



## Adaptación y medición del índice de convergencia en los medios de comunicación universitarios

## Adaptation and measurement of the convergence index in university media

Juan Pablo Trámpuz Reyes<sup>1</sup>

 <https://orcid.org/0000-0001-9999-177X>

<sup>1</sup>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

\* [juan.trampuz@uleam.edu.ec](mailto:juan.trampuz@uleam.edu.ec)

### Resumen

*La convergencia es un proceso que ha sumido a los medios de comunicación en una constante de cambios, lo que también involucra a los actores universitarios. En este sentido, la presente investigación se plantea como objetivos adaptar el índice de medición de la convergencia, considerando las particularidades del contexto de los medios de comunicación universitarios -MCU- ecuatorianos, así como analizar el avance de cada una de sus dimensiones a partir de la implementación de esta herramienta. Los resultados obtenidos, mediante las técnicas del cuestionario y el análisis documental, dan cuenta que los MCU han profundizado más en el desarrollo de la polivalencia periodística, mientras que la participación de las audiencias, en general, todavía sigue siendo un desafío que requiere innovación y un mayor acercamiento con sus públicos. Sin embargo, se advierte que algunas cuestiones relacionadas con el tamaño, la consolidación y la integración de los grupos mediáticos con los procesos formativos, complejizan la puesta en marcha de los ámbitos de la convergencia periodística en estos espacios que conjugan lo comunicacional con lo educativo.*

**Palabras clave:** Audiencias activas, convergencia periodística, polivalencia periodística, radio universitaria, televisión universitaria

### Abstract

*Convergence is a process that has plunged the media into constant change, which also involves university actors. In this sense, the present research aims to adapt the convergence measurement index considering the particularities of the context of the Ecuadorian university media -MCU-, as well as to analyze the progress of each of its dimensions from the implementation of this tool. The results obtained, through questionnaire techniques and documentary analysis, show that the MCUs have deepened more in the development of multiskilled professionals, while the participation of audiences, in general, still remains a challenge that requires innovation and a closer relationship with their audiences. However, it is noted that some issues related to the size, consolidation, and integration of media groups with training processes, complicate the implementation of areas of journalistic convergence in these spaces that combine communication with education.*

**Keywords:** Active audiences, college radio, college television, journalistic convergence, multiskilled professionals

**Recibido:** agosto/12/2020

**Aceptado:** noviembre/05/2020

**Publicado:** diciembre/21/2020

## 1. Introducción

La convergencia es un proceso que ha impuesto en los medios de comunicación una constante de cambios, en cuestiones tan diversas como el uso de nuevas plataformas, la colaboración entre empresas o la migración de las audiencias (1). Centrándose en el ámbito periodístico, varios autores la definen como “un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados” (2).

Siguiendo esta línea, Domingo et al. (3) plantean cuatro dimensiones: producción integrada, marcada por la transformación de las salas de redacción; profesionales polifuncionales, que aborda los cambios en los perfiles de los trabajadores de los medios; distribución multiplataforma, concerniente a la difusión de contenido a través de varios canales; y audiencias activas, potenciadas por las múltiples herramientas que brinda Internet, elevándose al nivel de coproductores.

En torno a estas dimensiones, diversos estudios han profundizado en sus características y avances, generando reflexiones y críticas. En este sentido, la polivalencia periodística, concebida como la implementación de varias destrezas por parte un mismo profesional para generar noticias en diversos soportes (2), es identificada por Aguado y Palomo (4) como una de las dimensiones más controvertidas de la convergencia, bajo la cual se ha disfrazado, desde la idea del profesional de la información como un hombre orquesta, hasta la precarización laboral. Otro de los aspectos convergentes ampliamente estudiado es el que se relaciona con las audiencias, siendo este es uno de los conceptos más destacados en los estudios de la comunicación durante los últimos años (5), debido a las nuevas capacidades participativas que asumen los usuarios en el ciberespacio, tanto en su relación con los contenidos periodísticos, como en su capacidad de producción, difusión y debate público (6).

En este sentido, los procesos convergentes representan un desafío para los profesionales de la comunicación, quienes han tenido que desarrollar competencias específicas, generales y transversales que les permitan afrontar esta constante de transformaciones (7), toda vez que, en los actuales momentos, “los medios sufren cambios estructurales y funcionales que los obligan a replantear su accionar y a reinventar sus usos y esquemas” (8).

Estudios recientes, desarrollados principalmente en Europa, dan cuenta de que la convergencia avanza de manera diversa, siempre marcada por las particularidades organizacionales de cada medio, las características de los países, además de factores altamente complejos como históricos, políticos y

económicos (9) (10) (11). Mientras que, algunos casos, evidencian procesos de *de-convergencia* (12) como el desarrollado en el *Beijing News*, que dio marcha atrás en la integración plena de sus salas de redacción para optar por un modelo mixto, con un equipo para informes en línea de última hora, y otro que marcó distancia con el mundo digital para dedicarse al periodismo crítico y de largo aliento, históricamente característico de este medio (13).

Contrario a lo que ocurre con la investigación de la convergencia en los medios de comunicación convencionales, en el ámbito académico, son pocos los estudios desarrollados. Wotanis, Richardson y Zhong (14) lograron identificar una relación entre la orientación convergente del programa curricular y las prácticas integradoras en los medios que se adscriben a una unidad académica. Mientras que, Smith y Krause (15), al analizar el caso de la universidad de Missouri, señalan algunas limitaciones relacionadas con la falta de recursos y capacitación para la implementación de estos procesos.

Desde el punto de vista pedagógico, la enseñanza de la convergencia se ha desarrollado a través de la implementación de cursos con rutinas reales que se complementan con procesos de autoaprendizaje y herramientas tecnológicas (16); el desarrollo de talleres integrados de periodismo, con salas de redacciones convergentes temporalmente (17), que si bien generan altos niveles de satisfacción estudiantil, evidencian una integración poco real en la práctica (18).

Pese a estos aportes, como apuntan Masip et al. (19), existe una falta de referencias metodológicas para la medición de los procesos convergentes en los medios de comunicación, por lo que en su investigación proponen una herramienta *ad hoc*. Si bien, este instrumento es un insumo valioso, al tratar de aplicarlo a los medios de comunicación universitarios -MCU-, por obvias razones quedan fuera algunas de sus particularidades como es la integración de sus actividades comunicacionales a los procesos formativos de los estudiantes de carreras afines.

En este sentido, los medios de comunicación universitarios -MCU- se configuran como un conjunto de experiencias comunicacionales diversas, que empezaron a configurarse a principios del siglo XX en Estados Unidos, con la particularidad de adscribirse a un organismo de Educación Superior. Si bien, sus orígenes estuvieron marcados por la radio y luego el periódico, poco a poco la televisión y, más recientemente, los cybermedios, ganaron espacio. Sus objetivos se enmarcan en la naturaleza y necesidades institucionales, como ser escenarios de práctica-aprendizaje, promover la cultura, o difundir el pensamiento universitario y el conocimiento científico (20).

En dicho marco, este artículo presenta el proceso de adaptación del índice de medición de la convergencia,

considerando las particularidades del contexto de los MCU ecuatorianos, así como los resultados de su aplicación, a través de la información recabada mediante cuestionarios y un análisis documental; esperando que el mismo pueda ser útil para su implementación en actores mediáticos de sistemas de Educación Superior de países de la región, toda vez que no se tiene registro de otra herramienta similar.

Si bien, la convergencia no debe ser vista como un proceso de obligatoria adopción, para los MCU resulta crucial tratar de mantenerse a la par con los cambios generados en la industria mediática, toda vez que autores como St Clair (21) destacan la necesidad de que estos escenarios de prácticas permitan el desarrollo de actividades de aprendizaje auténticas, para lo cual deben coincidir estrechamente con la práctica profesional del mundo real y, a la vez, brindar oportunidades para la colaboración y la reflexión crítica.

Por ello, operar MCU desfasados como escenarios de prácticas para los estudiantes, únicamente seguiría profundizando esa desconexión señalada entre la academia y el escenario laboral (22), poniendo en riesgo la misma supervivencia de los programas de enseñanza en Periodismo (23); más aún en regiones como América Latina, donde las universidades urgen de una reestructuración tecnológica (24).

## 2. Materiales y métodos

Masip et al. (19) han propuesto una herramienta *ad hoc*, que establece una puntuación de 100, como un grado máximo de convergencia, y 0 para el mínimo. La cual se muestra a continuación:

**Tabla 1.** Asignación de puntos para el cálculo final de la convergencia de Masip et al. (19)

Tipo de colaboración		Pts.
A	Colabora con otros medios que no pertenecen al grupo	1
	Colabora con otras ediciones del mismo nombre (digital, papel...)	2
	Colabora con otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	3
	Colabora con otros medios del mismo grupo de distinta comunidad autónoma	4
<b>Polivalencia mediática</b>		
B	Contenidos producidos por el medio que se publican en otros medios ue no pertenecen al grupo	1
	Contenidos producidos por el medio se publican en otras ediciones del mismo nombre (digital, papel...)	2
	Contenidos producidos por el medio se publican en otros medios del grupo de la misma comunidad autónoma	3
	Contenidos producidos por el medio se publican en otros medios del grupo de distinta comunidad autónoma	4
C	Se distribuyen contenidos de medios que no pertenecen al grupo	1

	Se distribuyen contenidos de otras ediciones con el mismo nombre	2
	Se distribuyen contenidos de otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	3
	Se distribuyen contenidos de otros medios del mismo grupo publicados en otras comunidades autónomas	4
<b>Relación entre las redacciones</b>		
<b>Relación mínima</b>		
D	Relación mínima con otros medios que no pertenecen al grupo	1
E	Relación mínima con otras ediciones de mismo nombre (digital, papel...)	2
F	Relación mínima con otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	3
G	Relación mínima con otros medios del mismo grupo de distinta comunidad autónoma	4
<b>Espacios separados</b>		
H	Espacios separados con otros medios que no pertenecen al grupo	1
I	Espacios separados con otras ediciones de mismo nombre (digital, papel...)	2
J	Espacios separados con otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	3
K	Espacios separados con otros medios del mismo grupo de distinta comunidad autónoma	4
<b>Espacios en común</b>		
L	Espacios en común con otros medios que no pertenecen al grupo	1
M	Espacios en común con otras ediciones de mismo nombre (digital, papel...)	2
N	Espacios en común con otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	3
O	Espacios en común con otros medios del mismo grupo de distinta comunidad autónoma	4
<b>Redacciones integradas</b>		
P	Redacciones integradas con otros medios del mismo grupo de distinta comunidad autónoma	2
Q	Redacciones integradas con otras ediciones de mismo nombre (digital, papel...)	3
R	Redacciones integradas con otros medios del mismo grupo de la misma comunidad autónoma	4

**Fuente:** Masip et al. (19) (pp.78-79)

Bajo esta asignación de puntos, la fórmula resultante es:

$$\begin{aligned}
 \text{INDICE} &= \frac{A+B+C}{30} \cdot 0,3 \\
 &+ \frac{(D+E+F+G)0,25 + (H+I+J+K)0,5 + (L+M+N+O)0,75 + (Q+R+S)}{4(N.\text{MEDIOSGRUPO} + N.\text{MEDIOSNOGRUPOCONRELACION}} \cdot 0,7
 \end{aligned}$$

Si bien, esta herramienta y fórmula han sido observadas para el presente estudio, se ha tenido que adaptar a las particularidades del sistema de medios universitarios de Ecuador, tomando en consideración los siguientes elementos:

- El índice de la convergencia de Masip et al. (19) ha sido diseñado para su aplicación a grupos de medios convencionales; el presente estudio se centra en medios universitarios con énfasis en su carácter formativo.
- El índice en referencia se aplicó a grupos, con millones de euros anuales en facturación, que oscilan entre 19 y 114 medios; nuestro estudio aborda grupos de MCU que varían entre 2 y 3

medios, y en la mayoría de los casos operan como pequeños laboratorios, con presupuestos y recursos limitados.

- Ante tal número de medios, Masip et al. (19) consideran a la territorialidad como un factor que incide en la medición de la convergencia; en este caso de estudio, los medios se ubican en el mismo campus y, en la mayoría de las ocasiones, comparten la edificación.

Las evidentes diferencias entre los grupos objeto de estudio, llevó a simplificar y adaptar nuestro instrumento de medición; por ello, del índice propuesto (19), únicamente se toman aspectos a nivel general, como las dimensiones de producción integrada, polivalencia profesional y distribución multiplataforma; la asignación de puntajes, del 1 al 4 o del 2 al 4, dependiendo del nivel de profundidad de la variable medida, es decir, a mayor convergencia más puntaje.

Respecto a los cambios implementados para este estudio, se incluye también la dimensión participación de audiencias. Otra modificación es que no se consideró el factor territorialidad. Asimismo, los indicadores de cada una de estas variables han sido adaptadas debido a dos cuestiones: los grupos de MCU bajo estudio no tienen la misma amplitud ni complejidad de relaciones que los grupos analizados por Masip et al. (19), y las características observadas en los MCU ecuatorianos demuestran que, en la mayoría de los casos, existe todavía un bajo nivel de adaptación al escenario digital y de colaboración.

Por otra parte, en la dimensión de participación de audiencias se ha tomado como referencia los tres modelos planteados por Masip y Suau (25), debido a que estos conciben tanto los tipos de herramientas, participación y relación medio-usuario; sin embargo, se ha considerado incluir un cuarto modelo más básico y acorde al contexto ecuatoriano, denominado Participación canales tradicionales, que se configura como una versión del *Catch-all*, pero a través de vías offline, como las llamadas telefónicas y mensajes de texto, de amplio uso en medios como las radios ecuatorianas.

Un elemento fundamental, debido a la particularidad de los medios de comunicación universitarios, ha sido la inclusión de la variable convergencia formativa, la cual consiste en la vinculación de las salas de redacciones de los MCU con los procesos formativos de las carreras de Periodismo y Comunicación. Para este criterio se consideró valorar su articulación con asignaturas que imparten los medios de manera separada, de forma integrada parcialmente (Tv – Online, Radio – Online, Radio – Tv, Prensa – Online, Prensa – Tv, Prensa –

Radio), y completamente integrada (tres o más medios), tal como lo aplicó Da Rocha et al. (26); asignado bajo estos tres parámetros, 2 puntos, 3 puntos y 4 puntos, respectivamente. Si bien, esta información ha sido recabada mediante el cuestionario, la misma se corroboró con las mallas curriculares de las carreras disponibles en los portales web institucionales.

Adicionalmente, los elementos aquí descritos permitieron, más allá de adaptar el índice al contexto de los MCU ecuatorianos, actualizar aspectos ampliamente relevantes y cambiantes como la participación de las audiencias o la formación periodística.

Bajo estas consideraciones, el índice de medición de la convergencia en los MCU de Ecuador se plantea de la siguiente manera:

**Tabla 2.** Índice de medición de la convergencia en los MCU de Ecuador

<b>Producción integrada</b>		<b>Pts.</b>
A	Relación mínima con el otro medio (acciones aisladas y de carácter extraordinario que establecen algún tipo de relación)	1
B	Colaboración con el otro medio de comunicación (una ayuda informal en mayor o menor frecuencia entre salas de redacción separadas)	2
C	Coordinación con el otro medio de comunicación (acciones conjuntas institucionalizadas entre salas de redacción separadas o conjuntas)	3
D	Integración física y operativa entre medios (los periodistas producen contenidos en una misma sala de redacción para todos los soportes)	4
<b>Polivalencia periodística</b>		
E	Polivalencia no planificada (el estudiante se vincula en más de un proceso del medio, aunque de manera informal)	1
F	Polivalencia temática (demanda al estudiante la capacidad de desenvolverse en varios ámbitos informativos)	2
G	Polivalencia tecnológica (el estudiante se hace cargo de todo, o buena parte, del proceso de producción)	3
H	Polivalencia mediática (el estudiante debe generar contenidos en diferentes soportes y plataformas simultáneamente)	4
<b>Distribución multiplataforma</b>		
I	Plataforma en propiedad + otra, sin tratamiento previo	1
J	Plataforma en propiedad + otra, con tratamiento previo	2
K	Plataforma en propiedad + plataforma del otro medio sin tratamiento	3
L	Plataforma en propiedad + plataforma del otro medio con tratamiento	4
<b>Participación de audiencias</b>		
M	Participación canales tradicionales (cartas, llamadas telefónicas)	1
N	Modelo <i>catch-all</i> (participación superficial a través de canales digitales)	2
O	Comunidad de usuarios (relaciones usuarios-usuarios y usuarios-medios más profundas)	3

P	Redes de colaboración (los usuarios participan en los procesos de creación de contenidos y líneas editoriales)	4
<b>Convergencia formativa</b>		
Q	Asignatura <i>unimedática</i>	2
R	Asignatura(s) integración parcial	3
S	Asignatura(s) completamente integrada(s)	4

**Fuente:** elaboración propia a partir de Masip *et al.* (2010, pp. 78-79)

La fórmula resultante para calcular el índice de la convergencia en los MCU ecuatorianos es:

$$\frac{(A+B+C+D)0.20+(E+F+G+H)0.20+(I+J+K+L)0.20+(M+N+O+P)0.20+(Q+R+S)0.20}{\text{No. DE MEDIOS DE LA MISMA UNIVERSIDAD}}$$

Donde:

(A+B+C+D): es la suma de todos los puntos obtenidos en producción integrada.

(E+F+G+H): es la suma de todos los puntos obtenidos en polivalencia periodística.

(I+J+K+L): es la suma de todos los puntos obtenidos en distribución multiplataforma.

(M+N+O+P): es la suma de todos los puntos obtenidos en participación de audiencias.

(Q+R+S): es la suma de todos los puntos obtenidos en convergencia formativa.

No. De medios de la misma universidad: es la cifra total de medios que componen el grupo de MCU.

Este proceso fue aplicado únicamente en los casos donde una misma universidad tuviera dos o más medios, en concordancia con lo desarrollado por Boczkowski y Ferris (27), y Domingo *et al.* (3), quienes tomaron como unidades de análisis los grupos de medios de comunicación correspondientes a una misma organización. Bajo este parámetro, los grupos mediáticos universitarios ecuatorianos considerados son:

- Universidad Católica de Cuenca: Telecuenca Tv, Radio Ondas Cañarís y Radio UCC.
- Universidad Católica Santiago de Guayaquil: UCSG Radio y UCSG Televisión.
- Universidad Central del Ecuador: Radio Universitaria On Line, periódico DesdelaU.
- Universidad de los Hemisferios: Hemisferios Tv, Radio Oh.
- Universidad del Norte: UTN Televisión, UTN Radio.
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí: Centro Multimedia, Radio Experimental Universitaria.

En cada uno de estos casos, se aplicó un cuestionario a los directores o coordinadores de los MCU, siendo un total de 11 participantes, ya que los medios de la Universidad Técnica del Norte y la Central del Ecuador contaban con un solo coordinador para sus dos medios.

El cuestionario posee 19 cuestiones o preguntas cerradas correspondientes a la identificación, así como con 37 abiertas organizadas temáticamente en cada una de las cuatro dimensiones de la convergencia: producción integrada, polivalencia periodística, distribución multiplataforma y participación de las audiencias; además las interrogantes centradas en la vinculación del MCU con los procesos formativos. El instrumento fue aplicado entre abril de 2017 y febrero de 2018.

Adicionalmente, se desarrolló de manera complementaria un análisis documental de las mallas curriculares de las carreras de Comunicación y Periodismo para identificar las asignaturas con las que se vinculan estos escenarios de aprendizaje. Esta revisión, se desarrolló de manera paralela a la aplicación del cuestionario, mediante una ficha de observación que permitió corroborar los niveles de convergencia de las asignaturas, siguiendo los parámetros, ya explicados, de Da Rocha *et al.* (26).

### 3. Resultados

La aplicación del índice de la convergencia en los MCU del Ecuador ha permitido identificar el avance de este proceso en los grupos mediáticos de un mismo centro educativo, a partir de cuatro dimensiones generales y una específicamente desarrollada para estos actores. En general, esta medición muestra un avance con niveles moderados, superiores al 50%, que van entre el 62.5 y el 57.5 en tres grupos; y niveles bajos, de entre el 46.25 y el 21.1, en los restantes.

**Tabla 3.** Resultados del índice de la convergencia aplicado a los grupos mediáticos universitarios del Ecuador

Universidad	Medio	Ind. Mcu	Ind. Univ.
Universidad Central	Radio universitaria online	60	62.5
	Periódico desde la U	65	
Universidad de los Hemisferios	Hemisferios tv	62.5	57.5
	Radioh	52.5	
Universidad Católica de Guayaquil	Ucsg Tv	57.5	57.5
	Ucsg Radio	57.5	
Universidad Técnica del Norte	Utv	45	46.25
	Utn Radio	47.5	
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Centro Multimedia	40	36.25
	Uleam Radio	32.5	
Universidad Católica de Cuenca	Catonline Radio	28.3	21.1
	Ondas Cañarís	21.7	
	Telecuenca	13.3	

**Fuente:** cuestionario aplicado a tutores de los MCU ecuatorianos, análisis documental. Elaboración propia.

Al abordar por separado cada una de las dimensiones, se evidencia en la tabla 3 que la polivalencia

periodística es la más convergente (74 pts.), seguida por la distribución multiplataforma (49 pts.), la producción integrada (44 pts.), vínculo con el proceso de formación convergente (42 pts.) y, finalmente, la participación de las audiencias (37 pts.).

En este punto, es necesario considerar que, algunos de los casos bajo estudio, resultan estructuras mucho más complejas, como la de los medios de la UCSG, que cuentan con programación permanente, cobertura nacional en el caso de la televisión, y de más de 2.5 millones de personas en la radio; o los medios de la Universidad Católica de Cuenca, como Telecuenca, que opera adscrito a esta institución desde 1975, o Radio Ondas Cañarís, desde 1958; por su parte, los grupos de las universidades de Los Hemisferios y Laica Eloy Alfaro de Manabí, son organizaciones más sencillas y apuntan a la función de talleres en sus unidades académicas, con una orientación mayormente pedagógica; mientras que los de la Universidad Central se adscriben a una dirección de Comunicación, en menor relación con facultades o carreras, y con una visión más alineada a la comunicación institucional y a la vinculación con la comunidad.

### **Medios Universidad Central**

En el primer caso, con un índice de 62.5 puntos, los medios de la Universidad Central del Ecuador, tienen la particularidad de operar de manera conjunta, bajo una misma unidad administrativa. Precisamente, su mayor fortaleza figura en la dimensión producción integrada, donde a más de tener las salas de redacción de contenidos para radio y el periódico en un mismo espacio, las actividades de planificación, cobertura, tratamiento y difusión de la información también se realizan de manera articulada, por lo que la integración se da tanto a nivel físico, como operacional.

La polivalencia periodística de los estudiantes que se vinculan en sus procesos, al igual que en el resto de los medios, se presenta de manera convergente a nivel tecnológico y temático, pero queda pendiente el paso a lo mediático. Es decir, mientras los estudiantes se vinculan de manera amplia en varias fases de producción y abordan diferentes temáticas, parecen estar limitados a generar sus contenidos a un solo medio, o radio o periódico. Por su parte, la distribución multiplataforma también es otra de las fortalezas de este grupo mediático, toda vez que la misma información que se recaba en las coberturas es utilizada para ambos medios, y al ser uno radial y el otro impreso, es necesario que la información sea procesada y adaptada a las particularidades del medio, situación que no se registra en otras mixturas como radio y televisión, donde el contenido se replica sin ningún tratamiento previo.

En lo que respecta a la participación de las audiencias, la situación es similar en el resto de los MCU: existe una participación a través de los canales tradicionales y el aprovechamiento de Internet para mantener contacto, principalmente, a través de redes sociales y correo electrónico, sin desarrollar otras formas que brinden una participación más profunda por parte de los usuarios. Finalmente, donde estos medios obtienen el más bajo nivel de convergencia es en su vinculación con los procesos de formación, ya que los mismos no se relacionan con la carrera de Comunicación mediante el cumplimiento de actividades pedagógicas de las asignaturas de malla curricular y lo hacen principalmente a través de prácticas preprofesionales y, en menor medida, voluntariamente.

### **Medios Universidad de Los Hemisferios**

En segundo lugar, para los medios de la Universidad de Los Hemisferios, la dimensión de producción integrada llega hasta un punto de colaboración, donde ambos escenarios se ayudan mutuamente, pero de manera informal y principalmente limitados a casos puntuales, por lo que no se evidencia un nivel de coordinación plenamente establecido. La dimensión de polivalencia periodística se mantiene sin alteraciones en comparación con el caso anterior, es decir, se acentúa el proceso en lo tecnológico y temático, sin trascender a lo mediático.

Respecto a la difusión multiplataforma, al ser ambos medios en línea, se limitan a difundir sus contenidos a través del portal web y las redes sociales de la carrera, o YouTube en el caso de la televisión, realizando una adaptación básica para su difusión en cada una de ellas y, en ciertos momentos, se generan contenidos específicos. En la participación de las audiencias, a más de las acciones por canales tradicionales y digitales, en el caso de Hemisferios TV, se registra una acción que podría encasillarse cuando los usuarios participan en los procesos de creación de contenidos y líneas editoriales, con la particularidad que esta no se da por la vía digital, sino que implica la inclusión de los actores de ciertos reportajes y contenidos periodísticos en una especie de conversatorio con los estudiantes, donde en conjunto observan sus productos, y son los mismos actores quienes les hacen las observaciones a los alumnos sobre su accionar. Si bien, desarrollar estas acciones demanda de una mayor organización y dedicación de tiempo, resultan altamente satisfactorias para todos los involucrados, según el director del medio.

Finalmente, en lo que respecta a la vinculación con los procesos de formación, estos medios tienen la facilidad de integrarse, tanto a nivel de asignaturas monomediáticas de radio y televisión, como a otras completamente integradas, a través de un Laboratorio

de Proyectos. Por lo que, en este indicador, ambos medios alcanzaron altos índices de convergencia.

### **Medios Universidad Católica Santiago de Guayaquil**

El panorama luce bastante similar para los medios de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, donde a nivel de producción integrada y polivalencia periodística, señalan características similares a la del grupo antecesor, esto es, se da la colaboración entre medios -en aspectos puntuales donde se han registrado coberturas conjuntas-, y la multifunción del estudiante -a nivel de experimentar en varios niveles de los procesos y el abordaje multitemático, sin cruzar la línea entre los medios-.

En lo concerniente a la distribución multiplataforma, cada uno de estos medios trabaja de manera independiente con sus transmisiones fuera de línea - UHF y servicios de cable en televisión, y AM en radio-, y en línea como portal web y redes sociales, en ambos casos. Adicionalmente, en ocasiones como procesos electorales o transmisiones deportivas, la señal audiovisual ha sido difundida, sin tratamiento previo, tanto en la plataforma radial como en la televisiva, por lo que ambos medios también han sido puntuados con el indicador Plataforma nativa + plataforma del otro medio sin tratamiento; sin embargo, es necesario apuntar que esta no es una práctica permanente.

En la convergencia con lo formativo, existe una relación básicamente a nivel de asignaturas monomediáticas de radio y televisión, además de convergencias parciales como Producción y realización de audiovisuales y Taller de Comunicación Multiplataforma que, según la malla, se articulan con los laboratorios de la carrera.

### **Medios Universidad Técnica del Norte**

Ya en el segundo bloque, que corresponde a los grupos que no alcanzaron al menos un 50% de los puntos del índice, los medios de la Universidad Técnica del Norte no registran mayores novedades en cuanto a las dimensiones de la convergencia. Salvo en la distribución multiplataforma -donde la radio es el único medio que replica la señal sonora del medio televisivo sin reciprocidad-, es decir, la televisión no retransmite contenidos de su par. Los modelos de participación de sus audiencias no se diferencian al de la mayoría de los MCU, limitándose a la inclusión mediante canales tradicionales y digitales como las redes sociales. Mientras que, a nivel de la convergencia educativa, ésta se realiza con una asignatura de integración parcial como Producción de Radio y Televisión 1 y 2, lo que le brinda una flexibilidad al estudiante para que pueda interactuar entre los dos medios con que cuenta la institución.

### **Medios Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí**

En los medios de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se evidencia una débil colaboración, al punto de que, desde el Centro Multimedia, paradójicamente se afirma que la relación es mínima con la radio, pese a que ambos medios se encuentran en la misma edificación de la facultad de Comunicación de este centro educativo. La polivalencia periodística, en el caso del medio radial, se limita generalmente a un solo tema, lo que tiene su origen en el hecho de que los estudiantes se vinculan a un solo programa y se centran en un ámbito específico, de acuerdo con la temática del espacio, como salud, deportes, prevención, por citar los más recurrentes.

En la distribución multiplataforma, si bien el Centro Multimedia aprovecha sus canales digitales y un espacio televisivo de 30 minutos en una televisora local, no se enriquece de los contenidos de la radio para integrarlos a sus espacios. En contraparte, la radio usa su canal digital para retransmitir su señal FM, pero también asume la difusión sonora del contenido televisivo generado por el Centro Multimedia en su señal radial, sin tratamiento previo.

Curiosamente, ambos medios aceptaron no tener espacios establecidos para la participación de las audiencias. Únicamente, en el caso de la radio, su coordinador afirma que son los programas estudiantiles los encargados de generar sus propios espacios de participación, pero no como emisora, por lo que hay cuentas -como ejemplo, Ruido Forte en Facebook-, que no podrían ser consideradas como elementos de la estación, presentándose así una seria limitación para ambos medios. Finalmente, la integración educativa se da de manera diferenciada, y es que mientras el Centro Multimedia lo hace bajo asignaturas monomediáticas - como el taller de comunicación en televisión-, y de convergencia plena -mediante aplicaciones multimedia y virtuales -, en el caso de la radio sucede específicamente a través de asignaturas unitarias relacionadas con el ámbito sonoro.

### **Medios Universidad Católica de Cuenca**

Una de las estructuras más complejas se registra en los medios de la Universidad Católica de Cuenca, en primer lugar, por ser los más numerosos y, asimismo, contar con dos medios tradicionales que poseen décadas de posicionamiento. Pero la experiencia de dichos actores no se traduce en una adaptación dinámica a fenómenos contemporáneos, como la web; al tiempo que esta institución tiene también un medio digital de orientación pedagógica, asimismo con un débil posicionamiento en el ciberespacio. En este sentido, los procesos de producción se muestran como aislados y de

carácter extraordinario en dos de los tres medios enunciados, sin llegar a establecer una colaboración constante entre estos actores. En consonancia, la polivalencia periodística se genera, una vez más, a nivel tecnológico y temático -este último, menos en un medio-, dejando pendiente el mediático.

La distribución multiplataforma también resulta otro aspecto a fortalecer, debido a que solo Ondas Cañaris difunde sus contenidos en más de una plataforma con tratamiento previo, o adicionando otros formatos como imágenes y texto. Los dos restantes medios aprovechan más de una plataforma, pero el contenido se distribuye, al momento de la consulta, sin recibir un tratamiento previo o agregar otros elementos o niveles de complejidad. La participación de los usuarios se da, como en casi todos los casos, bajo los canales tradicionales y las redes sociales, sin generar mayores innovaciones.

Por otro lado, la convergencia formativa, se evidencia únicamente en el medio de orientación pedagógica, que se articula con el desarrollo de las clases, a través de asignaturas monomediáticas como de convergencia plena. Por su parte, los otros dos medios se limitan a la receptación de estudiantes para el cumplimiento de prácticas preprofesionales, sin tener una mayor vinculación con las unidades académicas.

#### 4. Discusión

Existen algunos factores que condicionan la convergencia en los MCU; claramente, uno de ellos es la complejidad de los grupos y estructuras mediáticas, ya que no representa los mismos desafíos desarrollar estos procesos en medios con estructuras mucho más amplias y consolidadas que aquellos bajo un esquema más sencillo y en fase de configuración. De ahí que, la diversidad que se refleja en el panorama de los MCU ecuatorianos es una condicionante al momento de comparar sus características o medir cuestiones como las dimensiones convergentes, por lo que este factor debe ser considerado como uno de los limitantes del presente estudio.

Con los resultados obtenidos, se ratifica lo identificado en el contexto norteamericano, respecto a que los niveles de convergencia en los MCU se relacionan con los elementos curriculares de las unidades académicas (14). Es decir, a mayor orientación convergente del currículo, a través de asignaturas parcial y totalmente integradas, los medios con que cuente la unidad académica como laboratorios de prácticas para sus estudiantes, también deberán optar por un perfil que se articule con las actividades pedagógicas.

Paralelamente, resulta necesario profundizar en la vinculación del MCU con las asignaturas, principalmente las parcial y plenamente integradas,

toda vez que las más recurrentes en el escenario ecuatoriano son las unimediáticas. Sin embargo, en la práctica, esto no es un proceso fácil, incluso puede tornarse en una carga adicional para estudiantes y docentes (28); por lo que es necesario considerar, como advierten varios autores (29), que la convergencia requiere de una profunda planificación y trabajo con todos los actores involucrados, lo que en el ámbito académico debe evidenciarse en los meso y micro currículo de las carreras para establecer plazos, metas y mecanismos de evaluación. Por otra parte, se debe aprovechar en el proceso formativo esa función de vitrina para el trabajo estudiantil que tienen los MCU y que operan como elemento motivador para los futuros profesionales con altos niveles de satisfacción (30).

La colaboración entre MCU -que implica una ayuda informal en mayor o menor frecuencia entre salas de redacción separadas-, parece ser la tendencia que se ha marcado en las universidades ecuatorianas. Esta práctica, coincide con las reflexiones de Deuze (31), cuando plantea la necesidad de brindar una visión más pragmática a la convergencia, lo que demanda entenderla como una colaboración más o menos reticente; lo que es complementado por Kaltenbrunner (32) cuando afirma que estos procesos no necesariamente deben conducir a los medios hacia una sala de redacción o trabajo totalmente integradas. Asimismo, esta dinámica es coherente con lo identificado en talleres convergentes universitarios (17), o salas de redacción de otros medios de la región (33).

En lo que respecta a los bajos niveles de participación de audiencias identificados en los MCU ecuatorianos, la situación no parece diferir mucho de lo que ocurre en los medios convencionales de referencia, ya que otros estudios que han analizado esta dimensión, tomando como referencia los mismos modelos, identificaron niveles medios de aplicación del *Catch All* y bajos en la comunidades de usuarios y redes de colaboración (34). Sin embargo, es evidente que los MCU cuentan con los canales tecnológicos necesarios para tender lazos con las audiencias tanto internas -miembros de la comunidad universitaria-, como externas -fuera de las paredes de la institución-, como cuentas en redes sociales, páginas web, o canales en plataformas de video; nuevamente, el problema parece pasar por la falta de estrategias que consoliden como políticas del medio la inclusión de las audiencias en sus dinámicas, como lo advierten otros estudios (35). Parece estar lejos, todavía, la consolidación de figuras como los prosumidores o emirecs en torno a estos actores mediáticos, que deben tomar la batuta en lo que respecta a una verdadera comunicación participativa.

#### 5. Conclusiones

En lo que respecta a las dimensiones de la convergencia, si bien éstas se relacionan entre sí, también alcanzan diferentes niveles de profundidad, como evidencian los resultados presentados en la tabla 3. En el caso de los MCU ecuatorianos, existe una alta implementación de la polivalencia periodística (74 puntos), a través de la vinculación del estudiante con varias e, incluso, todas las fases de los procesos de producción informativa, y del desarrollo de múltiples temáticas, lo que según los directivos resulta valioso para contribuir a una formación más integral. Pese al avance de la polivalencia temática y tecnológica, se sigue trabajando para un solo medio, por lo que la polivalencia mediática queda todavía pendiente y, seguramente, se reflejará en el perfil profesional que adquieren los estudiantes en estos escenarios de aprendizaje.

En contraparte, la participación de las audiencias (37 puntos) es la que menor profundidad alcanza, por lo que el espacio para la intervención de los usuarios sigue estando limitado a prácticas tradicionales. Sin embargo, salvo una experiencia aislada y ocasional, no se evidencian estrategias innovadoras en el seno de los MCU para involucrar realmente a sus audiencias en los procesos comunicacionales, por lo que esta dimensión parece ser el mayor desafío, al que deberán hacer frente estos actores para involucrar a sus públicos externos e internos, y generar nuevas formas de interacción y participación.

Por otra parte, la producción integrada se encuentra en un punto intermedio, con lo cual, la mayoría de los medios ha optado por una colaboración más o menos constante. Sin embargo, resultaría provechoso que los MCU consideren pasar de este punto a la coordinación, lo que implica ya no solo esas ayudas informales, atadas principalmente a las necesidades circunstanciales, para establecer acciones conjuntas institucionalizadas entre sus salas de redacción y demás departamentos.

Finalmente, se considera que la adaptación del índice de la convergencia aplicado a los grupos mediáticos universitarios del Ecuador, presentado en la tabla 2, es una herramienta válida para medir este proceso dentro de los MCU, resultando particularmente novedosa la inclusión de la dimensión convergencia formativa, propia de su orientación pedagógica. Sin embargo, la lectura de los resultados obtenidos debe darse bajo la consideración de los elementos ya mencionados; toda vez que, cada institución universitaria desarrolla sus medios, según sus posibilidades y necesidades formativas e institucionales, por lo que la convergencia plena no debe ser vista, de ninguna manera, como un fin o una meta, donde necesariamente se deba llegar.

## 6.- Referencias

- [1] Jenkins H. *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación* Barcelona: Paidós; 2008.
- [2] Salaverría R, García-Avilés J, Masip P. Concepto de convergencia periodística. In López-García X, Pereira-Fariña X. *Convergencia Digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio editorial de la Universidad Santiago de Compostela; 2010. p. 41-64.
- [3] Domingo D, Salaverría R, Aguado J, Cabrera M, Edo C, Masip P, et al. Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain. In 8th International Symposium on Online Journalism (web); 2007; Austin, Texas.
- [4] Aguado J, Palomo B. Convergencia y nuevas rutinas profesionales: luces y sombras del periodista polivalente en las redacciones españolas. In López-García X PFX. *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio editorial de la Universidad Santiago de Compostela; 2010. p. 129-148.
- [5] Masip P, Ruiz-Caballero C, Suau J. Audiencias activas y discusión social en la esfera pública digital. Artículo de revisión. *El profesional de la información*. 2019; 28(2): p. e280204.
- [6] Suau J. *Citizens and online media participation. attitudes and motivations towards participatory journalism and other online practices in London and Barcelona*. Tesis Doctoral. Barcelona: Universitat Ramon Llull; 2015.
- [7] Zambrano W, Ramírez D, Barrios A. El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2019; 25(1): p. 587-607.
- [8] Rubio Á. Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2016; 22(1): p. 163-176.
- [9] Sehl A, Cornia A, Graves L, R N. Newsroom Integration as an Organizational Challenge: Approaches of European public service media from a comparative perspective. *Journalism Studies*. 2018; 20(9): p. 1238-1259.
- [10] Menke M, Kinnebrock S, Kretzschmar S, Aichberger I, Broersma M, Hummel R. Insights from a Comparative Study into Convergence Culture in European Newsrooms. *Journalism Practice*. 2019; 13(8): p. 946-950.
- [11] Menke M, Kinnebrock S, Kretzschmar S, Aichberger I, Broersma M, Hummel R. *Convergence Culture in European Newsrooms: Comparing editorial strategies for cross-media*

- news production in six countries. *Journalism Studies*. 2016; 19(6): p. 881-904.
- [12] Tameling K, Broersma M. De-converging the newsroom Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice. *International Communication Gazette*. 2013; 75(1): p. 19-34.
- [13] Li K. Convergence and de-convergence of Chinese journalistic practice in the digital age. *Journalism*. 2018; 19(9-10): p. 1380-1396.
- [14] Wotanis L, Richardson J, Zhong B. Convergence on campus A Study of Campus Media Organizations' Convergence Practices. *College Media Review*. 2016; 54(1): p. 32-45.
- [15] Smith M, Krause D. A Survey of Convergence in Missouri Higher Ed Journalism Programs. *College Media Review*. 2016; 54(1): p. 18-31.
- [16] Larrondo A, Peña S. Keeping pace with journalism training in the age of social media and convergence: How worthwhile is it to teach online skills? *Journalism*. 2018; 19(6): p. 877-891.
- [17] Trámpuz JP, Barredo D. Convergencia y actividades de aprendizaje en los talleres universitarios de periodismo: un estudio sobre el Taller Integrado de Periodismo de la Universitat Pompeu Fabra. *Revista latina de sociología*. 2018; 8(1): p. 26-38.
- [18] Rumbo P. Integrated newsroom at Universitat Pompeu Fabra: The revolution in the J-Education model? In *Shaping the future of news media. The International Conference on Integrated Journalism Education, Research and Innovation Proceedings*; 2016; Barcelona. p. 270-296.
- [19] Pere M, De La Hera T, Portilla I, Pereira-Fariña X, Domingo D. Metodología. In López-Garía X, Pereira-Fariña X. *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio editorial de la Universidad Santiago de Compostela; 2010. p. 65-93.
- [20] Trámpuz J. *Medios de comunicación universitarios en Ecuador: convergencias y rutinas periodísticas en los procesos de formación del comunicador multimedia*. Tesis doctoral. Málaga: Universidad de Málaga; 2020.
- [21] St Clair J. Doing it for real: Designing experiential journalism curricula that prepare students for the new and uncertain world of journalism work. *Coolabah*. 2015; 16(1): p. 122-142.
- [22] Gutiérrez F, Odriozola J, Domínguez J. La satisfacción de los periodistas de Ecuador, Chile y México frente a la formación universitaria y sus implicancias en el ejercicio profesional. *Revista de Comunicación*. 2017; 6(1): p. 76-96.
- [23] Mensing D, Ryfe D. Blueprint for change: From the teaching hospital to the entrepreneurial model of journalism education. *ISOJ The Official Research Journal of the International Symposium on Online Journalism*. 2013; 3(2): p. 26-44.
- [24] Maldonado J, Beltrán-Flandoli A, Ortiz-León C, Velásquez-Benavides A. Laboratorios universitarios: experimentación e innovación. Caso MediaLab UTPL. *Revista Latina de Comunicación Social*. 2019; 74: p. 1335-1343.
- [25] Pere M, Suau J. Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles. *Hipertext.net*. 2014;(12).
- [26] Da Rocha I, Tulloch C, Fernández A. La enseñanza de la convergencia de medios en las universidades españolas: mapa de la situación. In *Espacios de comunicación. IV Congreso Internacional Asociación Española de Investigación da Comunicación*; 2014; Bilbao. p. 306-317.
- [27] Boczkowski P, Ferris J. Multiple Media, Convergent Processes, and Divergent Products: Organizational Innovation in Digital Media Production at a European Firm. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2005; 597(1): p. 32-47.
- [28] Elduque A. Strengths and difficulties of convergence: the integrated reports at Universitat Pompeu Fabra. In *Shaping the future of news media. The International Conference on Integrated Journalism Education, Research and Innovation Proceedings*; 2016; Barcelona. p. 363-420.
- [29] Larrondo A, Domingo D, Erdal IJ, Masip P, Van den Bulck H. Opportunities and Limitations of Newsroom Convergence: A comparative study on European public service broadcasting organisations. *Journalism Studies*. ; p. 277-300.
- [30] Rumbo P. Integrated newsroom at Universitat Pompeu Fabra: The revolution in the J-Education model? In *Shaping the future of news media. The International Conference on Integrated Journalism Education, Research and Innovation Proceedings*; 2016; Barcelona. p. 270-296.
- [31] Deuze M. What is multimedia journalism? *Journalism studies*. 2004; 5(2): p. 139-152.
- [32] Kaltenbrunner A. There Is No Such Thing as a 'Convergence Continuum': Aiming towards the Perfect Solution. *Participations Journal of Audiences & Reception Studies*. 2013; 10(1): p. 365-370.
- [33] Quintanilla V. La convergencia de salas de redacción en Bolivia: la continuidad de la cultura impresa. *Global Media Journal México*. 2020; 17(32): p. 60-74.
- [34] Rivera Rogel D, Carrión G, J C. Aporte de los usuarios en la construcción de contenidos digitales en los principales medios de comunicación de la

Comunidad Andina. Revista Latina de  
Comunicación Social. 2016; 71: p. 1131-1150.  
[35] Azurmendi A, Llorens C, López N, Bas Portero J.  
La participación del público como valor añadido

de servicio público para la televisión de  
proximidad. Estudio de caso de La noche de., en  
ETB 2. Revista Latina de Comunicación Social.  
2015; 70: p. 490-518.