



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN, MENCIÓN COMUNICACIÓN DIGITAL**

Artículo profesional de alto nivel


**Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al  
inicio de la pandemia de la Covid-19.**

Autores:

Galo Antonio Mero Demera

Tutor: Dr. Jeovanny Benavides Bailón

Manta, 2021

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

## 1. Título:

**Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.**

## 2. Resumen

El periodista ha pasado por una serie de procesos. Su labor se ha reinventado en el desempeño de una profesión que cada día los enfrenta a innumerables desafíos. Los medios de comunicación, tanto los tradicionales como los que no lo son, demandan de un periodista la capacidad suficiente que no lo limite a la redacción de noticias y a tomar fotografías, sino que requieran a un profesional con las habilidades necesarias para crear y generar contenidos. De este modo, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19; es decir el período comprendido entre los meses marzo-mayo 2020. Para ello se ha considerado a los profesionales de la información que laboran en los medios El Diario y Manavisión, propiedad de medios Ediasa, a quienes se les realizó una encuesta. A partir de un enfoque metodológico cualitativo y cuantitativo se aborda la problemática planteada con el propósito de analizar a un periodista multimedia que cuente con las competencias de administrar la información, utilizando todos los recursos que ofrecen las nuevas tecnologías. Como resultados se ha obtenido que el periodista, pese al empleo de las nuevas tecnologías aún debe brindarle un orden adecuado a la información con la finalidad de analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios.

**Palabras claves:** periodista multimedia; medios de comunicación; nuevas tecnologías; competencias; convergencia mediática.

## **Analysis of the profile of the multimedia journalist in the media convergence at the beginning of the Covid-19 pandemic.**


### **Abstract**

The journalist has been through a series of trials. Their work has been reinvented in a profession that faces countless challenges every day. The media, both the traditional and those that are not, demand from a journalist sufficient capacity that does not limit it to news writing and to take photographs, but they require a professional with the necessary skills to create and generate content. In this way, the present research work aims to carry out an analysis of the profile of the multimedia journalist in the media convergence at the beginning of the Covid-19 pandemic; that is, the period from March-May 2020. For this purpose, the media professionals who work in the media El Diario and Manavisión, owned by Ediasa media, have been considered and a survey was conducted. Based on a qualitative and quantitative methodological approach, the problem is addressed with the purpose of analyzing a multimedia journalist with the competence to manage information, using all the resources offered by the new technologies. As results have been obtained that the journalist, despite the use of new technologies, must still provide an adequate order to information in order to analyze, filter and reconstruct information from various media.

**Keywords:** multimedia journalist; media; new technologies; skills; media convergence.

### **3. Introducción**

En la actualidad, con una pandemia provocada por la Covid-19 y cuyo azote ha cobrado ya millones de víctimas, se necesita un perfil del periodista capaz de asumir un reto que exige y requiere la sociedad contemporánea. Por ello, en el marco de la pandemia, los profesionales

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

de todo el mundo han tenido que adaptarse a las nuevas realidades laborales, académicas, tecnológicas, sanitarias y educativas. Se han adquirido nuevos usos y hábitos de educación, de participación, de acción, de interacción y consumo, y por supuesto de comunicación.

Los periodistas, no escapan a esta realidad. Profesionales de la prensa en todo el mundo debieron asumir nuevos métodos y estilos de trabajo para generar contenido en esta situación, considerada una crisis. Comunicar en estas condiciones entraña riesgos y supone, también, desatar toda la capacidad creativa de los periodistas, en aras de poner en práctica nuevas y necesarias ideologías profesionales.

En este contexto surge este artículo que tiene como objetivo analizar el perfil del periodista multimedia en el ámbito de la convergencia mediática al inicio de la pandemia provocada por la Covid-19. Como caso de estudio se escogió a la empresa de comunicación Medios Ediasa, particularmente a los medios El Diario y Manavisión, en Portoviejo, Manabí-Ecuador. Se consideró el período que abarcó los meses de marzo a mayo del 2020.

De acuerdo con un estudio de Mamani y Morales (2020) y Figueroa (2017), el periodista multimedia no es el que debe saber escribir para todos, sino el que debe utilizar las herramientas actuales para informar mejor. En su oficio, este profesional se enfrenta principalmente a la tarea de analizar, filtrar y reconstruir el cúmulo de noticias que ahora recibe por diversos medios y que incluso debe verificar y aprender a programar en lenguajes que marcan las nuevas tecnologías.

En el ámbito de la pandemia, Marmolejo (2016), señala que los medios han tenido la oportunidad de brindar información a los destinatarios del mensaje periodístico sobre las características y alcance de la enfermedad. Una investigación considerada como antecedente del presente estudio es la de Apolo (2021), un autor que señala que la desinformación sigue en aumento en función de la pandemia, pese a que han surgido nuevas redes sociales o canales de


información. Incluso llegar a considerar que “el fenómeno de las fake news no se detiene y cobra fuerza en medio de un ecosistema digital que, pese a usar sus redes para facilitar el acceso a la información, sirve también para confundir, generar caos y engañar” (p. 72).

Mientras que De La Hoz (2020), evidencia en un estudio sobre la epidemiología urgente para periodistas que en la actualidad las bases fundamentales para cubrir la pandemia, o cualquier otro tema, son la ética, la rigurosidad y el interés genuino de servir al público. Además, propugna el trabajo colaborativo en que se vinculen a periodistas con diferentes habilidades y conocimientos para crear las condiciones para que puedan crear juntos puede marcar la diferencia en la calidad y la relevancia de los productos finales que un medio ofrece. También considera que es importante privilegiar el diálogo con académicos, pues gracias a estos intercambios los periodistas pueden entender mejor la realidad que cuentan y tienen más herramientas para narrarla.

Frente a esta problemática, estudios precedentes como los de López (2020), señalan que en pleno 2020 los medios tradicionales realizan una migración a las ediciones digitales con resultados exitosos. Esto ha redundado en el incremento de recursos multimedia. Por ello, es evidente que la capacidad de producción y distribución de publicaciones cambió radicalmente, una vez lanzada por canales digitales la publicación llega de forma instantánea y sin complicaciones incluso hasta el otro lado del mundo.

En este contexto, el presente trabajo de investigación adquiere relevancia y pertinencia pues la sociedad contemporánea requiere con urgencia abordar y analizar, bajo el prisma de una investigación académico-científica, el perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática en el marco de la pandemia provocada por la Covid-19.

#### **4. Marco conceptual o desarrollo:**

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

La convergencia mediática es uno de los grandes retos de la era digital. El periodismo multimedia se caracteriza por incluir elementos como la interactividad, la colaboración y la participación. De esta forma, en este apartado se analiza el fundamento teórico de la temática propuesta y que se encuentra relacionada con el perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia. Resulta particularmente relevante abordar este tipo de problemática y más aún en el contexto de la Covid-19 debido a los desafíos que enfrenta el periodismo en la sociedad actual.

Según Vega (2017), el ámbito del periodismo multimedia no es un fenómeno novedoso, pero sí actual y en plena vigencia dentro del ámbito de esta profesión.

Desde la perspectiva de Apolo (2021), la convergencia es el nuevo ecosistema informativo que se afronta como un proceso cuya meta es la integración. Esa meta es la que persiguen medios tradicionales en la era digital y es el rumbo con el que nacen los nuevos medios digitales, cuyas estructuras empresariales, rutinas de producción y funciones de sus integrantes distan mucho de la idea de la redacción tradicional de grandes medios. En suma, para Moreno (2017), se trata de un escenario más innovador, más abierto a las comunidades de usuarios y con nuevas estrategias para alcanzar la sostenibilidad.

Por su parte, Marmolejo (2016), considera que las redes sociales contribuyen a llevar a los periodistas a ese perfil más multimedia, incluso algunos que eran muy reticentes a manejar diferentes formatos, descubren muchas más posibilidades con las redes. Por ello cree que el gran reto del periodista convergente es enriquecer la información y al mismo tiempo garantizarles el acceso a los destinatarios de sus mensajes.


De acuerdo con Sánchez *et al.* (2019), la transformación de los perfiles periodísticos refleja los cambios que vive el entorno de la comunicación. La tecnología digital favorece la metamorfosis del informador tradicional cuyas tareas se diferenciaban, hasta hace menos de

dos décadas, principalmente por el lenguaje y el formato en el que trabajaba: escrito o audiovisual. En la actualidad, las tareas se diversifican y entremezclan en el periodismo online con perfiles cambiantes que tienen en común la capacitación para trabajar en multiformato y multilinguaje, con nuevas destrezas y competencias atribuidas al periodista multimedia.

En este sentido, un estudio de Salaverría (2017), señala que el perfil del periodista multimedia se identifica con un periodista polivalente capaz de producir contenidos para difundir en soportes, plataformas y formatos diferentes, con múltiples destrezas multimedia y digitales, e integrado en equipos multidisciplinares que asumen funciones complementarias. Se trata de uno de los perfiles más extendidos en las redacciones periodísticas y con funciones híbridas de redacción, fotografía y vídeo e infografía en una web; enviar crónicas multimedia a distancia y alojarlas en la web, realizar labores polivalentes en formatos o temáticas, hacer contenidos en las redes, entre otros. Y además requiere competencias multidisciplinares.

Según Caminero y Sánchez (2018), la evolución permanente de la comunicación multimedia provoca el surgimiento de perfiles profesionales cada vez más específicos y especializados por tareas comunicativas dispares que hacen necesaria una revisión, más o menos periódica, acerca de los perfiles periodísticos emergentes realmente asentados que se consideran predominantes, así como sus tendencias cambiantes. Las empresas mediáticas incorporan de forma progresiva perfiles nuevos, aunque de una manera más conservadora de lo inicialmente esperado en los medios tradicionales como en los nativos digitales.

A criterio de López, Rodríguez y Pereira (2017), el profesional que trabaja con las nuevas tecnologías propicia que emerja una nueva figura periodística que empieza a invadir un nuevo tipo de redacción para elaborar noticias en este contexto: el profesional multimedia. Por ello, el periodista del siglo XXI debe afrontar esta convergencia en los medios de manera que sea capaz de dominar nuevos lenguajes para producir nuevas piezas donde se combine el texto, el audio y el vídeo, e incluso la narrativa transmedia.

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

En cuanto a la convergencia, autores como Marmolejo (2016), aseguran que permite interrelacionar los diferentes soportes, lenguajes, mensajes y modos de consumo, así como la comercialización de sus servicios y contenidos. La digitalización audiovisual y la expansión de internet han configurado un innovador lenguaje caracterizado por la multimedialidad, la hipertextualidad, y la interactividad en la producción de contenidos. Para Lugo (2016), tanto los contenidos como los hábitos de la audiencia de consumir e interactuar, se han visto modificados por la convergencia de los medios que hoy se caracterizan por su inmediatez, interactividad, profundización, participación y personalización.

En este contexto, Salavarría (2017), expresa que el proceso de convergencia se puede entender como aquel que permite que los contenidos puedan ser recepcionados por las audiencias a través de múltiples canales tecnológicos, optimizando la producción de los medios de comunicación que dan lugar a una estrategia de contenidos convergente, multiplataforma y multimedia. Por ello, en los últimos años, los medios de comunicación que han logrado adaptarse a un entorno convergente, han aumentado la productividad de sus periodistas reduciendo costos de producción, etapa conocida como fusión de las redacciones.

La convergencia digital permite interrelacionar diferentes soportes, lenguajes y mensajes. Por esta razón, autores como Mezquita (2018), señalan que el nuevo planteamiento del perfil profesional requiere la integración de habilidades múltiples y es ahí cuando nace la denominación del “periodista multimedia”. La convergencia tecnológica permite la distribución de los contenidos digitales en diferentes plataformas (radio, televisión, prensa e internet), brindando una oportunidad a los usuarios de seleccionar accediendo a programaciones temáticas. Los constantes y rápidos cambios en los gustos y tendencias en las audiencias, crea una competencia entre los medios por ganarse la atención del público. El reto diario de un periodista es crear una interrelación con un usuario que es capaz de seleccionar la información




en un mundo donde internet ha roto la relación unidireccional entre los proveedores de contenidos y la audiencia.

La convergencia mediática y las nuevas tecnologías han modificado las rutinas de los comunicadores y periodistas en la producción de contenidos. Por ello, Ossorio (2018), sostiene que el oficio del periodista no solo debe ajustarse a la convergencia mediática y sus cambios, sino a la necesidad de impulsar procesos de cambio en la formación de los mismos, con reformas que permitan capacitar a los comunicadores en la interiorización de valores y destrezas, así como en el desenvolvimiento de nuevos formatos, géneros creativos y otras herramientas que estimulan una mayor comprensión y participación de la ciudadanía en la elaboración de los contenidos periodísticos.

Las nuevas tecnologías mediáticas han ampliado el repertorio de distribución múltiple, brindando la potestad al público de disponer del contenido que puede ser archivado, comentado o puesto nuevamente en circulación de una manera nueva. Para Mezquita (2018), esto implica que el periodista tiene que hacer en la actualidad de todo un poco. Ya no hay diferencias entre un fotógrafo, un camarógrafo o un redactor, pues la realidad obliga a todos a incorporar nuevas herramientas. El periodista multimedia tiene que entender de todo, hasta de diseño gráfico. Tiene que ser capaz de editar una foto, un vídeo, un *podcast*. Esto también significa que los profesionales necesitan ser competentes en la construcción de la noticia y en el menor tiempo posible.

Al respecto, Figueroa (2017) señala que la convergencia posibilita la narración multimedia interactiva a través de múltiples tipos de contenido. Estas narraciones multimedia pueden compartirse y distribuirse fácilmente en distintas plataformas, con el objetivo de llegar a un público u otro. Sin embargo, se debe considerar que ni la convergencia ni lo multimedia pueden reemplazar las normas del buen periodismo.

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

Para Odriozola, Bernal y Aguirre (2016), la convergencia mediática representa la unificación de varias tecnologías y contenido de varios tipos. Al mismo tiempo, la narración multimedia en sí misma representa una forma de convergencia entre texto, audio, fotografía y secuencias de vídeo. Pero lo multimedia es más que eso, puesto que también incluye la estructura hipertextual de la información y representación gráfica y visual en pantalla. Estas características precisan nuevos enfoques en materia de prácticas periodísticas, especialmente para las narraciones multimedia escritas. Para crear interactividad en las narraciones, los periodistas deben crear la estructura hipertextual y el contenido multimedia de forma que resulte intuitivo para los usuarios, y utilizar distintas plataformas para distribuir las noticias multimedia.

De acuerdo con Vega (2017), por perfil periodístico se entiende el conjunto de capacidades y competencias que identifican los conocimientos y habilidades específicas de un informador para desempeñar las responsabilidades propias de su profesión o de una tarea concreta. Los diferentes perfiles periodísticos se asemejan tanto a la formación adquirida como a posibles salidas laborales. Muchos de estos perfiles consisten en una ampliación de las antiguas profesiones mientras otros se lanzan a nuevos cometidos con ámbitos nuevos e incluso experimentales.

Respecto a la pandemia y al rol del periodismo, Villacrés (2020), señala que, en este tipo de situaciones emergentes, el periodismo multimedia en el contexto de la convergencia mediática cumple un rol vital, ya que se magnifica la necesidad de la población de recibir información veraz y contrastada. En este sentido, la información se vuelve una herramienta que puede ayudar a reducir la incertidumbre. Por otro lado, las prácticas periodísticas se han visto inmersas en la virtualidad. El confinamiento obligatorio no fue impedimento para que los

periodistas hagan su trabajo y se ha visto que es posible producir contenidos desde el aislamiento.


## **5. Metodología**

Para analizar el perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19 (marzo-mayo 2020), este trabajo centra su investigación en los medios Ediasa, particularmente en El Diario y Manavisión. Para ello, el abordaje metodológico de este estudio presenta una mixtura cualitativa y cuantitativa.

Esto es importante para comprender el contexto de la investigación y para el planteamiento del presente marco metodológico. La metodología de investigación que se aplicará en el presente estudio es de tipo mixta: cualitativa y cuantitativa. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), el empleo de un enfoque metodológico mixto en un estudio representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Adicional a lo anterior, este estudio es descriptivo, porque con este abordaje se trata de responder a los problemas teóricos o sustantivos y en tal sentido se encuentra orientada al conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación espacio. El enfoque descriptivo mide de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren y se centran en medir con la mayor precisión posible.

Según el análisis a la que se someterá la información recolectada, se va a emplear el análisis cuantitativo. Para Hernández y Mendoza (2018), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. Mientras que el abordaje cualitativo permitirá interpretar la información obtenida, comprenderla y ubicarla en el contexto determinado del presente estudio.

Para cumplir con este propósito se realizó una encuesta a diez periodistas multimedia tanto de El Diario como de Manavisión. Con su aplicación se pudieron obtener datos importantes de los profesionales especializados para comprender el objeto de estudio propuesto. El número de periodistas considerados en esta investigación se debe a que son ellos quienes cumplen con el perfil de periodistas multimedia en los medios abordados. un cuaderno de notas y el cuestionario para el desarrollo de la encuesta.

## 6. Análisis y discusión de resultados

**Tabla 1. ¿Cuál de las siguientes características considera usted que debe incorporar el periodista multimedia en el ejercicio de su profesión en el contexto de la pandemia por la Covid-19?**

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Conocimiento de recursos tecnológicos	1	10%
Sensibilidad frente a la problemática sanitaria	2	20%
Rigor y honestidad para informar y no desinformar	4	40%
Experticia para crear y generar contenidos	1	10%
Manejo óptimo de las redes sociales	2	20%
Otra (cuál).	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>


Fuente: elaboración propia

Ante esta interrogante, un 10% de los periodistas consultados manifestó que entre las características que debe incorporar el periodista multimedia en el ejercicio de su profesión en el contexto de la pandemia por la Covid-19 tiene que constar el conocimiento de recursos tecnológicos; en tanto que un 20% aseguró que la sensibilidad frente a la problemática sanitaria. Un 40%, en cambio, señaló que el rigor y honestidad para informar y no desinformar, mientras que un 10% indicó que la experticia para crear y generar contenidos. Finalmente, el 20% sostuvo que el manejo óptimo de las redes sociales.

Para algunos medios, la llegada de la Covid-19 no ha hecho más que adelantar lo inevitable, dar paso a una era digital con redacciones móviles y trabajo remoto. Por esta razón, autores como Villacrés (2020) consideran que, si bien este paso no se esperaba de forma brusca, los medios han tenido que adaptarse a las circunstancias con inmediatez y establecer lo que consideran la forma más adecuada para que el periodismo no se vea paralizado. En este contexto, las características que debe incorporar el profesional de la información en el ejercicio de su trabajo lo exhortan a ser un periodista más responsable. Las medidas tomadas a raíz de la pandemia han influenciado la dinámica de trabajo, la que requiere estar mucho más conectados que antes, reportar avances y estar más atentos, y esto se ha visto reflejado en los productos periodísticos que se presentan cotidianamente.

**Tabla 2. ¿Por qué cree usted que empresas como medios Ediasa requieren periodistas con un perfil multimedia?**

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Para abaratar costos	1	10%
Para presentar un mejor producto periodístico	2	20%
Para diversificar los contenidos	4	40%
Para presentar información actualizada en todo momento	3	30%
Otra (cuál)	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

Fuente: elaboración propia

La segunda pregunta señala que un 10% expresó que empresas como medios Ediasa requieren periodistas con un perfil multimedia para abaratar costos; un 20% señaló que para presentar un mejor producto periodístico, mientras que un 40% manifestó que para diversificar los contenidos; finalmente, un 30% indicó que con ello se pretende presentar información actualizada en todo momento.

Según Moreno (2017), cada vez más, las empresas o grupos de comunicación buscan para sus plantillas un tipo de periodista con un perfil profesional muy definido, a la vez que ambicioso: un periodista capaz de dominar y desenvolverse en todos los soportes informativos (prensa, radio, televisión e Internet) y capaz de manejar la tecnología. Para ello debe ser un periodista multimedia. Ese perfil integral es el que necesitan los medios informativos de Internet, para aprovechar todas las herramientas y posibilidades que ofrecen tanto los medios tradicionales como los digitales. Lo que antes era la tendencia de empresas multimedia, hoy se han convertido en empresas multimedia con periodistas multimedia.

**Tabla 3. ¿Según su perspectiva, un periodista multimedia en el contexto de la convergencia mediática realiza un mejor trabajo en el ejercicio de sus laborales que un periodista tradicional?**

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Sí	8	80%
No	2	20%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

Una tercera interrogante muestra que la gran mayoría de consultados, es decir un 80%, señaló que un periodista multimedia en el contexto de la convergencia mediática Sí realiza un

mejor trabajo en el ejercicio de sus laborales que un periodista tradicional, mientras que el restante 20% manifestó lo contrario.


En este sentido, Caminero y Sánchez (2018) sostienen que el periodista del siglo XXI debe afrontar esta convergencia en los medios de manera que sea capaz de dominar nuevos lenguajes para producir nuevas piezas donde se combine el texto, el audio y el vídeo, e incluso la narrativa transmedia. Partiendo de que la figura del periodista que trabaja con medios digitales, incluso con redes sociales, es el periodista de siempre que busca informar de los hechos y realidades, contando las mejores historias posibles. La novedad de esta época contemporánea es que el periodista adquiere nuevas competencias y habilidades y realiza tareas multimedia que dan lugar a los nuevos perfiles que ya ocupan su espacio en los medios digitales.

**Tabla 4. ¿Qué tipo de competencias debe tener un periodista multimedia para informar de mejor manera en el contexto de la pandemia?**

Variables	Periodistas	Porcentaje %
Analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios	2	20%
Verificar y aprender a programar en lenguajes de las nuevas tecnologías.	2	20%
Conocimiento de los formatos multimedia a implementar	3	30%
Narrativa hipertextual y de realización audiovisual	0	0%
Clasificar y darle un orden adecuado a la información	0	0%
Conocimiento de las plataformas digitales, incluidas las redes sociales	3	30%
Otra (cuál)	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

En la penúltima pregunta, un 20% de encuestados señaló que el tipo de competencias que debe tener un periodista multimedia para informar de mejor manera en el contexto de la

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

pandemia es analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios; en tanto que un porcentaje similar seleccionó como alternativa de respuesta el hecho de verificar y aprender a programar en lenguajes de las nuevas tecnologías. Un 30% de periodistas señaló que la principal competencia es el conocimiento de los formatos multimedia a implementar. Finalmente, el 30% restante indicó que el conocimiento de las plataformas digitales, incluidas las redes sociales.

Según Manjarrés (2020), los medios de comunicación han tenido que innovar. Adicionalmente, en medio de las dificultades que ha generado la pandemia del coronavirus, los periodistas han tenido que complementar el trabajo de reportería con las herramientas tecnológicas; sin embargo, no debe limitarse a ellas. Por esta razón, es necesario ir al lugar de los hechos, relacionarse con los actores implicados y hacer un trabajo de observación.

Para Vega (2017), la información suministrada vía telefónica o electrónica no incluye otros tipos de lenguaje, como el corporal, lo cual limita la labor periodística pues parte de la realidad es inaccesible para el profesional. En suma: lo moderno requiere que no se pierda el rigor por el dato. Por ello, analizar, filtrar y reconstruir informaciones de diversos medios es parte importante de la labor periodística en la actualidad.

**Tabla 5. ¿De qué forma considera usted que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer periodismo multimedia en la convergencia mediática?**

Variables	Periodistas	Porcentaje %
La pandemia ha obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad	2	20%
Lo ha dotado de mayor responsabilidad social	3	30%
Lo ha vuelto más analítico y preocupado de su entorno	0	0%



La pandemia ha generado un periodista que incorpora contenidos multimedia	4	40%
Covid-19 ha generado que el periodista interactúe más en redes sociales	1	10%
Otra (¿cuál?)	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia


En esta última pregunta de la encuesta, los profesionales consultados han tenido criterios divididos sobre la forma en que consideran que la pandemia ha cambiado la perspectiva de hacer periodismo multimedia en la convergencia mediática. Para un 20%, la pandemia ha obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad; mientras que un 30% cree que lo ha dotado de mayor responsabilidad social. Un 40% considera que la pandemia ha generado un periodista que incorpora contenidos multimedia. Finalmente, apenas un 10% señaló que la Covid-19 ha generado que el periodista interactúe más en redes sociales.

A criterio de Pabón (2020), el periodista debe ser un profesional que cuente bien las historias y dimensiona bien toda la situación generada por la Covid-19. Por esta razón, resulta relevante que en esta pregunta final de la encuesta se valore el hecho de que la pandemia haya obligado al periodista a repensar su misión en la sociedad.

## 7. Conclusiones

En el caso particular de la pandemia, el periodista multimedia se enfrenta con retos como el profundo nivel de desinformación existente y la falta de certezas frente a casos particulares generados en el ámbito de la pandemia. Por ello, el rol de los medios, apelando a su veracidad y grado de confianza que tiene la ciudadanía, se volvió más preponderante que nunca.

La figura del periodista que trabaja con las nuevas tecnologías es el de un profesional siempre que busca informar de los hechos y realidades, contando las mejores historias posibles, la novedad de la era ciber es que el redactor adquiere competencias y habilidades que marcan

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

la diferencia en un nuevo escenario comunicativo. Además, realiza tareas multimedia que dan lugar a los nuevos perfiles que ya ocupan su espacio en los medios digitales. En este contexto se transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia y polivalente con las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes. Este grado de polivalencia demostrado por el periodista varía según el tipo del medio de comunicación donde labore.

Un periodista multimedia debe tener unos conocimientos básicos de narrativa hipertextual y de realización audiovisual, y así mismo, debe ser capaz de clasificar y darle un orden adecuado a la información recogida para ser trasladada a la red, dándole un uso oportuno a todos los elementos necesarios para la realización de un reportaje multimedia, todo ello en el marco de la convergencia mediática.

## 8. Referencias Bibliográficas

Apolo, A. (2021). *Fake news e incremento desinformativo en el ecosistema mediático*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Machala, Machala, Ecuador.

Caminero, L. y Sánchez, P. (2018). El perfil y formación del ciberperiodista. *Hipertext.net*, 4(16), 4-15. Recuperado de <https://cutt.ly/WEVOCQ7>

De La Hoz, K. (2020). *Epidemiología urgente para periodistas. Una guía para informar de manera precisa sobre el coronavirus*. Barranquilla: Universidad del Norte.

Figueroa, K. (2017). *El uso del género periodístico: la infografía en los medios escritos de Portoviejo. Caso de estudio: el diario*. (Tesis de pregrado). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education.

López, W. (2020). *Construcción mediática del discurso sobre el coronavirus (Covid-19) en los medios digitales de El Comercio desde el 03 de enero hasta el 26 de abril de 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

López, X., Rodríguez, A. y Pereira, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar*, 53(2), 81-90. Recuperado de <https://cutt.ly/AEVOB3X>

Lugo, L. (2016). La academia, los medios y el profesional ideal: el periodista generalista multimedia. *Communication & Society*, 29(4), 271- 287. Recuperado de <https://cutt.ly/iEVO1ka>

Mamani, L., y Morales, S. (2020). *Cobertura noticiosa en la cuarentena en los portales web y red social de Radio Yaraví*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú.

Manjarrés, J. (2020). *Una mirada a la ética periodística y al periodismo digital en el cubrimiento del crimen organizado*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Marmolejo, V. (2016). *Reportaje multimedia: una aproximación a un nuevo modelo de la narrativa digital para el portal web www.90minutos.co* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma De Occidente, Cali, Colombia.

Mezquita, R. (2018). La convergencia mediática en el periodismo emprendedor: hacia el periodista polivalente y el emprendedor. *Fòrum de recerca*, 12(23), 87-88. Recuperado de <https://cutt.ly/zEVO2Ea>

Moreno, J. (2017). *La innovación en los medios digitales locales*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Odrizola, J., Bernal, J., y Aguirre, C. (2016). Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística en Ecuador. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 133(12), 357-372. Recuperado de <https://cutt.ly/BEVO3nD>


Ossorio, M. (2018). *Análisis del periodismo en múltiples soportes, dispositivos y plataformas. Narrativa Transmedia, sinergia y convergencia entre formatos* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Pabón, D. (2020). Nuevos retos del periodismo ante la pandemia. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, 190(2), 9-11. Recuperado de <https://cutt.ly/VEVO4Fc>

Purisaca, R. (2020). *La preferencia informativa de los millennials en los medios de comunicación multiplataforma, en el contexto del Covid-19, 2020*. (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

Romero, E., Torres, S., y Basualdo, O. (2015). *Convergencia periodística en los medios de Córdoba: caso La Voz del Interior*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.

Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1), 19-32. Recuperado de <https://cutt.ly/2EVO6vV>

	<b>Artículo científico:</b> Análisis del perfil del periodista multimedia en la convergencia mediática al inicio de la pandemia de la Covid-19.	<b>Maestría en</b> <b>Comunicación, mención</b> <b>Comunicación Digital</b>
	<b>Maestrante:</b> Galo Mero Demera <b>Tutor:</b> Dr. Jeovanny Benavides	

Sánchez, P., García, B., López, X., y Vázquez, A. (2019). Perfiles periodísticos emergentes reconocidos en la Universidad. *Revista Trípodos*, 45(12), 157-177. Recuperado de <https://cutt.ly/xEVPw4H>

Vega, M. (2017). *La formación de los comunicadores sociales en la Universidad Estatal de Bolívar*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

Villacrés, R. (2020). Calidad periodística y cobertura de COVID-19. *#PerDebate*, 4(1), 110-127. Recuperado de <https://cutt.ly/LEVPr0u>