

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL COMO EMPRESARIOS DE GRADUADOS DE UTB.

*Digital Media As Utb Graduate Ventures.*

**Alejandra Teresa Campi Maldonado<sup>1</sup>**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
acampi@utb.edu.e

**Fanny Cumandá Campi Cevallos<sup>2</sup>**

Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador  
ccampi@utb.edu.ec

**Elvis Alberto Campi Maldonado<sup>3</sup>**

Instituto Superior Tecnológico Babahoyo  
ecampi@istb.edu.ec

**Fecha de recepción:** 06 de agosto de 2020 – **Fecha de aceptación:** 27 de octubre de 2020

### RESUMEN

La presente investigación fue ejecutada en diferentes sectores de la provincia de Los Ríos, a cinco licenciados en Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, con el objetivo de conocer casos relacionados con emprendimientos de medios de comunicaciones

---

<sup>1</sup>Licenciada en Publicidad y Mercadotecnia, Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Magister en Gerencia de Marketing, Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

<sup>2</sup> Doctora en Ciencias de la Educación Especialización Gerencia Educativa, Diplomado Superior en Gerencia de Marketing, Diploma Superior en Comunicación Corporativa, Magister en Docencia y Currículo, Universidad Técnica de Babahoyo, Los Ríos, Ecuador.

<sup>3</sup> Diseñador Gráfico Publicitario, Licenciado en Ciencias de la Educación Mención Sistemas Multimedia, Instituto Superior Tecnológico Babahoyo, Los Ríos, Ecuador

digitales que se estén desarrollando por graduados en esta profesión. Las técnicas utilizadas en el proceso de este estudio fueron mediante entrevista y observación directa, en donde se procedió a elaborar un formulario de 15 preguntas, mismas que fueron respondidas por los profesionales antes mencionados. En el trabajo investigativo, se evidenció que poner en funcionamiento un emprendimiento en la web 2.0, acerca de un medio periodístico no es una cuestión complicada.

Sin embargo, para mantenerlo y transformarlo en una empresa u organización de prestigio, con Buena resolución y que genere ingresos económicos implica de muchos factores, como la dedicación, constancia, persistencia y permanencia.

#### **ABSTRACT**

*The present research was carried out in different sectors of the province of Los Ríos, to five graduates in Social Communication from the Technical University of Babahoyo, with the aim of knowing cases related to digital media ventures that are being developed by graduates in this profession. The techniques used in the process of this study were through interview and direct observation, where we proceeded to develop a form of 15 questions, which were answered by the professionals mentioned above. In the investigative work, it became evident that setting up a web 2.0 venture about a journalistic medium is not a complicated matter, however, to maintain it and transform it into a prestigious company or organization, with good resolution and that generates economic income implies many factors, such as dedication, persistence and permanence.*

#### **PALABRAS CLAVE**

Emprendimientos digitales, Medios de Comunicación, Empresa.

#### **KEYWORDS**

Digital ventures, Media, Business

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador el tema sobre el emprendimiento no es nuevo y mucho menos en el ámbito digital, no obstante, en los últimos años ha pasado a ser muy relevante, especialmente a partir de que diversos agentes lo promueven como proyecto de vida, válido para generar prosperidad, desarrollo y empleo.

El presente estudio se concentra en una perspectiva positiva del problema, distanciándose de los defectos incurridos por los emprendimientos que perecieron en el intento. Por ello, se ha centralizado más en el análisis de los aciertos, que desde la comunicación, en su sentido fundamental de interacción humana, desarrollaron los emprendimientos que superaron los retos que les pudieron haber llevado a cerrar sus puertas. En este sentido, llama la atención el surgimiento de múltiples iniciativas en el sector de las tecnologías de la información y comunicación, liderados en su mayoría por las generaciones de emprendedores menores de cuarenta años.

La investigación de los emprendimientos de los graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, se desarrolló en diferentes sectores de la provincia de Los Ríos, vinculado a cinco emprendedores y creadores de medios digitales. La metodología aplicada fue, el estudio de caso que a decir de (Yin, 1981) y (Eisenhardt, 1989) recomiendan como una estrategia de investigación para campos nuevos, y cuando la información no es fácilmente observable.

Los resultados de la investigación explican de forma clara las actividades específicas de los emprendedores, y por medio de un modelo se muestran los aspectos que motivan la decisión de crear una empresa en el área digital, los factores que apoyan la creación de la organización,

y los impulsores para el crecimiento de esta.

Sociales y los medios online. Hoy estos forman parte del panorama mediático de una sociedad “en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea, diluida, convergente, transparente, flexible, liviana, conversacional, interconectada y abocada a la colaboración, participación y trivialización”. Esto implica “que las relaciones de los públicos con los medios están cambiando: crece la fragmentación y se diluye la mediación”. (Campos, 2008, pág. 2).

El advenimiento del internet en la palestra pública modificó para siempre la labor del periodismo. Por primera vez en la historia la elaboración y distribución de las noticias dejó de ser monopolio de los medios de comunicación para pertenecer a todos los ciudadanos. Es por este motivo que la disrupción tecnológica representa un punto de inflexión en el modelo de negocio que maneja la industria de la prensa escrita. (Casero, 2010).

### **Emprendimiento**

En la actualidad el término “Emprendimiento” se ha viralizado, es importante conocer que el término entrepreneur fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor y el rol que juega el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999).

El emprendimiento es un conjunto de competencia, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistemático, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficios propios y de su entorno. (Uribe & Reinoso).

Las distintas situaciones que se han presentado en la actualidad, han aumentado el caso de emprendimientos de varios tipos y campos de acción, todo esto debido a las necesidades; en la mayoría de casos, hoy en día el mundo está invadido por distintos dispositivos móviles que acompañan al ser humano en cada una de sus actividades diarias, aparatos tecnológicos a través de los cuales las personas se comunican, se divierten, trabajan, interpretan la realidad, se relacionan y lo más importante se informan. Esto ha llevado al replanteamiento de las formas de comunicación entre unos y otros, al tiempo que impone una nueva escala de valores e introduce “nuevas formas de comunicación, una economía y cultura que prioriza nuevos valores y formas de intercambio directas, segmentadas, personalizadas, colaborativas, comunitarias e interactivas”. (Campos, 2008, pág. 13).

### **Medios de Comunicación**

Según el sitio web conceptos.ec, “Un medio de comunicación es un sistema técnico utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos que brindan información o contenidos a las masas, como la televisión o la radio. (Raffino, 2020)

Al integrar esas nuevas tecnologías a los medios tradicionales, se producen modificaciones en la forma en que el mundo es percibido e interpretado por los sujetos, en especial niños y jóvenes, llevando a un cambio progresivo de mentalidad en el que el entorno tecnológico es el centro desde el cual se mira e interpreta la realidad. (Pineda, 2011).

### **Clasificación de Medios de Comunicación**

Según (Thompson, 2006), Los medios de comunicación se pueden clasificar según su alcance en, Medios de comunicación interpersonal y Medios de comunicación social o medios masivos de comunicación, este mismo autor se refiere a la división de los medios masivos como, Medios audiovisuales, Medios radiofónicos, Medios impreso, Medios digitales.

## **Medios Digitales**

Estos tipos de medios surgieron en la década de los 80, con la ayuda de las tecnologías, este tipo de medios han logrado extenderse con masividad apresurada. Gracias a la Internet, la información llega a lugares donde antes no accedía y lo mejor, de manera rápida y permanece en ella por mucho tiempo. Estos medios hacen uso de computadoras personales, celulares, tabletas y otro tipo de dispositivos móviles como su soporte base, ya que por medio de estos se hace el proceso de trasmisión de la información. Lo que se comunica, llega a segundos a millones de personas. La función que cumplen los medios digitales es de informar y entretener. Algunos medios tradicionales se han ido adaptando a la realidad digital de este siglo, por lo que es posible encontrar contenidos televisivos y radiofónicos de manera online.

## **METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de la presente investigación se ha realizada una investigación documental de tipo bibliográfica, para obtener de primera mano los principales emprendimientos relacionados al tema de estudio, del mismo modo se utilizó un enfoque cualitativo ya que lo que se busca es obtener información mediante la aplicación de entrevista y observación directa, con la ayuda de un instrumento de recolección de datos a base de 15 preguntas al grupo objeto de investigación conformado por cinco profesionales egresados de Comunicación Social de la UTB.

## **RESULTADOS**

La revisión documental de los libros de la Universidad Técnica de Babahoyo, dio como resultado cinco profesionales graduados en Comunicación Social, que han emprendido en medios digitales en la Provincia de Los Ríos mismo que se detallan en la Tabla N°1.

*Tabla 1:*

*Emprendimientos*

<b>PROFESIONAL EMPRENDEDOR</b>	<b>MEDIO DIGITAL EMPRENDIDO</b>
María Teresa Flores Montoya	El Vocero
Marlon Melo	Multinoticias.ec
Iván Sandoval Vite	Click
Max Párraga Araujo	El Portavoz
Kevin Mesa Rivera	Informativo La Unión

*Fuente:*

*Elaboración Autores*

Partiendo de la información recolectada, se encontró una serie de variables representativas en el caso y que influían directamente en la creación de la organización, les ha resultado más simple crear un medio digital, ya que lo único que necesitas es un correo y una cuenta en las redes sociales, a diferencia de la conformación de una empresa física, al igual que la mayoría de los entrevistados concluyeron que el factor económico ha sido otro factor importante al momento de pensar en emprender algo que sea acorde a su profesión.

Otro aspecto considerado es que se ajustan es en la libertad laboral; supieron expresar que hacer el papel de empleado y empleador resulta fascinante, aunque también esta característica tiene sus inconvenientes, puesto que se requiere de fuerza de voluntad para lograr los objetivos planteados como periodistas, que es el de informar, educar y entretener cuando ocurra un hecho o acontecimiento.

Por otra parte los cinco emprendedores coinciden con respecto a las características, ya que cada uno ha sido pionero de su propio medio. Todos se han mantenido constantes en su trabajo periodístico, y muestran mucha satisfacción por todo lo que han obtenido hasta el momento, debido a que sus emprendimientos digitales han tenido buena aceptación, no solo en sus cantones, sino también en sectores aledaños y provincia en general. Cabe mencionar que todos, es decir, los cinco entrevistados, han generado ingresos monetarios adicionales por medio de publicidades y propagandas.

## DISCUSIÓN

Aunque los medios tradicionales han sido parte de los medios de comunicación más utilizados, el crecimiento exponencial que han sufrido los medios digitales, han ampliado la cantidad de medios creados en las redes sociales, estos medios digitales resultan la salida más rápida a los emprendedores en la rama de la comunicación, algunos de ellos les ha costado mucho emprender y empezar a tener seguidores, la generación de contenido ha resultado un poco complicado, teniendo que solicitar la creación de material de ser necesario.

## CONCLUSIONES

El análisis del emprendimiento digital y sus antecedentes, permitió determinar las actividades que lleva a cabo el emprendedor, así como el proceso en el que interviene cada uno de estos aspectos. Se confirmó que este tipo de estudios cualitativos favorecen la búsqueda de nuevos datos en torno a los campos de investigación que no tienen límites totalmente claros.

Los resultados muestran que no se encontraron variables que puedan determinar que el profesional en la rama de Comunicación Social realiza actividades caracterizadas por la zona geográfica en donde estableció su medio de comunicación, y mucho menos con la personalidad del mismo; todo esto debido a que su emprendimiento es online y tiene la capacidad de llegar fuera de su sector.

Es importante mencionar que las actividades básicas que se desarrollan en este emprendimiento son exactamente las mismas que de un medio tradicional con la diferencia que este primero está en la web.

Los emprendedores cumplen y coinciden con muchos de los factores de emprendimientos, dado a que ellos fueron los precursores de los medios digitales y que hasta la fecha que se redactó este documento siguen siéndolo.

Es importante mencionar que las actividades básicas que se desarrollan en este emprendimiento son exactamente las mismas que de un medio tradicional con la diferencia que este primero está en la web.

## Referencias Bibliográficas

- Campos. (2008). Los medios de comunicación tradicionales. (L. d. Social, Editor) Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social 63 – 2008: <https://www.redalyc.org/html/819/81912006023/>
- Casero, R. (2010). Repositorio Digital. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/127> Eisenhardt. (1989). Construyendo teorías a partir de estudios de casos de investigación. Academy of Management, 14.
- Gurstein. (2000). Biblioteca Virtual CLACSO. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/iigg-ba/20100309103822/dt23.pdf>
- Pineda. (2011). PortalComunicacion.com. Obtenido de [http://portalcomunicacio.com/uploads/pdf/66\\_esp.pdf](http://portalcomunicacio.com/uploads/pdf/66_esp.pdf)
- Raffino, M. (20 de agosto de 2020). *concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>
- Uribe, M., & Reinoso, J. (s.f.). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogotá, Colombia.

