La integración de las salas de redacción de los medios de comunicación es uno de los indicadores más visibles de los procesos convergentes. En este sentido, de los trece medios pertenecientes a seis universidades, solo el 30% (n=4) tiene sus salas de redacción integradas. El resto mantiene las salas de redacción de sus medios de manera separada, tanto física como operativamente.

La colaboración -el grado más bajo de un proceso convergente en lo que respecta a la producción de noticias (Domingo *et al.*, 2007) y que implica acciones como compartir contenidos, o desarrollar esporádicamente actividades en conjunto-, parece ser el nivel más común entre los medios universitarios (54%, n=7). El 31% (n=4) no evidencia algún tipo de avance en los procesos convergentes, por lo que cada medio actúa de manera independiente. Finalmente, los dos medios pertenecientes a una IES pública (15%), desde la dirección de Comunicación institucional, operan física y operacionalmente de manera integrada, por lo que su personal desarrolla coberturas y contenidos de manera simultánea para la radio y el periódico.

Respecto a la polivalencia profesional que experimentan los estudiantes en estos escenarios, la situación es contradictoria: en el 92% (n=12) de los medios los practicantes cumplen con diversas funciones de manera simultánea, desempeñándose como libretistas, reporteros, editores, técnicos, camarógrafos, entre otros; lo que se cumple, según varios entrevistados, para que el estudiante se familiarice con todos los procesos de producción de contenidos. Sin embargo, solo el 8% (n=1) permite generar paralelamente contenidos para ambos medios, por lo que los estudiantes se habitan a cumplir varias funciones, pero dentro de un mismo medio, por lo que la polivalencia profesional queda inconclusa.

La distribución multiplataforma es una opción por la que sí han optado la mayoría de los medios de comunicación universitarios. Solo una de las radios, perteneciente a una IES pública, mantiene una plataforma, la emisión de su señal en FM. La mayoría (70%, n=6) utiliza entre 3 y 4

plataformas; dependiendo del medio, priman los portales web, señales abiertas en FM, AM, UHF, y redes sociales, principalmente Facebook y YouTube.

Además, la participación de las audiencias es, en general, baja: ninguno de los directivos consultados reconoce que, en su medio, exista una alta participación de los usuarios; asimismo, el 38% (n=5) no logró evidenciar algún tipo de colaboración de sus audiencias. La mayoría de los casos dan cuenta de una participación baja, marcada por una tenue interacción a través de canales como redes sociales y llamadas telefónicas. Sin embargo, hay experiencias innovadoras, como las iniciativas de dos IES privadas –una de radio, la otra de televisión-, las cuales brindan los espacios para generar una mayor participación; por ejemplo, en el caso del medio televisivo aludido, ocasionalmente los estudiantes comparten con sus propias fuentes los contenidos televisivos antes de ser emitidos, con lo que se genera una retroalimentación que su director considera como enriquecedora.

Hay unanimidad en el criterio de los directores de los medios universitarios sobre la necesidad de implementar, o profundizar, procesos convergentes entre los medios de la propia institución: todos ellos contestan afirmativamente al ser consultados sobre este aspecto. Sin embargo, existe divergencia de opiniones respecto a las dificultades que deberán afrontar. En el caso de las IES públicas, los consultados reconocen que los principales problemas son tecnológicos (17%, n=2), y asociados a las rutinas periodísticas de los profesionales encargados de los mismos (17%, n=2), así como curriculares (8%, n=1), y de gestión (8%, n=1); para los responsables de las IES privadas, en cambio, los principales problemas son de carácter curricular (33%, n=2), mientras que para las IES mixtas, las dificultades se basan sobre todo en cuestiones culturales (22%, n=2), y un 33% (n=3) no percibe ninguna dificultad, porque no ha iniciado todavía este proceso.

5. Conclusiones

De acuerdo a los resultados mostrados en las páginas anteriores, hemos encontrado un desnivel hacia la radio como medio universitario en Ecuador: unos ocho de cada diez entrevistados se desempeñan en este tipo de medio, en detrimento de quienes lo hacen en periódicos, estaciones televisivas o en cabeceras en línea, las opciones menos escogidas. Asimismo, nueve de cada diez medios sirven como escenarios de prácticas para los estudiantes ecuatorianos, lo que da cuenta

de su importancia en los procesos de formación, al convertirse en una de las primeras experiencias que tienen los futuros profesionales en uno de sus potenciales escenarios laborales.

En el caso ecuatoriano, el tipo de IES influencia fuertemente no solo en el proceso de convergencia, sino en la situación general del medio universitario. Esto se visibiliza en aspectos básicos como la dotación del equipamiento; es cierto que el Estado ecuatoriano ha hecho un gran esfuerzo por categorizar a las IES, es decir, por implementar parámetros de evaluación de la calidad (Martínez & Vázquez, 2012; Barredo, Silva & Martens, 2014), en aras de sintonizar académicamente al país con los contextos internacionales. Sin embargo, este es un esfuerzo insuficiente y en desarrollo, el cual dependerá, en gran medida, del compromiso político con las IES y, sobre todo, de la coyuntura económica. Porque, curiosamente, los mayores niveles de insatisfacción con la dotación de los medios universitarios los encontramos entre los responsables de las IES públicas, un indicio de que quizá el Estado está omitiendo sus responsabilidades, frente a las IES privadas, en donde localizamos los mayores niveles de satisfacción con la infraestructura y los equipos.

Al pasar revista sobre los cuatro ámbitos de la convergencia, se evidencia que, pese a que existe una conciencia sobre su necesidad, hasta ahora no ha sido una prioridad generalizada para los medios universitarios. Esto se traduce en dispares avances en producción integrada, donde es escasa la unificación y la coordinación entre medios, para limitarse, en la mayoría de los casos, a la colaboración; la polivalencia periodística, marcada por lo multitarea y la elaboración de contenidos para un solo medio; la distribución multiplataforma, con un creciente aprovechamiento de las herramientas digitales; y la participación de las audiencias, con bajos niveles, pero con algunas iniciativas innovadoras que se podrían emularse en otros medios. Ante este escenario, se concluye que, la convergencia en las IES ecuatorianas, es un proceso en fase temprana de desarrollo, luego podemos confirmar la hipótesis cualitativa prevista.

Referencias

Aguiló, J.M. (2016). "Análisis de las radios universitarias en Ecuador". En Martín D.; Marta M.; Ortiz M., & Pérez, X. (Eds.). *Perspectivas y prospectivas de la radio universitaria en la era digital* <pp. 1- 196>. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social

Anguera, M. T., Portell, M., Chacón, S., & Sanduvete, S. (2018). Indirect observation in everyday contexts: concepts and methodological guidelines within a mixed methods framework. *Frontiers in psychology*, 9, 13.

Barredo Ibáñez, D.; Oller, M. & Buenaventura, S. (2013). The End of the Information Society. Notes for the Configuration of the New Contemporary Public Space: the Society of Devisers. *Observatorio (OBS*) Journal*, 7(3), 079-091.

Barredo, D.; Silva, R. & Martens, C. (2014). "El milagro ecuatoriano: pautas para entender el Ecuador del siglo XXI". En Barredo, D.; Oller, M. & Hernández, S. (Eds.). *La Comunicación y el Periodismo de Ecuador frente a los desafíos contemporáneos* <pp. 19-38>. La Laguna, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.

Barredo, D., García, J., Vásquez, M. & Vélez, G. (2017). "Cambio cultural universitario en Ecuador: un ejemplo desde la Facultad Ciencias de la Comunicación (2015 – 2016)". En Valderrama, M., Gaona, C. & Peña, B. *Experiencias y manifestaciones culturales de vanguardia* <pp. 39-54>. Madrid: McGraw Hill Education.

Barredo, D.; Zurita, G. & Trámpuz, J. (2017). "Horizontes epistemológicos y nuevas oportunidades laborales. Algunas reflexiones sobre los roles y sectores profesionales de los comunicadores contemporáneos". En Barredo, D.; Colussi, J. & Ortiz, G. (Eds.). *Innovación y periodismo: Nuevas prácticas para nuevos escenarios* <pp. 5-9>. Bogotá: Universidad del Rosario.

Canavilhas, J. (2011). "Ensino do Jornalismo: o digital como oportunidade". En Quadros, C.; Caetano, K. & Laranjeira, Á. (Eds.) *Jornalismo e Convergência: ensino e práticas profissionais* <pp. 13-20>. Covilhã: Livros Labcom.

Consejo de Educación Superior (2013). *Reglamento de Régimen Académico*. Quito: Consejo de Educación Superior.

Cordicom, (2017). Registro Público de Medios de Comunicación de Ecuador. Fecha de corte 7 de julio de 2017. Recuperado de <http://www.cordicom.gob.ec/rpm/>

Chimbel, A. (2013). A Changing College Newsroom: From Convergence to Digital First to What's Next. *The Convergence Newsletter*. 10(4). Recuperado de <http://sc.edu/cmcs/archive/convergence/v10no4.html>

Culqui, A. & Galarza, V. (2016). "Las web radios universitarias: desde su concepción teórica hasta su práctica en Ecuador". En *De los medios y la comunicación de las organizaciones a las redes de valor* <pp. 328-344>. Quito: XESCOM.

Culqui, A. & Galarza, V. (2018). "The Influence of New Technologies on University Radio in Ecuador". In Rocha Á., Guarda T. (eds) Proceedings of the International Conference on Information Technology & Systems (ICITS 2018). *ICITS 2018. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 721. Springer, Cham

Cutimbo, M. (2011). *Ecuador: hacia una democratización de la comunicación*. Quito: FLACSO.

Da Rocha, I., & Singla, C. (2015). Pedagogía efectiva e innovaciones en la formación de periodistas integrados. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 196, 41-46.

Díaz Nosty, B. (1999). *La Comunicación en Andalucía 1999: Situación y tendencias*. Madrid: Grupo Z.

Domingo, D. *et al.* (2007). Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. *8th International Symposium of Online Journalism*. University of Texas, Austin.

García, J. (2009). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y Pensamiento*, 25(54), 102-113.

Good, K. (2017). Listening to pictures: Converging media histories and the multimedia newspaper. *Journalism Studies*, 18(6), 691-709.

Good, K. (2016). Radio's Forgotten Visuals. *Journal of Radio & Audio Media*, 23(2), 364-368.

Hammond, S. C.; Petersen, D., & Thomsen, S. (2000). Print, broadcast and online convergence in the newsroom. *Journalism & Mass Communication Educator*, 55(2), 16-26.

Hernández Sampieri, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Huang, E.; Davison, K.; Shreve, S.; Davis, T.; Bettendorf, E., & Nair, A. (2006). Bridging newsrooms and classrooms: Preparing the next generation of journalists for converged media. *Journalism & Communication Monographs*, 8(3), 221-262.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

López, X. & Pereira, X. (2010). Convergencia digital. *Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Martínez, A. & Vázquez, P. (2012). La importancia de la evaluación en las instituciones educativas conforme a la nueva Ley Orgánica de Educación Superior en el Ecuador. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*, 5(2), 174-180.

Moscoso, V., & Ávila, C. (2017). "Radios universitarias como medios comunitarios: parámetros para un modelo convergente". En Barragán, V.; Terceros, I. (Coords.) *Radios, redes e internet para la transformación social*, 8, <49-71>. Quito: Ciespal.

Mullo, A., Yaguana, H., & Álvarez, L. (2017). Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital. *Razón y Palabra*, 21(98) 118-149.

Negroponte, N. (1975). *Soft architecture machine*. Cambridge: MIT Press.

Punín, I., Rivera, D., & Cuenca, P. (2015). Cuánto la vocación prima: La situación laboral del periodista digital en Ecuador y su formación académica. *Revista ComHumanitas*, 5(1), 33-45.

Rosique, G. (2016). El grado en periodismo: hacia una formación adaptada a los nuevos tiempos. *Opción*, 32(10) 589-602.

Salaverría, R., García-Avilés, J. A., & Masip, P. (2010). "Concepto de convergencia periodística". En López, X. & Pereira, X. (coords.). *Convergencia Digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España* <pp. 41-64>. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Smith, M., & Krause, D. (2016). A Survey of Convergence in Missouri Higher Ed Journalism Programs. *College Media Review*, 54(1), 18-31.

St Clair, J. (2015). Doing it for real: Designing experiential journalism curricula that prepare students for the new and uncertain world of journalism work. *Coolabah*, 16(1), 122-142.

Suing, A. (2015). Pertinencia en rediseño de carreras de comunicación. Estudio caso UTPL. *Opción*, 31(6). 790-809.

Trámpuz, J. (2017). La formación del periodista en el contexto de la convergencia. *REFCaIE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*, 5(3), 17-28.

Trámpuz, J.; Bermello, G. & Bravo, J. (2017). Las radios universitarias en Manabí: experiencias y adaptación al escenario de la convergencia digital. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, 2(3), 16-33.

Trámpuz, J.; Franco, D. & Reyes, A. (2016). "La televisión universitaria en la formación de los estudiantes de comunicación: un estudio de caso sobre el aporte de Alfaro Tv (Ecuador)". En Barredo, D. & Henríquez, P. (coords). *Reflexiones desde la comunicación y la cultura: medios, identidades, formación*. <pp. 21–40>. Manta (Ecuador): Mar Abierto.

Vázquez, M. (2015). La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos. *Comunicación y Medios*, (31), 151-170.

Wotanis, L.; Richardson, J. & Zhong, B. (2016). Convergence on campus A Study of Campus Media Organizations' Convergence Practices. *College Media Review*, 54(1), 32-45.

Xiong, H., & Zhang, J. (2018). How local journalists interpret and evaluate media convergence: An empirical study of journalists from four press groups in Fujian. *International Communication Gazette*, 80(1), 87-115.

Yaguana, H. & Aguiló, J. (2014). "La radio universitaria un nuevo reto para un nuevo tiempo". En Martín, D. & Ortíz Sobrino (Coords). *Radios Universitarias en América y Europa* <pp. 71-88>. Madrid: Fragua.