



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**



**ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL**

**DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN  
MEDIOS DIGITALES**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Periodismo  
Digital, presentado por:**

**Pérez Yaguare, Dignnybeth Daniela, CI.19.407.866**

**Asesorado por:**

**Cardozo Ríos, Geraldine Juliette  
Martínez Romero, Yaydik Alexandra**

**Caracas, marzo de 2018**

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL**

**DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN  
MEDIOS DIGITALES**

**Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en  
Periodismo Digital, presentado por:  
Pérez Yaguare, Dignnybeth Daniela, CI.19.407.866**

**Asesorado por:  
Cardozo Ríos, Geraldine Juliette  
Martínez Romero, Yaydik Alexandra**

**Caracas, marzo de 2018**

Señores:

**Universidad Monteávila**  
**Comité de Estudios de Postgrado**  
**Especialización en Periodismo Digital**

**Aceptación de Asesoría**

Por medio de la presente le informo que hemos revisado el borrador final del Proyecto de Trabajo Especial de Grado de (los) Ciudadano (s): **Pérez Yaguare, Dignnybeth Daniela**, titular de la Cédula de Identidad N° **19.407.866**; cuyo título tentativo es: **“Diseño de una propuesta de participación ciudadana en medios digitales”**, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los **21** días del mes de **marzo** del **2018**

Cardozo Ríos, Geraldine Juliette  
Asesor de Seminario de Trabajo Especial de Grado III

Martínez Romero, Yaydik Alexandra  
Asesor académico

## **DEDICATORIA**

A Dios, promotor de este proyecto, a él por ser la guía, el maestro y mejor asesor de todos.

A mis padres que han sido fuente de inspiración y motivación constante, esto es de ellos quienes no se cansan de ver a sus hijas cumplir sus metas.

A mi hermana Degny por impulsarme a tomar este riesgo, gracias por decirme muchas veces “es fácil” cuando realmente parecía lo contrario.

A mi hermana y ahora colega Dagnnybeth, mis logros son los tuyos, somos un gran equipo.

A todas aquellas personas que el conocimiento les impulsa a tomar grandes retos, sigan adelante, sí se puede lograr.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por llevarme de la mano en este camino que en un principio parecía difícil y hasta imposible, pero que hoy puedo ver el porqué de estar haciendo esto, a Dios siempre será la Gloria y la Honra.

A mis padres por impulsarme cada día a ser mejor persona y profesional, y a llevarme a experimentar muchas áreas del conocimiento.

A mis hermanas por su apoyo incondicional, sus ganas de luchar conmigo, sus regaños y enseñanzas, ha valido la pena.

A las profesoras Geraldine y Yaydik, por sus palabras de ánimo, en medio de complejas situaciones han despertado en mi capacidad de respuesta y el reto personal de hacer lo que parecía imposible.

A la profesora y ahora colega Lisbeth Piñeros por brindarme su colaboración. También mis agradecimientos a Milangela Balza, Pedro García Otero y Joan Cañete por su valioso tiempo y ayuda.

A todos aquellos que con su aporte hicieron posible este proyecto.

A todos ustedes muchas gracias.

*Y todo lo que hagan, de palabra o de obra, háganlo en el nombre del Señor  
Jesús, dando gracias a Dios el Padre por medio de él.*

**Colosenses 3:17**



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL  
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN  
MEDIOS DIGITALES

**Autor:** Pérez Yaguare, Dignnybeth Daniela  
**Asesores:** Cardozo Ríos, Geraldine Juliette.  
Martínez Romero, Yaydik Alexandra.

**Año: 2018**

La participación ciudadana en los medios digitales ha logrado notoriedad en los últimos años, a tal punto que fueron creados espacios exclusivamente para su aplicación. De allí surge la necesidad de comparar el uso de estos espacios en dos medios, extrayendo las mejores prácticas para construir una propuesta alternativa y mejorada que sirva para perfeccionar las ya existentes o ponerlas en marcha en otros medios. En consecuencia, la investigación inicia con una visualización sobre los mecanismos y temáticas utilizados por los medios Últimas Noticias y El Periódico de Catalunya en sus respectivos espacios de participación ciudadana, seguido de una consulta a expertos para conocer sus experiencias sobre el tema y finalmente un sondeo a los ciudadanos comunes sobre las preferencias en cuanto a temática y formas que los impulsarían a participar, todo ello enmarcado en el diseño de la propuesta. Dicho estudio pertenece al tipo de investigación y desarrollo, diseño no experimental, acompañado de los principios de la investigación de campo y un nivel descriptivo. Los métodos de recolección de datos fueron: una matriz de observación utilizada para la comparación de los medios, entrevistas semi-estructurada para la consulta de expertos y la encuesta a la ciudadanía; arrojando como principales resultados, las tendencias de participación, las cuales van destinadas hacia las denuncias, pero en medio de un país complejo, incluso los ciudadanos apuestan por temas más positivos acciones sociales que involucren a la comunidad y temas culturales; alineados a un fin informativo. De esta manera se desarrolló una propuesta que contempla un diseño interior y exterior acorde a las necesidades de los usuarios, respaldada por las observaciones de los expertos, donde concuerdan en darle mayor visibilidad al espacio. Así mismo se desarrollaron las secciones de participación y su distribución dentro del espacio web, apelando a la jerarquización de contenidos, los recursos multimedia a implementar y la estructura final en sí misma.

**Línea de Trabajo:** Sociedad de la información

**Palabras clave:** Participación ciudadana, Periodismo digital, Medios de comunicación, Propuesta, Comparación, Contenidos, Temática.

**Nomenclatura UNESCO:** (6308) Comunicaciones Sociales

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
Índice General	vii
Índice de figuras	ix
Índice de tablas	x
Lista de acrónimos y siglas	xi
Introducción	12
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>15</b>
1.1.- Planteamiento del Problema	15
1.2.- Objetivos de la investigación	24
1.2.1.- Objetivo General	24
1.2.2 Objetivos específicos	24
1.3 Justificación e importancia de la investigación	25
1.4 Alcance y Delimitación	26
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</b>	<b>28</b>
2.1. Antecedentes de la investigación	28
2.2 Bases teóricas	36
2.3 Bases legales	55
2.4 Aspectos éticos	57
<b>CAPÍTULO III. VENTANA DE MERCADO</b>	<b>60</b>
3.1 Diarios y espacios evaluados	60
3.2 Sector productivo	63
3.3 Marco filosófico	63
3.4 Producto o servicio	63
3.5 Audiencia o público consumidor	64
3.6 Contexto ético	64
<b>CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>66</b>
4.1 Tipo de investigación	66
4.2 Diseño de la investigación	66

4.2.1 Nivel de la investigación	67
4.2.2 Enfoque de la investigación	68
4.3 Población y muestra	69
4.3.1 Población	69
4.3.2 Muestra	69
4.4 Operacionalización de variables	71
4.5 Métodos e instrumentos de recolección de datos	75
4.6 Técnicas de análisis de datos	75
<b>CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS Y PROPUESTA</b>	<b>77</b>
5.1 Antecedentes	77
5.2 Aspecto conceptual	98
5.3 Aspectos tecnológicos	105
5.4 Contenido de la propuesta	106
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>114</b>
Conclusiones	114
Recomendaciones	118
Referencias bibliográficas	120
Anexos	126



## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>	
Figura 1	Secciones de participación Tu Voz	79
Figura 2	Secciones de participación Entre Todos	79
Figura 3	Ubicación y acceso al espacio Entre Todos	80
Figura 4	Ubicación y acceso al espacio Tu Voz	81
Figura 5	<i>Espacio Entre Todos, diagramación</i>	81
Figura 6	<i>Espacio Tu Voz, diagramación</i>	82
Figura 7	Instructivo de participación Entre Todos	83
Figura 8	Instructivo de participación Tu Voz	83
Figura 9	Ubicación de la participación ciudadana en la web del medio	98
Figura 10	Menú principal de la propuesta del espacio de participación ciudadana	99
Figura 11	Estructura de la propuesta del espacio de participación ciudadana	104
Figura 12	Sección principal o promocional del espacio de participación ciudadana	107
Figura 13	Temática de participación “cultural” y registro para el acceso	107
Figura 14	Sección de denuncias	108
Figura 15	Sección “En la comunidad”	108
Figura 16	Sección de opinión y escritos	109
Figura 17	Sección final o complementaria de la propuesta	110

## ÍNDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>	
Tabla 1	Contenido Generado por los usuarios ( <i>UGC</i> )	43
Tabla 2	Modalidades de interactividad en el periódico digital	49
Tabla 3	Temática o secciones de un periódico	54
Tabla 4	Operacionalización de variables objetivo específico número 1	71
Tabla 5	Operacionalización de variables objetivo específico número 2	72
Tabla 6	Operacionalización de variables objetivo específico número 3	73
Tabla 7	Operacionalización de variables objetivo específico número 4	74
Tabla 8	Análisis comparativo de los medios seleccionados	78
Tabla 9	Revisión comparativa de los medios	84
Tabla 10	Uso de los espacios de participación ciudadana	90
Tabla 11	Medio en el que ha participado	90
Tabla 12	Medio de preferencia para su participación	90
Tabla 13	Temas para la participación ciudadana	91
Tabla 14	Pertinencia en la estructura de secciones dentro del espacio de participación ciudadana	91
Tabla 15	Finalidad de la participación ciudadana	92
Tabla 16	Frecuencia de la participación ciudadana	93
Tabla 17	Recursos multimedia	93
Tabla 18	Preferencias de espacio para las publicaciones	94
Tabla 19	Ubicación del espacio de participación ciudadana	94
Tabla 20	Mecanismo de acceso	95
Tabla 21	Instructivo para la participación ciudadana	96
Tabla 22	Interactividad en las publicaciones	96

## LISTA DE ACRÓNIMOS Y SIGLAS

- CONATEL: Comisión Nacional de Telecomunicaciones
- P.: Página
- P.C: Participación ciudadana
- TIC's: Tecnologías de la información y comunicación
- *UGC*: User Generated Content o Contenido Generado por el Usuario
- ÚN: Últimas Noticias

## INTRODUCCIÓN

Desde que llegó el internet todo el aparataje tecnológico y comunicacional ha cambiado; ahora todo confluye en un solo lugar, desde las cosas más simples hasta las más complejas como los medios de comunicación han encontrado en la web su nuevo espacio; y es que principalmente los medios han tenido que adaptar sus estructuras a esta plataforma, pasando por la convergencia de medios que les permite adecuar sus formas y discursos a la web, lo que se conoce como periodismo digital.

Esta modalidad del periodismo es fruto del desarrollo de las nuevas tecnologías, ocurrida muy especialmente desde finales del siglo xx. Tras esa evolución dada en los medios, las audiencias también se fueron adaptando a nuevos recursos y formas de participación, tomando un rol activo en la difusión y distribución de contenidos.

Por ello muchos diarios hoy en día fomentan la participación ciudadana en sus portales, una práctica cada vez más generalizada que impulsa la integración de los lectores/usuarios de los medios a la vida noticiosa, y en cierta forma periodística, apelando a la democratización de la información, que se hace cada vez más común en el entorno virtual que se vive hoy en día.

En su oportunidad los periódicos tradicionales daban al lector espacios impresos para comentar mediante las cartas al director; en los diarios digitales lo puede hacer de diversas maneras, las redes sociales son una de las más conocidas, sin embargo, existen otros mecanismos.

Al considerar que los ciudadanos son demandantes de información y por lo general siempre quieren estar informados y ser protagonistas, se hace necesario evaluar las mejores prácticas de los diarios *El Periódico de Catalunya* y *Últimas Noticias* en sus secciones *Entre todos* y *Tu voz*, respectivamente, que han creado espacios

exclusivos solo a la participación ciudadana, con el fin de observar cómo funcionan y que aspectos pueden ser mejorados y aplicados como nueva estrategia en otros medios que deseen incorporar al ciudadano en este espacio comunicativo.

Es por ello que la presente investigación tiene la finalidad desarrollar una propuesta de contenido temático y forma para un espacio de participación ciudadana, apelando a la idea de indagar las preferencias y necesidades de la ciudadanía en general, pasando por los expertos en el área periodística que puedan ampliar con su experiencia la documentación del tema. Esta propuesta se crea para funcionar como una asesoría o consultoría a medios de comunicación.

Los comentarios y la participación del lector digital tienen como base el factor generacional y actitudinal. Esta relación entre el escritor y el lector, por lo tanto, ha evolucionado también gracias a los nuevos avances tecnológicos y periodísticos, es decir, los efectos del periodismo digital son evidentes en todo el mundo y aumentarán en la medida que más personas accedan a la internet y aprendan a darle un uso adecuado al consumo de información, por tanto, es indispensable conocer cómo piensan los ciudadanos y cómo los medios aplican esa información. En este sentido la presente investigación consta de seis capítulos estructurados de la siguiente manera:

**Capítulo I Planteamiento del problema:** Contiene el enunciado del problema en estudio, las interrogantes generadas por el investigador, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia, así como la viabilidad y la motivación de la investigación mediante el alcance y la delimitación de la misma.

**Capítulo II Marco Teórico:** Contempla antecedentes, es decir, aquellas investigaciones de otros autores y años que por su naturaleza se aproximan o dan líneas de acción utilizadas para el diseño de la propuesta; a su vez se muestran diversos autores y bibliografías que con sus teorías respaldan la investigación, ampliando conceptos sobre la participación ciudadana y su recorrido al mundo

digital. También en esta sección podrán encontrar aquellos aspectos legales y éticos que rigen y dan formalidad a la investigación.

**Capítulo III Ventana de mercado:** Aquí está contenida toda la información correspondiente al desarrollo de la propuesta en función a un emprendimiento. Abarca el marco filosófico, misión, visión, valores, sector productivo, audiencia y el contexto ético en el que se enmarca la propuesta; como un producto o servicio que permita brindar asesoría a otros medios.

**Capítulo IV Marco Metodológico:** Contiene el tipo de investigación aplicada al proyecto, así como el diseño implementado y el nivel de profundidad de la misma. Seguido de la población y la muestra seleccionada para llevar a cabo los métodos y técnicas de recolección de datos que fueron utilizados. Es importante destacar que en este capítulo también está incluido el cuadro de operacionalización de variables que admite las definiciones conceptuales y operacionales, así como variables e indicadores aplicados a la investigación.

**Capítulo V Análisis de datos y propuesta:** En este capítulo se muestran los resultados obtenidos una vez aplicados los instrumentos, características generales y específicos de todo lo pertinente a la participación ciudadana, lo recopilado para la propuesta y el diseño en sí mismo, antecedentes, aspectos conceptuales, tecnológicos y contenido general.

**Capítulo VI: Conclusiones y Recomendaciones:** Aquí se recopilan todos los aspectos que permiten cerrar la investigación y la propuesta diseñada, así como los aportes que el investigador ha registrado para futuros y mejores proyectos sobre la participación ciudadana y su uso.

Finalmente, el proyecto cierra con la bibliografía y anexos, que lo largo de la investigación dieron soporte y validez a la temática en cuestión.

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Con el advenimiento del internet llegó una especie de revolución tecnológica a nivel global, que con el paso de los años logró modificar los procesos de acceso, elaboración y difusión de la información; despertando la curiosidad de los usuarios, lectores y audiencia en general en la búsqueda de esa información, lo cual ocasionó que los medios de comunicación rápidamente tuvieran que adaptar sus redacciones, en un proceso conocido como convergencia digital, donde los medios tradicionales se unen en una misma plataforma (el internet), aprovechando los recursos que éste ofrece para ampliar la información en un solo espacio; impulsando de esta manera la participación e interacción de las audiencias- lectores a la hora de comunicar.

Y precisamente esa interacción o interactividad lograda gracias a la convergencia ha permitido a los medios de comunicación crear diversidad de fórmulas, mecanismos, espacios y sistemas que permitan no solo conocer las reacciones de los usuarios sino también darles “acceso” para que en cierta medida propongan temas noticiosos, o simplemente tengan un espacio dónde compartir información que para ellos es relevante e indispensable que otros conozcan. De ahí surge la llamada participación ciudadana.

Dicha participación permite que el ciudadano haga usos de su libertad de expresión como elemento fundamental dentro de la sociedad; dando a conocer sus inquietudes, quejas, reportes o denuncias a través de los medios; siempre y cuando su voz sea escuchada o mejor dicho sus palabras sean leídas.

Desde los medios tradicionales, más específicamente la prensa, se ha visto el auge de estos espacios.

Una aproximación a su inicio, son las conocidas cartas al editor o director, las solicitudes de ayuda, denuncias, y otros casos donde el ciudadano ha tenido la oportunidad de involucrarse de forma más directa en la prensa (noticias-información).

Adentrándonos un poco más a su origen, la participación ciudadana, no es tan reciente como parece. Ésta emergió en la web hace algunos años, los teóricos indican que sus primeros pasos se dieron en los *blogs* (comúnmente conocidos como bitácoras), sin embargo, más adelante con el auge de las tecnologías, las redes sociales, vinieron a cobrar fuerzas como medios masivos de información demandando y dominando la participación ciudadana.

Y aunque la tecnología ha jugado un papel muy importante en todo este hecho también es cierto que se necesita quién le de forma y contexto a dicha información; en este caso el periodista y por qué no el ciudadano, ya que el periodismo digital debe ir evolucionando y adecuándose a las nuevas necesidades sociales, por lo cual ha de proporcionar a la ciudadanía información y conocimientos que faciliten su participación e incentiven a los verdaderos profesionales a investigar casos aportados de primera mano por el ciudadano, donde ellos no han podido llegar en el momento; y más si se trata de un requerimiento en específico de una comunidad.

Entre los aportes se pueden identificar eventos que van desde lo político, explosiones de manifestaciones sociales, fenómenos naturales inclusive atentados, que han dado pie a que la población se aboque a reportear y no esperar que las grandes cabeceras de información lo hagan. Este hecho no solo ocurrió y ocurre en Venezuela, sino que en otras latitudes.

La participación ciudadana en los medios ha recorrido varios países, incluso continentes; según explica Silvia Pellegrini (2010), a nivel mundial ya existen notables experiencias que evidencian el alcance y las posibilidades de su uso. Un



ejemplo es *Watching Siria's War*, proyecto creado por *The New York Times*, galardonado con el premio a la mejor aplicación de *Crowdsourcing* o Periodismo Ciudadano en los *Online Media Awards* de Londres. (p.279).

En líneas generales *The Watching Siria's War* es una plataforma que permite el seguimiento del conflicto sirio; la fuente principal es el video en línea, el cual es compartido por ciudadanos e involucrados que han logrado documentar esta guerra; sin embargo, toda la información suministrada pasa por el ojo crítico y profesional de un editor *Liam Stack*. *The New York Times* (2014).

Otra modalidad ofertada por algunos medios, permite a un grupo de ciudadanos contribuir habitualmente, como corresponsales, aportando información sobre sus comunidades, sus áreas de trabajo o sus intereses cubriendo así aquellos contenidos donde por lo general el medio no está presente o no tiene acceso de primera mano.

Otro ejemplo que aporta Pellegrini es el del reconocido diario coreano *OhmyNews*, el primero en apelar al periodismo ciudadano. El mismo tiene ediciones en coreano, inglés y japonés, y es considerado uno de los primeros en periodismo 3.0, ubicándose como el diario web más visitado en su país. Su eje central se basa en que los propios lectores sean autores de las noticias por lo que dispone de un sistema de registro que le brinda al lector la posibilidad de enviar y leer sus publicaciones; sin embargo, las mismas pasan por una revisión y edición que complementa la información o simplemente la rechaza (p. 279).

De igual manera la cadena *CNN*, no se quedó atrás; lanzó *CNN iReport* sección de la versión online de este medio televisivo que recibe aportes ciudadanos en distintos formatos, principalmente sobre historias y vivencias que, editadas por el medio, resultan en unidades informativas sobre un mismo tópico. El País, (España) también ha acogido esta forma de comunicación; en su sección *Yo Periodista*, se

ofrece un espacio para que los ciudadanos desarrollen notas y envíen textos, fotos, videos y archivos sobre temas de los que han sido testigos (p.280).

En consecuencia, se puede decir, que estas experiencias colaborativas y participativas van desde la publicación de fotos, vivencias, participación en foros, registros de blog, comentarios en las noticias, denuncias u otros; que en algunos medios gracias a diseños más elaborados y software más sofisticados ponen a disposición del usuario un abanico de posibilidades a la hora de participar.

Sin embargo, estos espacios no son los únicos disponibles para los ciudadanos ya que las redes sociales se han convertido en verdaderos masificadores de información, por lo que tratar de mantener y captar a las audiencias en los portales web puede incluso representar un gran reto.

Aterrizando las ideas, y pasando al ámbito más formal y técnico, según el periodista, empresario y profesor Óscar Espiritusanto en su publicación para la Fundación Telefónica, “Periodismo Ciudadano, evolución positiva de la comunicación”, este fenómeno comunicacional se define como:

“La participación de los ciudadanos en el ámbito informativo y, sobre todo, en el periodístico, el cual ha recibido diferentes nombres dependiendo del momento y de los autores que han tratado de definir el fenómeno:

Periodismo público, periodismo democrático, de guerrilla, periodismo de calle, voluntario o periodismo 3.0. En estos últimos años, la nomenclatura que mejor define este fenómeno es periodismo ciudadano o participativo, el más extendido, el que profesionales y no profesionales entienden, y el que han expuesto y argumentado profesores como Dan Gillmor, al que muchos consideramos el padre del periodismo ciudadano, además de Jay Rosen o Howard Rheingold, entre otros” (Espiritusanto 2011, p.11).

Aquí se distingue entre el periodismo ciudadano, como dinámica de participación propuesta por los medios de comunicación, y el periodismo ciudadano cuya

participación corre por cuenta de los ciudadanos, independientemente de las empresas informativas, de sus canales o de sus soportes. Con respecto a la primera, es aquella en la que se enfocará la investigación.

Aunque muchos profesionales de la comunicación no avalan el término “periodismo ciudadano”, la definición de Espiritusanto (2011) permite, identificar al ciudadano no como periodista si no que en su participación ejerce una de las funciones del profesional, la de informar, lo que hace exactamente es estos espacios; donde con claridad el periodismo ha pasado por tres etapas importantes:

- . - El periodismo 1.0, donde los contenidos se dan de manera tradicional análogos al ciberespacio.
- . - Periodismo 2.0, donde se crean los contenidos para la red, basados en los tres principios del periodismo digital (la multimedialidad, hipertextualidad, e interactividad).
- . - Periodismo 3.0, el participativo, donde se vincula el contenido ofrecido por el profesional con aquel contenido que el ciudadano común pueda propiciar, que, de alguna manera sin sobrepasar los códigos éticos del periodismo, pasan a ser noticias (p. 121).

Por lo tanto, al hablar de participación, entendemos que nos referimos al periodismo 3.0, aquel que es multidireccional, que crea, crece y se conecta cada día más y mejor, gracias a las facilidades del internet.

Casos particulares como el de Venezuela nos invita a conocer los motivos por el cual la participación ciudadana en el periodismo ha cobrado fuerza. Principalmente este fenómeno se da gracias a la prominente censura de los medios de comunicación por parte de los entes reguladores nacionales, tales como la Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL.

Los ciudadanos al ver que dichos medios no emitían con claridad y postura crítica lo que ellos deseaban saber, optaron por ser ellos mismos quienes dieran la cara por las noticias, aunque fuera a su manera, lo que indudablemente tiene grandes desventajas, tales como los aspectos éticos y profesionales que solo los verdaderos comunicadores son capaces de ordenar y verificar. Sin embargo, en su intención de informar sus aportes han permitido en muchos casos llegar a la noticia de manera inmediata.

Cabe destacar que los ciudadanos no pretenden informar al medio sino a sus conciudadanos, es decir, no es atribuible a ellos el hecho mismo de ser periodistas de ahí la diferencia y aclaratoria con el término “periodismo ciudadano”.

En Venezuela aproximadamente desde los años 2008-2009 diversos medios de comunicación se han dado a la tarea de incorporar la participación ciudadana en sus espacios, gracias a las nuevas tecnologías, y a los recursos que tienen las personas a la mano para reportar, denunciar y emitir noticias.

Según el reporte 2016 de Tendencias Digitales “Penetración y uso de internet en Venezuela”, para el cierre del año 2015, su penetración se ubicó en 53% lo que equivale a 16 millones 276 mil usuarios, además su uso va desde transacciones bancarias hasta búsqueda de empleos, y entre ellos se encuentra el ítem de “leer noticias” en tercer lugar con un 82%. Lo que aumenta sin dudas las posibilidades del ciudadano en informarse no solo de lo que el medio genera de manera formal sino de lo que los conciudadanos distribuyen.

Algunas cabeceras con mayor éxito que otras han ampliado sus secciones dedicadas a la participación ciudadana, tal es el caso del diario Últimas Noticias, en cuyo espacio de participación ciudadana junto con El Periódico de Catalunya, se centra la investigación. Si bien estos espacios han venido cobrando fuerzas, es interesante conocer cuál es la propuesta informativa que manejan los ciudadanos,

es decir, cómo usan ese espacio que se les da y qué aportes pueden generar al medio; hacia dónde van dirigidos sus esfuerzos, cuáles son los temas a tratar y cómo es la interacción que esto genera.

De esta forma queda claro como cada día son más los medios que se suman a esta iniciativa. No se trata de la sustitución del periodista profesional, ni mucho menos de su labor, se trata de darle apertura a la participación ciudadana, que a su vez nutre los medios, los hace más cercanos a la población y crea fidelidad a las marcas. Es así como de alguna manera se complementa la información que el medio no maneja.

Son esas vías que el periodismo digital ha permitido (aunque anteriormente ya estaban en las versiones impresas), y todo ello se resume en interactividad.

En consecuencia, se puede decir, que la audiencia (el lector) empezó a tomar parte de la redacción de noticias a través de las facilidades del internet; de esta manera, la participación ciudadana en el periodismo, es el resultado de hacer escuchar la voz de las audiencias y hacerlos partícipes de todos los beneficios que aporta la web y los portales de los diarios.

En vista de lo anterior, surge la necesidad de diseñar una propuesta de participación ciudadana en medios digitales que llevará a la determinación de las características claves que utilizan los medios, esto mediante comparativos a los diarios El Periódico de Catalunya y Últimas Noticias con sus espacios Entre todos y Tu voz, respectivamente, además de consultas a expertos, indagación con el ciudadano lector de medios digitales y posteriormente el análisis de estos aspectos.

La intención de escogencia de estos medios radica en su alcance, el primero es de circulación nacional y el segundo internacional, esto permitirá identificar los mecanismos, herramientas y procesos de creación de noticias en los espacios de

participación ciudadana en los medios, analizarlos, compararlos e identificar los niveles de manejo, interacción y funcionabilidad de los mismos, incluso se puede decir, que al finalizar se puede llegar a realizar *benchmarking*, es decir, tomar "comparadores" a aquellos productos, servicios y procesos de trabajo que pertenezcan a organizaciones que evidencien las mejores prácticas sobre el área de interés, con el propósito de transferir el conocimiento de las mejores prácticas y su aplicación, capaz de identificar las mejores alternativas y posteriormente diseñar la propuesta.

También es importante destacar que la propuesta se presenta como una asesoría externa la cual permitirá a los medios que emplean estos espacios de participación ciudadana crear mejoras pertinentes, según lo arrojado por la investigación, a fin de darle un mejor uso a estas páginas acudiendo a los llamados e intereses que presentan los encuestados, sumándole a demás las apreciaciones de los expertos para alcanzar una propuesta optima y oportuna que sea competitiva en este nicho de mercado.

A su vez esta información ha permitido identificar cuál es la fuente informativa que se da en estos espacios, qué se publica y sobre cuáles temas; además de conocer las preferencias de los ciudadanos a la hora de participar en medios web, así como corroborar con expertos la funcionalidad y aspectos éticos de la participación ciudadana.

En consecuencia, de este planteamiento surgen una serie de interrogantes, que servirán de guía para la resolución del objetivo planteado, a la vez que permitirán compilar información valiosa para el sustento de la investigación.

- ¿Cómo están utilizando los medios digitales la participación ciudadana?
- ¿Existe algún aporte significativo de la participación ciudadana en los medios de comunicación?

- ¿Cuál es la propuesta informativa que manejan los usuarios en los espacios de participación ciudadana en ambos medios de comunicación?
- ¿Existe alguna diferencia entre los espacios de cada uno de los medios?
- ¿Cuáles son las preferencias del ciudadano para participar en estos espacios?
- ¿Puede el ciudadano aportar contenido valioso para el medio?
- ¿Cuáles son los mecanismos que el medio pone a disposición del ciudadano para lograr su participación?
- ¿Cuáles son las características de contenido y forma en la participación ciudadana en los medios de comunicación?
- ¿Se le da un buen uso a la participación ciudadana en los medios venezolanos?

En la medida que avance la investigación se podrán obtener las respuestas a cada una de las interrogantes.

## **1.2.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.2.1.- Objetivo General**

Diseñar una propuesta participación ciudadana en medios digitales para la determinación de características claves de uso.

### **1.2.2.- Objetivos Específicos**

- Analizar comparativamente los espacios de participación ciudadana en los diarios Últimas Noticias y El Periódico de Catalunya, para la identificación de particularidades que definan el éxito del espacio.
- Definir las características de la participación ciudadana en medios digitales para la especificación del tratamiento de los contenidos y mecanismos de participación.
- Conocer las preferencias de uso del ciudadano con respecto a la participación ciudadana en medios digitales, para la definición de temas y mecanismos de participación efectiva.
- Elaborar una propuesta de participación ciudadana mediante el análisis de las investigaciones desarrolladas en los objetivos anteriores.



### **1.3.- JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

La participación ciudadana en los medios tradicionales y digitales ha logrado notoriedad en los últimos años, a tal punto que fueron creado espacios para su aplicación, pasando de solo ser unas cuantas notas, a páginas o sub páginas completas llenas de piezas que los ciudadanos aportan, incluso algunos de estos escritos han llegado a ser incluidos en pautas noticiosas como fuente de primera mano.

Es así como se ha venido logrando dicha participación, dándole mayor peso a la democratización de la información que se apoyan en las nuevas tecnologías, y estas a su vez impulsan una mayor presencia ciudadana en los diarios.

Diversos son los aportes que se evidencian en cuanto a la participación ciudadana, desde sus orígenes en papel hasta su notoriedad en la convergencia digital, sin embargo, este estudio pretende analizar casos de manera individualizada, indagando en los orígenes, y la dinámica participativa que se han creado en estos medios, y llevarlos a una comparación de modelos para fortalecerlos y explorar muchas otras variables que son poco estudiadas.

Identificar y extraer lo que usan mejor los diarios o sus mejores prácticas, permitirá optimizar la participación ciudadana en los espacios web, de ahí radica el diseño de la propuesta; además de considerar las preferencias del ciudadano común, un aspecto clave para descubrir el rumbo que toman los medios y cómo se le da apertura y voz al ciudadano.

Incluso a raíz del análisis comparativo se pueden ofrecer recomendaciones para los medios, es decir, aspectos que estén beneficiando a uno y que puede de algún modo contribuir al otro.

Aunado a lo anterior, también se puede decir, que la participación ciudadana permite que las personas cumplan un rol activo en el proceso de recolección, producción, análisis y distribución de noticias e información, incluso, se pudiese estar hablando del *UGC (user generated content: contenido generado por el usuario)*; si los mismos ciudadanos pueden redactar sus propias noticias utilizando distintos soportes, de acuerdo a su necesidad o a los establecidos por el medio seleccionado, (texto, vídeo, fotografía, audio, entre otros) y ser ellos mismos los encargados de difundirlos, pueden incluso proponer temas en donde el medio pueda más adelante profundizar.

Conocer la propuesta informativa en materia de participación ciudadana también es relevante en la investigación, y es que de alguna manera los medios se ven beneficiados de estos espacios, tráfico web, mayor número de usuarios únicos, interaccionan, entre otros factores que han impulsado a los medios a invertir en mecanismos, sistemas y espacios para que los ciudadanos tengan presencia en ellos.

#### **1.4.- ALCANCE Y DELIMITACIÓN**

La investigación pretende mediante el diseño de una propuesta determinar las características claves de la participación ciudadana mostrando los mecanismos y usos de este proceso comunicacional que se da gracias a los medios que han apostado por la creación de estos espacios.

Por tanto, se pretende crear un valor agregado a la ya existente investigación sobre el periodismo ciudadano, comparando y tomando de los mejores, las mejores prácticas que pueden ser aplicadas por los medios más débiles en esta área o aquellos que desean abrir estos espacios; es una oportunidad de involucrar a las audiencias, crear mucho más tráfico web, fidelización e interacción en este mundo 2.0.

En este sentido, el alcance se estima pueda evidenciar los aspectos que fortalecen este mecanismo comunicacional para otros medios, propiciando aportes pertinentes para su fortalecimiento, a medida que la población se vuelve más y más demandante de información. Finalmente, el presente estudio tendrá su eje central en la recopilación de información fundamental de todos aquellos aspectos claves que guardan relación con la participación ciudadana y su desarrollo.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

### **2.1.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

A continuación, se presentan una serie de investigaciones, que permiten respaldar y tocar diversos puntos del trabajo planteado sobre la participación ciudadana en el periodismo.

- Cruz, J. (2016). En su trabajo “Funciones y formas de participación ciudadana en el contexto del periodismo digital y su rol en la configuración de una esfera pública 2.0”. Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla, tuvo como objetivo general investigar la relación entre participación ciudadana a través de las herramientas habilitadas por los medios digitales y la configuración de una esfera pública.

La investigación aborda el tema del desarrollo de plataformas y herramientas digitales asociadas a internet en el contexto de una multiplicidad de procesos de convergencia; lo que ha propiciado un cambio en las formas de comunicación y participación de la ciudadanía y su entorno, todo ello habilitado por el surgimiento de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TICs), lo que implica que los ciudadanos han dejado de ser usuarios pasivos y se han convertido en activos, gracias a los mecanismos que los mismos medios aportan.

Considerando lo anterior, la tesis de Cruz aporta aspectos fundamentales sobre la participación ciudadana visto desde el derecho de expresión ciudadana, a fin de fortalecer la comunicación; asimismo brinda diversas dimensiones vinculadas al ciudadano como fenómeno participativo en Internet, en particular en el contexto de los medios digitales, todo ello a través de una esfera pública, integrada por tres elementos; un ciudadano crítico y comprometido con la gestión pública de los asuntos de interés general, un sistema político abierto a las demandas y

preocupaciones de los ciudadanos y algunos medios independientes que sirven de mediadores; regido por conceptos y aspectos teóricos relevantes para la investigación.

- Rivera, D. Y Rodríguez, C. (2016). El periodismo ciudadano a través de Twitter. Caso de estudio terremoto de Ecuador del 16 de abril de 2016. Revista de comunicación 15, 2016.

El artículo hace una aproximación a lo que fue la reacción ciudadana en Twitter frente al terremoto sucedido en Ecuador el 16 de abril, como contra parte a la capacidad de respuesta que tuvieron los medios de comunicación tradicionales. La metodología utilizada consideró la revisión de las actividades de los usuarios en Twitter a través de dos herramientas: *Trendinalia* y *Twitter Reach*, durante las 24 horas posteriores al terremoto todo ello bajo un análisis cuantitativo de las publicaciones realizadas. Los primeros resultados apuntan a que la actividad de los usuarios fue clave en el proceso de producción de información; sin embargo, al tratarse de una herramienta anárquica, se evidenció que no existe una contrastación de fuentes y gran parte de la información emitida respondía a cuestiones emocionales. Por otra parte, se tomaron fragmentos de las entrevistas realizadas a catedráticos y a periodistas en medios nacionales, con el objetivo de conocer las perspectivas de profesionales sobre el tratamiento de la información en torno al terremoto. El caso pone en evidencia como las redes sociales proveen de la libertad de expresarse en distintas vías y el ciudadano no tiene la obligación de informar, el periodista sí, por ello la responsabilidad de comprobar fuentes, contrastar información y diferenciar entre esta y la opinión es una tarea que el periodista no puede esperar que desarrolle el ciudadano, sino él mismo.

Finalmente, el artículo permite dar una aproximación a la investigación sobre posibles resultados que puedan presentarse; así como la necesidad de atender

puntualmente la verificación de la información que es emitida cuando el ciudadano participa en la creación de contenido.

- Chirinos, E; Torres, L. (2015), “La participación ciudadana: un desafío para el ciberperiodismo”. Artículo del V Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación.

El documento se basa en el nacimiento y posible desarrollo de la participación ciudadana en el periodismo a mediados del siglo XX, originado gracias a las Tecnologías de la Comunicación (TIC) haciendo posible el ciberperiodismo; además expresa dicha participación como un derecho fundamental de la democracia; permitiendo a las personas comunicarse, socializar, e intervenir en los asuntos públicos de manera directa; lo que a su vez favorece la interacción entre periodistas y ciudadanos a fin de contribuir con la elaboración de contenidos periodísticos.

El artículo concluye expresando que el periodismo digital se enfrenta a grandes desafíos con la participación ciudadana porque en esta “nueva” faceta se abre la compuerta de la colaboración mediante el aporte de datos, comentarios, opiniones, intercambio de ideas, discusiones, lo cual producirá un cambio de mentalidad de los ciberperiodistas y de los cibermedios, pero no la desaparición del periodista, en tal sentido el aporte de este artículo a la investigación radica en una visión centrada de la participación ciudadana en el periodismo, en todo lo que refiere al periodismo digital, la comunidad virtual, inclusive las redes sociales todo ello englobado en lo que es la web 2.0, su concepto, y características.

- Doallo, J. (2014). El periodismo ciudadano en la prensa: el caso de 20 Minutos. Trabajo de Grado Doctoral, Universidad de Vigo. El objetivo general fue describir el uso del periodismo ciudadano en la prensa: caso 20 minutos.

Desde sus orígenes las páginas de los diarios han reservado un espacio para sus lectores, como son las cartas al director, por ejemplo. La influencia de las nuevas tecnologías ha transformado tanto a los receptores de los mensajes como a los emisores, así, los periodistas han dejado de ser meros difusores de información hacia una audiencia pasiva y ésta ha adquirido un carácter mucho más activo.

Al mismo tiempo, los lectores ganan protagonismo y, en consecuencia, aumentan las manifestaciones de periodismo ciudadano. Del estudio de los temas abordados por el lector es en la edición viguesa de 20 Minutos la mayoría se refiere a temas cotidianos relacionados con la ciudad: deficiencias en las infraestructuras, tráfico, transporte público. Son 625 llamadas del diario frente a 340 respuestas del público; lo que supone un porcentaje de incremento de un 84%. El periódico prefiere los asuntos que tienen que ver con el tráfico (multas, controles, aparcamiento, estado de las vías, accidentes) a la hora de incluir llamadas a la participación del lector, también los temas que afectan a un mayor número de personas y generan más debate incluyen más invitaciones a la participación, también destacan temas de consumo, sanidad, servicios, educación, laborales, vivienda o vandalismo; más de la mitad (55,6%) de los contenidos que proceden de aportaciones del público se incluyen en portada, donde coinciden los contenidos locales y los nacionales.

Se concluye y comprueba que el periodismo ciudadano no hará desaparecer la profesión, pero sí es posible que modifique el trabajo de la misma. Ahora, el periodista, más que nunca, podrá valorar, interpretar y seleccionar comentarios y otras aportaciones ciudadanas, a la vez que debe tener en cuenta lo que tiene interés para la audiencia y gestionar la información generada por el público.

La presente Tesis Doctoral aporta a la investigación aspectos relevantes sobre el origen y la evolución del periodismo ciudadano, así como el aporte de la tecnología en su proliferación, el ejercicio del público en este fenómeno comunicacional, y las ventajas y desventajas del mismo. También permite identificar y desglosar cómo

los medios, en este caso el *“Diario Español 20 minutos”*, ha propiciado la participación ciudadana y cómo los medios pueden ver en él un ejemplo que permita dirigirse por esa estructura, de acuerdo a las líneas editoriales que manejen; nos permite una visión concreta de este fenómeno comunicacional el cual requiere de atención y profundización.

- Barrantes, V. (2011), Periodismo interactivo y participación ciudadana: Motivaciones de los usuarios de periódicos en línea costarricenses. Universidad de Costa Rica, Quintas Jornadas de Investigación: “Bifurcaciones de la comunicación social”.

El artículo analiza el empleo de la interactividad en los medios de comunicación, el impacto del periodismo ciudadano en la profesión y los resultados de una investigación sobre el uso de las herramientas interactivas por parte de los usuarios de periódicos en línea costarricenses. La metodología de Barrantes se centró en la recopilación de información pertinente al estudio; así como la aplicación de una encuesta al azar a los visitantes de la página web de la Universidad Nacional de Costa Rica, la cual contenía preguntas de interés en las áreas a tratar. Sus conclusiones indican que estos medios siguen sin explotar todas las posibilidades de interactividad, que la herramienta del hipertexto es la que más prefieren los usuarios y la que menos utilizan los periódicos; que los usuarios muestran una gran disposición para participar con contenidos noticiosos, y que existe un grupo de la población que sí representa un segmento diferenciado, cuando se trata de utilizar las herramientas interactivas que ponen estos medios a disposición de los usuarios.

En consecuencia, el aporte de Barrantes a la investigación subyace a modo de guía e ítems necesarios en contexto para el desarrollo del trabajo propuesto, además permite ampliar el espectro en cuanto a la interactividad (usuarios/audiencias/lectores) en los medios digitales, cómo participan y se desenvuelven en ellos.



- Espiritusanto, O. Gonzalo, P. (2011). Periodismo ciudadano, evolución positiva de la comunicación. Fundación Telefónica: Editorial Ariel.

El libro presenta el trabajo de varios investigadores que han analizado el llamado periodismo ciudadano desde sus orígenes, definiéndolo como un fenómeno que ha trascendido la comunicación lineal. Así mismo identifica la función del usuario y el valor que tiene su participación para lograr así una participación más oportuna en el periodismo. También se puede observar los hitos que han marcado esta pauta, principalmente porque este tipo de periodismo nace de la censura y de la habilidad que la tecnología ha generado en la población, así como el consumo inmediato de información, sin tener que esperar que las fuentes certificadas (periodistas profesionales, portales noticiosos) marquen la pauta informativa.

La obra de Espiritusanto, marca una línea clara y directa en cuanto al fenómeno comunicacional en estudio, permite al investigador definir la tipología de la participación ciudadana e identificar cómo es o son los usuarios que hacen uso de esta forma de comunicación; además aporta datos importantes sobre los hitos históricos del periodismo ciudadano, el cual nace o presenta sus raíces en los hechos de terrorismo, o fenómenos naturales, lo que a su vez invita a los ciudadanos a participar activamente de la información. Así mismo destacan diversos ejemplos en cuanto a formato, lenguaje gráfico y alfabetización que permite definir términos y profundizar en ellos para la investigación.

- Franco, G. (2009) El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América latina. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, Universidad de Texas.

Este escrito resume un breve recorrido por varios países de América Latina, como Colombia, Venezuela, Costa Rica y otros, y la manera cómo entraron en la participación ciudadana, y cómo comenzó a cobrar importancia en los distintos medios, tanto tradicionales como digitales. El periodismo ciudadano está

incursionando con fuerza en América Latina, pero, en el contexto actual, periodistas de la región creen que el gran desafío es hacerlo al mismo ritmo de crecimiento de las redes sociales, para capitalizar su potencial. La gran pregunta que están tratando de responder es cómo hacerlo. Los problemas que tienen los sitios Web, en especial los de los medios tradicionales (léase periódicos), con el manejo de los comentarios de los usuarios plantea interrogantes importantes que no son exclusivos de América Latina, como el anonimato y la responsabilidad por el contenido generado por estos. Sin embargo, hay que reconocer que sí estamos rezagados, por lo menos en plantear el debate.

El libro permite conocer cómo ha sido la transición o convergencia digital de los medios de comunicación y el impacto de las tecnologías en ese proceso. Así mismo permite adentrarse en los orígenes de la participación ciudadana e identificar cuáles son las diferencias que éste está marcando a nivel comunicacional. Además, aporta algunos ejemplos de medios en América Latina que le han dado paso y cómo estos lo han afrontado y creando un complemento bastante interesante a la información.

- Sierra, F; Moreno, J (2007) Nuevas tecnologías de la información para la democracia participativa y la ciudadanía digital. Propuesta de Telecentros, Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación.

El capítulo hace referencia a cómo las nuevas formas mediáticas digitales han modificado y redefinido conceptualmente el sistema convencional de medios articulando nuevas formas de producción y organización de la información.

Las mutaciones que introduce la “galaxia Internet” en la nueva morfología social se manifiestan con especial intensidad en las perturbaciones e irrupciones de la actividad social que afectan a la cultura. Desde las transformaciones de la nueva ecología cultural que hoy permiten las TICs hasta las posibilidades y realidades de integración de la comunicación y democracia participativa.

Su aporte radica en algunas ideas para la promoción del uso y apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación la programación del desarrollo sociocultural de la ciudadanía. Así mismo parte del conocimiento teórico-metodológico y la evaluación de la participación como un proceso social de integración en la información, así como la planificación de redes sociales y de comunicación participación y la organización de medios comunitarios para la movilización y apropiación de las tecnologías y los medios convencionales de comunicación para los movimientos sociales.

En líneas generales los hallazgos destacados en los antecedentes antes mencionados corresponden a cuatro aspectos fundamentales

- 1.- Los medios,
- 2.- Las audiencias,
- 3.- Las preferencias y
- 4.- La evolución de la participación ciudadana.

Es decir, se aprecia como los medios o canales de difusión han potenciado y promocionado la participación activa de las audiencias a la vez que esta evolucionan no solo consumiendo información sino produciéndola esto hace que la definición de participación ciudadana cada día cobre mayor valor y sea mucho más sólida.

## 2.2.- BASES TEÓRICAS

A continuación, se recopila una serie de conceptos que sustentan la investigación, al mismo tiempo se hace referencia a diversos autores, quienes en sus escritos han registrado aspectos claves sobre la participación ciudadana que son de vital importancia para el desarrollo de este proyecto.

Para Jesús Álvarez, J; Suárez, C (2012) en su publicación “Ética de la participación ciudadana en los discursos periodísticos digitales”

La profesión periodística se enfrenta a un nuevo entorno comunicativo digital en el que los tradicionales flujos informativos, emanados desde los medios de comunicación hacia los ciudadanos de forma unidireccional, cambian debido a los nuevos canales de participación e influencia que las audiencias, activas y dinámicas en las redes, utilizan para incidir en la configuración de la opinión pública (p.375-380).

Es interesante ver como Álvarez y Suárez plantean la nueva mirada del periodismo, el cual acompañado de las TIC's ha contribuido a configurar un entorno comunicativo digital complejo, pero sobre todo dinámico. Precisamente esto hace ver que en la actualidad si bien se escucha en la red que “el contenido es el rey”, realmente quien ocupa ese lugar es el internet, de él se desprende un sinnúmero de desarrollos y mecanismos que inquietan a los usuarios a participar no solo como espectadores sino como moderadores del contenido, en este caso de las noticias y la información.

En definitiva, se trata de un nuevo tipo de ciudadanía participante donde su radio de acción es totalmente digital, gracias a la organización horizontal de producción y distribución de contenidos, que rompe con las estructuras hegemónicas de las grandes cabeceras de la comunicación e información.

El mensaje unidireccional propio de la prensa escrita, la televisión o la radio ahora se ha disipado y se ha integrado a una sola plataforma, el internet, cuando estos medios se dieron cuenta de lo rápido que avanzaba este último y que las audiencias buscaban otras fuentes, surgió la convergencia digital, lo que Díaz-Noci, J; Salaverría, R, (2010) explican de la siguiente manera:

“A medida que los cibermedios han consolidado su espacio en el seno de las empresas periodísticas, han comenzado también a coordinarse mejor con sus predecesores clásicos. Estos fenómenos de adaptación mutua entre viejos y nuevos medios se detectan en múltiples esferas, especialmente en cuatro: las tecnologías utilizadas, la reconfiguración logística de las empresas, el perfil de los periodistas y los lenguajes informativos. En todos estos ámbitos se están produciendo fenómenos análogos y simultáneos que se han identificado bajo una etiqueta común: convergencia” (p. 573).

Es decir, la convergencia consiste en una confluencia de tecnologías que se da en tres grandes aspectos, un producto, un sistema y un proceso; en este caso se puede ver cómo lo tradicional paso a lo digital, complementándose el uno al otro y creando nuevos recursos que soportan los gustos de quienes deciden seguir por ejemplo a los medios impresos y quien deciden hacerlo a través de la web.

Desde este punto de vista vemos como la web ha revolucionado la comunicación, donde los lectores/ciudadanos/usuarios tienen más posibilidades de acceso, creación y distribución de contenidos, y es ahí precisamente lo que veremos a continuación.

Según Cunill (1997) citado por Aguirre (2013), se consideran equivalentes las actividades de la participación ciudadana y la participación política. Sin embargo, cabe precisar algunas distinciones, en la que existen cuatro tipos de participaciones: social, comunitaria, política y ciudadana.

La participación política la efectúan los ciudadanos mediante instituciones formales y con instrumentos reconocidos en el sistema político, regulada en o con el Estado. En contraste, la participación ciudadana busca la interacción con el Estado en el espacio público para influir sobre él y definir las políticas públicas y, en el mejor de los casos, el reconocimiento de nuevos derechos. En este sentido, la participación política ejerce la democracia, mientras la participación ciudadana la genera y la amplía (p. 124).

Trasladando estos conceptos al área periodística, la participación ciudadana busca a través de los medios “públicos”, en este caso los medios de comunicación, expresar opinión a la vez que son partícipes de información de interés común, haciendo valer su derecho de libre expresión y lo que comúnmente es conocido como democratización de la información. Pero cómo inicia la participación ciudadana, a continuación, indagaremos sobre ello.

### **Participación ciudadana del papel a la web**

El paradigma del cual se deriva el “Periodismo Ciudadano o la Participación Ciudadana” llega gracias a la irrupción de la red de redes –Internet- y su consecuencia mediática que son los periódicos digitales. A partir del auge de los diarios *on line* y la caída de la tradicional prensa gráfica, el fenómeno de los ciudadanos/ reporteros abre una nueva forma de intercomunicación.

Sin embargo, esta participación no se da solo desde la llegada de la convergencia digital, la misma tiene un antecedente de varios años, desde aquellas líneas dedicadas a las cartas al editor, los artículos de opinión, interpelaciones al defensor del lector, participación en tertulias o programas específicos de ciudadanos que exponen públicamente sus inquietudes.

Desde el punto de vista digital, la participación ciudadana se remonta a final de la década de los noventa, momento cuando la *world wide web* comienza a desarrollarse a escala global. De ese modo la tecnología comunicacional (bidireccional) se constituyó en la herramienta más oportuna y vital para la creación e impulso de la participación ciudadana.

A propósito de lo anterior, las formas típicamente utilizadas en la web van desde comentarios inmediatos a una noticia, blogs personales a los que se accede desde la página de la cabecera, foros, redirección a las redes sociales, suscripciones u otros mecanismos; que se da principalmente en tres fases:

**1.-** Las grandes cabeceras editan sus contenidos digitalmente.

**2.-** La especificidad del soporte digital obliga a transformar los contenidos desde el estilo de redacción hasta la estructura propia del hipertexto, es decir, dispones de una caja para título con determinado número de caracteres y una caja para texto con las mismas características.

**3.-** La tercera fase, más importante, donde asistimos a un periodismo que implica diálogo y conversación, en definitiva, socialización de la información (Fuentes, p. 39).

Estas tres fases surgen como métodos o mecanismos que utilizan aquellos diarios que han abierto espacios de participación ciudadana; cabe destacar que no solo las redes sociales cuentan para ello, como se expresó anteriormente, los espacios de comentarios, blog, foros, o páginas exclusivamente para ellos también cobran valor a la hora de comunicar.

En lo que respecta a los profesionales de la información, la gran fórmula llegó cuando los medios informativos comenzaron a ofrecer espacios para la participación ciudadana dentro de sus propios sitios, es decir, los medios de comunicación digitales, ejemplo de ello son los dos casos de estudio en el diario Últimas Noticias sección Tu Voz y El Periódico de Catalunya en Entre Todos.

## **De las cartas al editor a espacios en la web**

Consecuencia de esa convergencia de medios, las redacciones tradicionales mutaron a redacciones web donde los ciudadanos participan ejerciendo su libertad de opinión.

Por ejemplo, las cartas al editor suelen escribirse en respuesta a un artículo concreto que ha aparecido en un diario o revista, las mismas, pueden utilizarse para destacar algunos aspectos de la campaña, corregir cualquier equívoco o error que el artículo contenga y reforzar los mensajes clave. Sin embargo, quienes han accedido a este mecanismo como elemento de participación deben adaptarse en gran medida al medio, su estilo, forma, contenido, entre otras cosas.

El centro de estas cartas está en que por lo general no se publican más de dos o tres días después de que un artículo haya aparecido en el diario. Las mismas eran y siguen siendo medios de expresión para los ciudadanos hambrientos de participación.

Es importante también destacar que cada medio impreso tiene su particularidad y esto se aplicará a las políticas de publicación incluso cuando se habla de participación ciudadana. En consecuencia, el propósito de una carta al editor es hacer público los puntos de vista sobre temas de preocupación o interés. La idea es que el editor de un periódico publique la carta si fuera de interés para los lectores del periódico.

Estos tipos de mecanismos que se dan para la participación ciudadana parten de un mismo fin; expresar, e informar sobre un asunto, que por lo general busca ser claro y directo. Conocido lo que es la carta al editor, también existen otros mecanismos que a lo largo de los años han acompañado a la ciudadanía.



Al hablar de la transición del papel a la web la frase convergencia digital viene a tomar una posición clara y contundente; ampliando la definición anterior de Diaz Noci, Almiron (2006) expresa que la convergencia digital tiene repercusiones sobre la profesión periodística, entre ellas las modificaciones de patrones de producción, distribución y consumo de la información; también lo que muchos podrían denominar la creación de una nueva versión de periodismo, el periodismo cívico (p.3).

Aunque el escrito tiene al menos 10 años de ser publicado, es notorio como la convergencia ha modificado- digamos- en parte la forma del periodismo, aunque su fondo sigue siendo el mismo. Y es que en el ahora denominado periodismo digital o cibermedios la convergencia como término, abarca una gran posibilidad de consultar contenido multimedia desde diferentes dispositivos gracias a la digitalización de los contenidos; proceso por el cual han pasado los medios de comunicación actualmente. Las redes, las tecnologías y los contenidos convergen, es decir, se integran, o se conectan desde cualquier dispositivo, permitiendo estar en múltiples plataformas y a través del hipertexto acceder a muchas otras; sin desconectarse del contenido principal.

Precisamente que estas múltiples plataformas han propiciado aún con mayor fuerza la participación ciudadana, bien sea desde las redes sociales, los blogs u otros, sin embargo, el medio que refuerza dicha participación propicia la integración y que cada vez más ciudadanos (lectores/audiencia) se conecten a sus contenidos desde cualquier plataforma y así poder generar la interactividad deseada y darle fuerza al medio.

Teniendo más claro el rol de la convergencia digital, y ampliando lo que Almiron expresaba sobre el periodismo cívico; Pastor (2016) define e incluso lo asocia con el **periodismo participativo** como una participación con los lectores; escuchándoles, haciéndoles hablar, creyendo que sus intereses son los intereses

de quienes deben informarlos; de hecho indica que el periodismo cívico quiere llegar más lejos cuando trata a los lectores no sólo como lectores; sino como ciudadanos y como tales procura que a través de los medios, participen más plenamente en los problemas de su comunidad para fortalecer la democracia (p. 52).

De estas definiciones también surgen otras como **Periodismo público**, también definido por Pastor (2006) como el tipo de periodismo que invita y anima a los ciudadanos del común desde los medios de comunicación en medios convencionales y en los medios digitales a expresar lo que ocurre en su entorno, a debatir ideas, proponer soluciones, incluso a ser la voz cuando el medio no está presente (p.28).

Bajo el concepto o las definiciones que a lo largo han surgido a causa de las tecnologías en materia de participación ciudadana, todas concluyen en la misma idea; “construir agendas con los ciudadanos”, respaldada por los medios que fortalezcan la presencia de los mismos en las comunidades o sectores de donde proviene la participación y así crear **contenidos colaborativos**, los cuales permiten que el lector pueda incluso llegar a marcar una pauta noticiosa y que el medio y los periodistas se aboquen a cubrirla o incluso a hacer periodismo de investigación si se llegase a dar el caso.

Con todo ello es importante mencionar que el medio por más reporteros que tenga nunca puede ser omnipresente, y hay realidades y noticias que escapan de sus manos, mas no de los ciudadanos; lo que sucede hoy en día con las redes sociales es vivo ejemplo de ello, muchas veces la noticia en caliente llega de la mano de los ciudadanos y no de los periodistas o medios; a este proceso se le ha denominado *User Generated Content* o contenido generado por el usuario.

## Contenido Generado por los usuarios (UGC)

Para Scott (2011) este término se refiere a la amplia variedad de formas de contenidos generados por la audiencia, denominado también «contenido generado por el consumidor», «contenido creado por el usuario», «periodismo ciudadano», «social media» o «medios participativos» (p. 23-36).

Estos contenidos son elaborados mediante el uso de cualquier tipo de tecnología, desde faxes y mensajes de texto hasta fotos digitales, vídeos, blogs o podcasts. Contenidos que pueden emitirse tanto en los medios de comunicación tradicionales (radios y televisiones) como en soportes alternativos (como Twitter o YouTube) y remitidas a los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, para su emisión o publicación. El mismo Scott nos proporciona una tabla de los tipos de contenidos de los que los ciudadanos participan y de qué manera lo llevan a cabo.

**Tabla 1. Contenido generado por los usuarios**

TIPO DE CGU	DESCRIPCIÓN Y USO	EJEMPLOS
Contenido informativo generado por la audiencia	Formas de CGU utilizadas en noticias, como imágenes, experiencias y nuevas historias.	Fotografías, audio y video de noticias de última hora, estudios de casos.
Comentarios de la audiencia	Expresiones de la opinión de la audiencia.	Contribuciones en la red a foros de debate o llamadas telefónicas a la radio.
Contenido cooperativo	Contenido no informativo producido mediante la colaboración entre medios y espectadores.	Cortometrajes, biografías personales.
Periodismo interactivo	Creación cooperativa de contenidos informativos.	La audiencia investiga y añade sus conocimientos y experiencias a las noticias.
Otro contenido	Otro tipo de material.	Revistas, imágenes no informativas, recomendaciones.

Fuente: Scott (2011, p. 36).

De esta forma se crea una especie de asociación entre ciudadanos y medios; lo que hoy en día se observa en o denomina “Reporteros ciudadanos” y que algunas cabeceras de información utilizan con frecuencia

En muchos de los casos estos contenidos son propuestos por las audiencias y expuestos por ellos, aunque evidentemente no se deje de lado el dedo editorial del medio a fin de adaptar la propuesta a las políticas y criterios establecidos por ellos, sin embargo, existen medios que utilizan una pregunta o un tema de debate para generar la interacción con sus lectores.

En este proceso creativo donde se encuentra el periodismo profesional y se abren canales de participación entra una definición valiosa para el periodismo digital; y es la interactividad.

Quiring y Schweiger citados por Rost (2007) definen la interactividad como:

Un proceso de comunicación interhumano por medios técnicos; en lo que se distinguen en general dos formas, acción e intercambio de significados: la del usuario con el medio o sistema interactivo, es decir, la interactividad que ofrece el medio y las habilidades del usuario para usar la tecnología y tomar decisiones que le permitan ejercer control sobre el proceso de comunicación y la humana o del usuario con el usuario interactivo cuando dos o más usuarios se comunican entre sí a través de un canal de comunicación diseñado por los creadores del contenido (p. 372).

En esta definición los autores hacen una especie de asociación entre los usuarios y el medio y las habilidades del usuario; respecto a esto la investigación pretende conocer los mecanismos que aportan los medios y cuáles serían los ideales para el usuario, a la vez que escudriña en el usuario sobre el conocimiento general en el uso de las tecnologías que le permitan hacer uso de estos espacios; aproximaciones que más adelante se podrán observar.

Por su parte Dibeau; Garrison; Outing, citados por Díaz-Noci y Salaverría en el artículo de Rost (2006) expresan con respecto a la interactividad lo siguiente:

El problema de la interactividad es que se ha convertido en un comodín útil para definir diversos conceptos e identifica tres modelos: la selectiva, que permite que el usuario interactúe con los contenidos y que se imbrica directamente con el hipertexto; la comunicativa o participativa, que posibilita la interacción entre individuos; y la productiva, en la que el lector puede aportar contenidos propios. La puesta en marcha de espacios de participación marca la última gran tendencia en la evolución del periodismo digital. Se trata de un fenómeno asociado a las innovaciones tecnológicas y de usos sociales de la Red, pero también a la tradición del periodismo cívico. Autores como Gillmor (2004) atribuyen al denominado periodismo participativo una oportunidad para reinventar el oficio, haciéndolo más transparente para superar la crisis de credibilidad de la profesión (p.190).

En este sentido, al hablar de participación ciudadana, el factor principal que actúa ahí es la interactividad, pero existen muchas formas de interacción según describen los autores arriba mencionados; uno de ellos viene dado por la participación ciudadana que contiene elementos interactivos bien sea para compartir el contenido generado vía redes sociales, correo, cantidad de visitas y lecturas, entre otros aspectos que perfeccionen la interacción y la fidelidad con el medio en sí mismo.

En esta audiencia interactiva se abre un proceso de construcción de la actualidad, según indica el mismo Rost, actualidad periodística en los medios y en general que proviene de las audiencias; de esta forma los contenidos en los medios se prolongan y pluralizan en los públicos que se apropian de esos mensajes.

La interactividad es una de las características que mejor definen al periodismo digital, es esa capacidad gradual que tiene un medio de comunicación para darle poder a sus usuarios/lectores, ofreciéndoles todas las herramientas y posibilidades de interacción, esta deriva en dos vertientes, la primera donde la interactividad es selectiva, es decir, el medio coloca a disposición el tema y los usuarios interactúan

con base esa información, manteniendo la posibilidad de elegir a qué contenidos exponerse y en qué momento. La segunda variante media en la interactividad comunicativa, la cual alude a las distintas posibilidades de expresión y comunicación que tienen los lectores con los periodistas del medio, con otros lectores a través de foros, chats, correos electrónicos entre otros (p. 195).

No obstante, los medios que se han tomado como referencia para la investigación disponen particularmente de espacios dentro de la web exclusivos para la participación ciudadana, es decir, están separados de las cajas de texto convencionales de participación, como los comentarios de una noticia o la interacción y el compartir la información en redes sociales, lo que en algunos de estos casos permite el uso de los recursos multimedia, o de la multimedialidad, entendida como el uso de códigos (textos, fotos, audios, videos, infografías, dibujos interactivos entre otros recursos) que potencian y enriquecen la participación.

Estos recursos o facilidades de la era digital permiten a los usuarios/ciudadano a explorarlos y no quedarse solo con el uso de un recurso, fomenta el carácter lúdico, creativo e inclusive periodístico, lo que impulsa que, a la hora de participar, busquen la mejor manera de hacer llegar sus opiniones y darles una mejor visualización a dichos contenidos.

### **Un periodismo interactivo, participativo e hipertextual**

Muchos medios en línea ofrecen a los usuarios varias posibilidades de interacción como ya se ha mencionado anteriormente, a esto se suma el uso de contenido multimedia y un diseño cada vez más enfocado al formato digital, con lo cual los medios pueden generar información más amplia y profunda, permitiendo que los usuarios logren mayores niveles de recordación, gracias a la combinación de diferentes recursos del diseño.

El periodismo digital ha permitido al ciudadano aflorar sus capacidades comunicativas, incluso ha llegado a darle a los usuarios las habilidades y destrezas de enlazar contenidos y de crear una conciencia investigativa de la información; gracias a la hipertextualidad, una de las características primordiales de la narración ciberperiodística.

Sahid (2010) indica respecto a la hipertextualidad, que ésta le permite al usuario tener cierta libertad para construir sus propios itinerarios de búsqueda de información, en la posibilidad de vincular nodos de información a través de hipervínculos, lo cual actúa como el antónimo a la linealidad y constituye una de las grandes diferencias con respecto a los medios tradicionales (p.219).

En este sentido, la hipertextualidad es a la participación ciudadana un recurso que le facilita al lector construir la información con mayor variedad de elementos, siempre que el medio de acuerdo a sus políticas de publicación así lo permita.

Cabe destacar que todo lo que el periodismo digital aporta no solo lo hace a los medios y a profesionales, pues hoy cada vez más ciudadanos se han dado a la tarea de informar acuñándose incluso el papel de reporteros o periodistas ciudadanos.

En lo que respecta a la etapa inicial de la Internet 2.0 los medios mostraron cierta reserva para “abrir” la participación a los usuarios y poca disposición para incorporar los principios e ideales que los medios alternativos en línea.

En otro orden de ideas, se puede decir, que la interactividad no siempre garantiza una mayor participación de los usuarios, pues en algunos casos los medios no saben cómo dirigir esos esfuerzos hacia un contenido verdaderamente relevante que propicie dicha interacción; al contrario, pecan de vacíos o extremistas.

Las características interactivas que facilitan la comunicación en dos vías de participación en la web, periodismo, convergencia resumida en un concepto la **web 2.0** definida por Gomes (2013) como:

“Un espacio donde se propicia un cambio de actitud del usuario, que deja de ser un mero lector para asumir la postura de creador de contenidos, ese cambio de postura da lugar a una cultura participativa y colaborativa, representada principalmente por las redes sociales y los cibermedios” (p.313).

La web 2.0 o web social, también está definida por otros autores como una segunda generación en la historia de los sitios web. Su denominador común es que están basados en el modelo de una comunidad de usuarios. Abarca una amplia variedad de redes sociales, blogs, wikis y servicios multimedia interconectados cuyo propósito es el intercambio ágil de información entre los usuarios y la colaboración en la producción de contenidos. Todos estos sitios utilizan la inteligencia colectiva para proporcionar servicios interactivos en la red donde el usuario tiene control para publicar sus datos y compartirlos con los demás.

Es evidente que la web ha llevado a la participación a escalas cada día más profundas; pero en cuando al periodismo esta misma web 2.0 ha permitido pasar de un periodismo pasivo a uno activo, el denominado **periodismo 3.0** expresado por autores antes mencionados como el periodismo participativo, donde se vincula el contenido ofrecido por el profesional con aquel contenido que el ciudadano común pueda propiciar, que de alguna manera sin sobrepasar los códigos éticos del periodismo, pasan a ser noticias; noticias que también gracias a las TIC están cargadas de multimedialidad.

Aunque el internet ha llegado para transformar y propiciar un entorno colaborativo o participativo, también es evidente que quien tiene el rol social de informar y verificar dicha información es o son los periodistas de profesión, de ningún modo el



ciudadano común puede atribuirse a sí mismo como un comunicador profesional; y es por ello que mucha de la participación ciudadana también está condicionada por los medios, es decir, no todo lo que el lector quiere decir, es lo que se termina publicando.

Rost (2006) muestra de una forma sencilla y resumida cómo es la interacción en el periódico digital, contenido que fácilmente puede asociarse a la participación ciudadana, pues en resumen se habla de interactividad o espacios interactivos entre ciudadanos- medios-lectores, un poco a lo que se hacía referencia en líneas anteriores, la interactividad selectiva y la comunicativa (p.203).

**Tabla 2. Modalidades de interactividad en el periódico digital**

	<b>INTERACTIVIDAD SELECTIVA</b>	<b>INTERACTIVIDAD COMUNICATIVA</b>
Interactuantes	Interacción de los individuos con los contenidos	Interacción entre personas
En qué consiste la interacción	Un individuo pregunta y el sistema responde	Hay emisores y receptores que pueden intercambiar roles
Previsibilidad de las respuestas	Número de posibilidades de respuestas limitadas	Infinitas posibilidades de respuesta
Dimensiones de la interactividad	Interacción es de Dimensión individual: no adquiere relevancia pública	La interacción es de Dimensión pública: adquiere relevancia pública
Papel del lector	El lector es un receptor (interactivo) de contenidos	El lector es receptor y productor de contenidos
Opciones interactivas	Las conexiones hipertextuales, las modalidades de personalización, los motores de búsqueda, gráficos interactivos	Foros, correos de lectores, chats, entrevistas en línea, encuestas, correo con periodistas o con la redacción

**Fuente:** Rost (2006, p. 203).

Estos renglones de interactividad, permitirán darle a la propuesta de la investigación una aproximación de cómo pudiesen utilizarse y la manera en que demás medios puedan fortalecerse en estos aspectos.

Desde el punto de vista periodístico, los medios son quienes tienen la potestad de publicar lo que los ciudadanos envían a las diversas redacciones, aunque pudiéramos hablar de libertad de expresión, siempre existe un condicionante, veamos más al respecto.

### **Libertad de participación**

Toda persona o ciudadano está en total libertad de participar en estos espacios creados por los medios, siempre que tengan unas características mínimas para hacer uso de ellas, en este caso sería el acceso a internet, de resto la libertad de expresión permite la democratización de la información; la cual se basa en la idea participación de la ciudadanía, que busca en la información criterios para formar su opinión. No obstante, este concepto de participación, que es horizontal y abierto para todos los miembros de una comunidad, entra en conflicto con otro elemento capital para un ejercicio equilibrado del derecho de información: la responsabilidad.

Los medios de comunicación son atribuidos legalmente con la función de administrar la libertad de expresión y, consecuentemente, rinden cuentas ante ella cuando sus prácticas no se adecuan a los códigos deontológicos que rigen la profesión. La responsabilidad informativa es, por tanto, vertical y atañe tanto a los propios periodistas como a las empresas en las que se insertan.

Y es que el derecho a la información, si bien su titularidad corresponde a todos los ciudadanos, recae con mayor peso en el ejercicio que del mismo se realiza desde los medios de comunicación no sólo por su mayor repercusión, sino también por ser depositarios de una confianza en un bien que debe administrar adecuadamente.

Es decir, que la principal distinción entre el periodismo profesional ejercido en los medios de comunicación tradicionales (ahora también digitales) y las prácticas informativas llevadas a cabo por la gran masa de usuarios de internet, se basa en los principios éticos compartidos por la profesión periodística como pilar institucional de la democracia en cuanto administradores de la libertad de expresión y valedores primordiales del derecho a la información de la ciudadanía.

La participación puede claramente corresponder a un derecho de libertad de expresión, pero cuando se trata de medios de comunicación y más específicamente en Venezuela los criterios de dicha libertad se ven afectados por políticas y reglamentos que contraponen el peso de la libertad, y quien sin ningún tipo de mala intención participe haciendo uso de su derecho puede verse perjudicado.

En resumidas cuentas “La gente sólo participará si el proceso participativo es ampliamente visible, si tienen certeza de que la participación no implicará una pérdida inútil de tiempo, si prevén que podrán expresar sus opiniones libremente y si perciben que, efectivamente, las autoridades políticas tendrán en cuenta su opinión” Font et al, citado por Prieto (2010, p. 6).

Ahora bien, abordados los principales componentes del periodismo digital y su vínculo directo con la investigación, también es indispensable tocar unos tópicos que resultan prácticos en el proceso del diseño de la propuesta planteada, que además corresponde al nivel de asesoría que se pueda brindar respecto al tema de la participación ciudadana. Y es que respondiendo a algunos de los objetivos del proyecto pretende en un primer punto realizar una comparación entre dos importantes diarios, uno a nivel nacional y otro internacional; a este proceso comparativo que se lleva a cabo se le denomina **Benchmarking**.

Según indica De la Rica, quien cita a Boswell (1994) en su libro “*Benchmarking para competir con ventaja*”. El *Benchmarking* se refiere al estudio comparativo en áreas o sectores de empresas competidoras con el fin de mejorar el funcionamiento de la propia organización.

Estos estudios comparativos permiten abordar ciertos requisitos claves para cubrir los objetivos planteados por organizaciones, sectores o particulares.

El uso del *Benchmarking* no es sólo un estudio comparativo de datos. Sus alcances son más extensos: apuntan al mejoramiento de la organización, de la estructura productiva o de las políticas internas para lograr ventajas competitivas.

Aun cuando la investigación no contraponen dos competidores directos, se le ha hecho propicio al investigador asociarlo de acuerdo los espacios de participación ciudadana que ambos manejan, de esta forma se pueden evaluar las mejores prácticas de estos diarios y obtener un resultado que permita levantar la propuesta de mejor calidad a la vez que se cumpla con la asesoría para aquellos medios que deseen mejorar su uso o algunos otros que deseen adentrarse en esta práctica comunicacional, que como se ha visto anteriormente recoge un sin número de beneficios a las organizaciones, dudándolos de lectores y usuarios fieles que generan mucha más interacción.

En el proceso de benchmarking se dan dos etapas según indica De la Rica

1.- Planificación, ejecución y aplicación de mejoras. Se procede a aplicar y ejecutar un plan de trabajo utilizando benchmarking para la definición de requerimientos, especificaciones y el diseño del sistema. Primero, se debe de hacer una planificación de todos los requerimientos y especificaciones que se han previsto para un sistema, sentadas las bases con las que se va a trabajar, se deben de trazar objetivos y metas para las actividades en las que han sobresalido otras empresas y tomarlas como idea principal para nuestro sistema.

2.- Luego, se tiene que realizar un estudio sistemático sobre los factores claves sobre los cuales giran dichos requerimientos y especificaciones buscando y comparando con empresas que han realizado sistemas computarizados parecidos, o en su defecto, que posean sistemas parecidos estudiando el valor que tienen y el crecimiento que éste puede ir añadiendo con el pasar del tiempo.

Finalizadas estas etapas, se realiza la comparación tomándolo como guía para el análisis contiguo del proyecto. Esta técnica de gestión comprende varias categorías

1.- *Benchmarking* Competitivo: El cual va orientado a la competencia directa y centra su acción en tecnologías, procesos y similares.

2.- *Benchmarking* Interno: precisa la comparación entre operaciones o procesos internos, centrando su atención en temas críticos.

3.- *Benchmarking* Funcional, orientado a todos los competidores directos e indirectos, ésta busca reconocer las mejores prácticas.

4.- *Benchmarking* general, enfocado en otras empresas e industrias, la cual revela mejores prácticas.

Distinguiendo de estos 4 tipos de aplicaciones al *Benchmarking*, se puede decir, que en el proyecto tendrá una aplicación el punto tres o *benchmarking* funcional, buscando las mejores prácticas de competidores directos por ser medios de comunicación (diarios) e indirectos debido a su rango de acción, uno nacional y otro internacional, lo que a su vez permitirá comparar e identificar el manejo de estos.

Es importante indicar que España es uno de los países pioneros en periodismo digital, por lo que habría de suponerse tengan las mejores prácticas en el área, sin embargo, esto podrá afirmarse o no con los análisis y aplicación de instrumentos planteados por el investigador.

Por otro lado, uno de los elementos que se deben considerar en la investigación y que además serán evaluados a nivel del *benchmarking*, estos son los **temas o**

**temáticas** abordadas por los ciudadanos. Los medios de comunicación específicamente la prensa cuenta con una variedad de secciones informativas que permiten la cobertura de variedad de noticias, existen, por ejemplo:

**Tabla 3. Temática o secciones de un periódico**

<b>Sección de cobertura</b>	<b>Contenido</b>
<b>Nacionales</b>	Representan todas aquellas noticias propias del país al que pertenece el periódico.
<b>Internacionales</b>	Son todas aquellas noticias fuera de la frontera, es decir, de otros países y el mundo en general.
<b>Política</b>	Aquellas noticias de carácter político (gobiernos).
<b>Local</b>	Como su nombre lo indica, representan las noticias acuñadas a regiones o localidades en específico.
<b>Sociedad/ sociales</b>	Recoge los hechos protagonizados por el hombre en su vida social. También recoge aquello que no tiene ninguna catalogación específica.
<b>Cultura</b>	Abarcan las noticias más destacadas en el ámbito cultural (teatro, cine, música, danza) o cualquier otra manifestación artística.
<b>Deportes</b>	Recoge información deportiva (campeonatos, torneos, mundiales, entre otros).
<b>Economía</b>	Indica los hechos que hacen referencia al mundo de la economía (bolsa, finanzas, mercado, empresas, cotización de bonos, barril de petróleo, entre otros). Su información es nacional e internacional.
<b>Opinión</b>	Tribuna abierta que incorpora diferentes opiniones sobre temas de actualidad. Desde colaboraciones periodísticas destacadas (políticos, figuras destacadas de otros campos) hasta la opinión o criterio del propio lector, lo cual, se refleja a través de las "cartas al director".
<b>Sucesos</b>	Recoge información sobre accidentes, delitos, catástrofes naturales

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

La pertinencia de la tabla número tres, permitirá identificar cuáles son las secciones o temas que prefieren los usuarios a la hora de participar y la categorización que los diarios disponen para tal fin; esto se verá reflejado en el comparativo a realizarse en los dos espacios de P. C de los medios antes mencionados.

En líneas generales los hallazgos encontrados en el marco teórico permiten identificar la evolución de la participación ciudadana y el periodismo digital en sí mismo, así como los aspectos fundamentales (multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad) y cómo estos son aplicados al área en cuestión. También se toma en cuenta la importancia de la convergencia digital para la investigación y el benchmarking como una herramienta útil para mejorar y hacer una revisión de aquellas prácticas que son consideradas efectivas y de las que son débiles transformarlas en fortalezas para que las empresas, en este caso, los medios avancen hacia las mejoras constantes que implica y supone el periodismo digital, el cual no es más que el aprovechamiento de las tecnologías para el beneficio del ciudadano.

En otro orden de ideas, y con el fin de enmarcar legalmente el proceso participativo en los medios de comunicación, se desarrollan a continuación los fundamentos o bases legales que rigen la investigación.

### **2.3.- BASES LEGALES**

En esta sección se recopilan los principales artículos o disposiciones establecidas por las Leyes y/o reglamentos que definen y sustentan la participación ciudadana en el libre ejercicio de la información y libertad de expresión que guardan relación con el periodismo.

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**

### **Capítulo III**

#### **De los Derechos Civiles**

**Artículo 57.** Toda persona tiene derecho a expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión, sin que pueda establecerse censura. Quien haga uso de este derecho asume plena responsabilidad por todo lo expresado. No se permite el anonimato, ni la propaganda de guerra, ni los mensajes discriminatorios, ni los que promuevan la intolerancia religiosa.

**Pertinencia en la investigación:** La pertinencia de este artículo vigente en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, muestra con toda claridad el derecho de los ciudadanos a la libre expresión, siendo que ella pueda ser emitida en los medios de comunicación, lo que promueve a fines de la investigación, la participación ciudadana, como un derecho y no como una opción.

## **LEY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS ELECTRÓNICOS**

### **Artículo 3**

#### **Objetivos Generales**

2.- Garantizar el respeto a la libertad de expresión e información, sin censura, dentro de los límites propios de un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia y con las responsabilidades que acarrea el ejercicio de dicha libertad, conforme con la Constitución de la República, los tratados internacionales ratificados en la República Bolivariana de Venezuela en materia de derechos humanos y la ley.



**Pertinencia en la investigación:** Es evidente que la libertad de expresión es un derecho fundamental del ciudadano y que éste a su vez puede ejercerlo a través de los medios y las formas que crea pertinente de acuerdo a la información que desea transmitir. Sin embargo, es importante mencionar que esta divulgación o participación de la ciudadanía debe respetar en primer lugar la línea editorial del medio en el que se desea difundir la información, e incluso debe adaptarse a las normativas, manuales o modificaciones- digamos- de carácter de forma y no de fondo, que los medios tengan a bien realizar, esto sin desvirtuar o censurar la información suministrada por el ciudadano.

## **2.4.- ASPECTOS ÉTICOS**

Con relación a los aspectos éticos que avalan la investigación, los mismos son recogidos en una tabla que permite su fácil comprensión y síntesis; abarcando sólo aquellas normativas que guardan estricta relación con el proyecto.

### **Código de ética periodismo venezolano**

#### **Capítulo II**

#### **El periodista con el pueblo**

**Artículo 14:** El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas.

**Artículo 19:** El periodista debe verificar las informaciones que recibe y recurrir a las fuentes idóneas que le permitan la información de manera veraz.

**Pertinencia en la investigación:** Ambos artículos evidencian el rol del periodista en defensa de la participación social sin distinciones, así como la necesidad imperiosa de verificar la información suministrada.

En este sentido se puede decir, que- aunque el medio permite la participación ciudadana, debe haber una constatación de la información a través de las fuentes necesarias, de esta manera la información no solo es avalada, sino que permite y fortalece la credibilidad de lo que se desea informar. El periodista profesional es el garante de la verdad.

Dentro del marco ético regulatorio de la investigación es pertinente citar algunos artículos de la **Ley de ejercicio del periodismo** (viernes 31 de marzo de 1995 N° 4.883 Extraordinario)

### **Capítulo I De la Profesión**

**Artículo 2:** Para el ejercicio de la profesión de periodista se requiere poseer el título de Licenciado en Periodismo, Licenciado en Comunicación Social o título equivalente, expedido en el país por una Universidad, o título revalidado legalmente; y estar inscrito en el Colegio Nacional de Periodistas (CNP) y en el Instituto de Previsión Social del Periodista (IPSP). Los ciudadanos que cumplan con los requisitos establecidos en esta disposición, serán los únicos autorizados para utilizar el título de Periodista Profesional

**Artículo 3:** Son funciones propias del periodista en el ejercicio de su profesión la búsqueda, la preparación y la redacción de noticias; la edición gráfica, la ilustración fotográfica, la realización de entrevistas periodísticas, reportajes y demás trabajos periodísticos, así como su coordinación en los medios de comunicación social impresos, radiofónicos y audiovisuales, agencias informativas, secciones u oficinas de prensa e información de empresas o instituciones públicas o privadas.

**Artículo 4:** Todos los ciudadanos nacionales o extranjeros pueden expresarse libremente a través de los medios de comunicación social, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución y las Leyes.

**Pertinencia en la investigación:** Es importante indicar que el ejercicio de la participación ciudadana no es totalmente libre, muy a pesar de los aspectos de libertad de expresión que se consideran en la constitución y otras leyes; el ciudadano común no es periodista, ya que no cuenta con los atributos descritos en estos artículos, y por ende es necesario que los profesionales de la información y comunicación, haciendo uso de su carácter informativo sean los filtro de toda información que se desee publicar.

En esta investigación es pertinente dejar claro que la propuesta conlleva una participación activa del ciudadano, pero bajo ninguna circunstancia ellos son los encargados de las publicaciones, ya que las mismas dependerán de un equipo multidisciplinario de profesionales encargados de investigar, filtrar y editar la información suministrada según sea cada caso; por tanto, no se habla de un ciudadano asumiendo el rol del periodista.

## CAPÍTULO III. VENTANA DE MERCADO

### 3.1 DIARIOS Y ESPACIOS EVALUADOS

La presente investigación centra su campo de acción, en el área de la comunicación, más directamente en la participación ciudadana en el periodismo digital, específicamente en los diarios Últimas Noticias- sección [Tu Voz](#) y El Periódico de Catalunya, espacio “[Entre Todos](#)”, uno nacional y otro internacional respectivamente. A continuación, una breve descripción de cada uno:

#### **Últimas Noticias**

Es el diario de información general con mayor desarrollo hiperlocal de Venezuela, con información utilitaria de servicios y entretenimiento.

Nace el 15 de agosto de 2009 luego de que desapareciera [www.cadenaglobal.com](http://www.cadenaglobal.com), portal de información general creado por la Cadena Capriles en el año 2000 para atender a los usuarios de la red y presentar las ediciones digitales de sus medios impresos, entre ellos Últimas Noticias.

Luego en diciembre de 2011 se rediseñó para ajustarse a las tendencias que en ese momento se imponían y a las necesidades de los usuarios. Más tarde en 2016, afrontó un nuevo reto para presentarle a su audiencia un portal con un diseño simplificado, moderno y fácil para navegar y compartir, adecuado a los dispositivos móviles (Página web diario últimas Noticias).

Últimas Noticias es una marca informativa multimedia que ofrece a sus audiencias contenidos según sus intereses y preferencias; sus temáticas ponen el acento en la información nacional y muy especialmente en el hecho local, por lo tanto, su cobertura abarca los temas políticos, económicos, sucesos, comunidad, internacionales, deportes, y entretenimiento, todas ellas en sus plataformas: web, móvil, edición impresa.

Su filosofía radica en divulgar contenidos informativos, recreativos y de utilidad, donde sea y cuando sea, para ello cuenta un equipo que apuesta a la inmediatez sin sacrificar el buen periodismo.

No sólo ofrecen noticias minuto a minuto, este medio de comunicación digital concentra sus esfuerzos en el protagonismo de sus audiencias, por ello creó el espacio Tu Voz, un sitio exclusivo para que los usuarios generen contenidos.

La estructura básica de Últimas Noticias es la siguiente:

Presidente/editor

Gerente Corporativo Legal

Gerente Corporativo de Recursos Humanos

Gerencia de Comunicaciones Corporativas

VP Comercial

VP Finanzas

VP Nuevos negocios

VP Tecnología

Director General RU/ÚN

Director Distribución

Director impresión comercial

Por su parte el medio digital, que representa la parte internacional es **El Periódico de Catalunya** un diario de información general de pago, y distribución matinal, editado en Barcelona (España) en doble versión, en catalán y en español, cuenta con corresponsales propios en las principales ciudades de todo el mundo. Fundado por Antonio Asensio Pizarro, publicó su primer ejemplar el 26 de octubre de 1978. Pertenece al Grupo Zeta y se caracteriza por el gran tratamiento gráfico y la impresión de todas sus páginas en color.

Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) y referidos al período de enero a diciembre de 2010, el promedio de tirada de El Periódico de Catalunya fue de 168.911 ejemplares y el promedio de difusión de 133.055.<sup>1</sup> En su edición digital los usuarios crecieron un 40'5% en un año 2011-2012 registrando uno de los mayores incrementos de la prensa digital en España.

La web de El Periódico de Catalunya se consolida como el diario digital líder de la prensa en Catalunya, según los últimos datos ofrecidos por *Nielsen-Netratings*. (2007). Desde septiembre del 2006, la edición dispone de dos dominios independientes para acceder a sus contenidos en lengua castellana (elperiodico.com) y catalana (elperiodico.cat), con contenidos idénticos que se actualizan permanentemente para seguir la actualidad al minuto.

El Periódico de Catalunya contempla la premisa: “El usuario es el protagonista en El Periódico”, y es que las posibilidades de interacción gracias a los espacios de participación ciudadana los ha hecho protagonistas de las informaciones y las portadas de la edición impresa.

En todos estos espacios el vídeo se ha introducido como un complemento esencial de la información de EL PERIÓDICO. El contenido audiovisual se ha consolidado como soporte informativo, complementado a las fotografías, gráficos y textos que diariamente publica la web del diario.

La escogencia de estos medios nos permitirá identificar el comportamiento a escala nacional e internacional; cómo es el comportamiento de los participantes, sus características y la forma como expresan sus contenidos; como fin para la comparación y el desarrollo de la propuesta planteada en el objetivo general de dicha investigación.

Corresponde al proyecto como una muestra de emprendimiento social, diseño de una propuesta de contenido y de participación ciudadana en medios digitales para la determinación de características claves.

### **3.2 SECTOR PRODUCTIVO**

Corresponde la actividad económica, atendiendo al tipo de proceso que se desarrolla. En este caso el sector productivo va dirigido a medios de comunicación digitales, el área específica de periodismo y participación ciudadana.

### **3.3 MARCO FILOSÓFICO**

#### **Misión**

Ser una propuesta efectiva para la asesoría de medios digitales en cuanto a la participación ciudadana a fin de recopilar mejores prácticas implementadas por los medios y llevarlas a un nuevo nivel de inicio para los medios emergentes.

#### **Visión**

Lograr ser reconocida por los medios como una excelente propuesta de asesoría a medios digitales abocado a la participación ciudadana.

#### **Valores**

Integridad,  
Transparencia,  
Calidad,  
Diferenciación,  
Imparcialidad.

### **3.4 PRODUCTO O SERVICIO**

Asesoría o consultoría externa.

### **3.5 AUDIENCIA O PÚBLICO CONSUMIDOR**

Principal: Medios de comunicación digitales (prensa).

Secundaria: Ciudadanos que hagan uso del espacio.

### **3.6 CONTEXTO ÉTICO**

En el marco de la propuesta deben contemplarse los aspectos éticos enmarcados en el Código de Ética Periodismo Venezolano.

**Artículo 1.** El periodismo es un servicio de interés colectivo y el periodista está en la obligación de ejercerlo consciente de que cumple una actividad indispensable para el desarrollo integral del individuo y la sociedad. En este sentido el desarrollo de una propuesta que busque mejorar aspectos sociales y comunicacionales claves convierte la investigación en un proyecto oportuno al desarrollo de nuevas fórmulas aplicables a los medios de comunicación.

**Artículo 3.** El periodista debe impedir la concepción, promulgación y aplicación de decisiones que de alguna manera disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión y el libre acceso a las fuentes y medios de información.

En el marco de la búsqueda de información que de alguna manera es personal gracias a los aportes de los ciudadanos, la propuesta en ningún sentido, limitará discriminará las opiniones, comentarios o cualquier tipo de participación manifestada por los ciudadanos a la hora de proceder con los instrumentos de recolección de datos.

**Artículo 14.** El periodista propiciará y estimulará el acceso a los medios de comunicación social de opiniones de los más diversos sectores, sin discriminación alguna de sexo, religión, clase social o ideologías; se preocupará fundamentalmente porque los sectores desposeídos de la población, logren la más justa y pronta reivindicación de sus peticiones y causas.



La propuesta diseñada no discrimina ningún tipo de aportes por parte de los ciudadanos; más bien pretende que los medios interesados busquen las mejores prácticas para el oportuno ajuste y revisión de los espacios de participación ciudadana; en ninguna manera se diseña la propuesta para un medio específico.

Se considerará entonces dicha propuesta con derecho de autor, definido por la Ley sobre el derecho de autor en la sección segunda como:

**Artículo 5.-** El autor de una obra del ingenio tiene por el sólo hecho de su creación un derecho sobre la obra que comprende, a su vez, los derechos de orden moral y patrimonial determinados en esta Ley.

En el marco del producto final planteado por el investigar, queda a consideración de los medios (bien sea para aplicar algún tipo de mejora a sus espacios existentes o nativos digitales que consideren crearlo desde cero) el uso o aplicación de la asesoría, entendiéndose ésta como un aporte significativo a sus productos comunicacionales.

## CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se desglosan los aspectos formales- académicos que rigen o se encargan de la estructuración metodológica de la propuesta.

### 4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación está regido por el tipo de investigación aplicada, será de **Investigación y Desarrollo**, ya que se enfoca en la búsqueda y consolidación del saber y la aplicación de los conocimientos para enriquecer lo cultural, científico y tecnológico al servicio del desarrollo integral del país. Valarino, E; Yáber, G; Cemborain, M (2010, p. 67).

A su vez este tipo de investigación permite indagar sobre las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización (investigación), para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella (desarrollo). (p. 249).

### 4.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P (2006) el presente proyecto está basado en un diseño **No experimental**, el cual se define como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, después analizarlos”, (2006, p. 205).

A su vez es aplicable el tipo de diseño transeccional descrito por Sampieri como como el proceso donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p. 208).

La investigación será realizada bajo estos criterios, donde la información recabada será analizada posteriormente; lo que a su vez permitirá al investigador nutrir el contenido con toda la información documental; sin embargo, este proyecto requiere del aporte especial atribuido a la investigación de Campo, debido al uso de instrumentos de medición.

En este sentido **La investigación De Campo** según Arias, F (2006):

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable, alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter no experimental. (pp. 31)

Para el investigar es necesario hacer uso de la investigación de campo, pues, según los objetivos planteados (específicos) es necesario recabar datos importantes directamente de los sujetos en estudio, en este caso, los medios digitales propuestos y esto a su vez sustenta el enfoque cuantitativo de la investigación.

#### **4.2.1 Nivel de la investigación**

De acuerdo a Arias (2006), "El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno y este puede ser exploratorio, descriptivo o explicativo". En función de este concepto, la presente investigación se cataloga como **Descriptiva**, ya que se enfoca en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Para Dahnke (1989) citado Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P (2006).

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objeto o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar (p. 102).

Para la presente investigación se considera el uso de este nivel descriptivo, debido al planteamiento del objetivo general el cual pretende diseñar una propuesta de contenido temático y forma de participación ciudadana en medios digitales para la determinación de las características claves, tomando como referencia los diarios Últimas Noticias y El Periódico de Catalunya. Aunado a esto la información referencial que se considera son las consultas a expertos y a los ciudadanos a fin de construir desde estas experiencias un diseño de proyecto factible.

Precisamente lo que indican los autores, parte de una descripción de características de grupo de personas o hechos, que permitirán darle forma al desarrollo final que es la propuesta de contenidos; en donde en un primer momento para el investigador, es indispensable, la documentación sobre la participación ciudadana y posteriormente la recolección y análisis de la información mediante las herramientas procedentes de la investigación de campo.

#### **4.2.2 Investigación según su enfoque**

Cualitativo: Para este enfoque el investigador recolectó datos de carácter subjetivo, establecidos según los criterios a evaluados. Los instrumentos a utilizar son las entrevistas individuales en profundidad, las entrevistas estructuradas y no estructuradas, los análisis de contenido o documentales y la observación participante.

Por otro lado, en esta investigación también se aplica la investigación cuantitativa, mediante el uso de herramientas tales como las encuestas realizadas a los ciudadanos consumidores de noticias en medios digitales. De esta forma se aplican datos numéricos, expresados a través de tablas y porcentajes que muestran la frecuencia de participación en cuanto a las preguntas realizadas.

Finalmente, la investigación cualitativa ha sido el punto de partida para el desarrollo de la propuesta, ya que permitió recopilar información ideal para estructurar los lineamientos y esquemas necesarios de indicadores a tratar, mientras que la investigación cuantitativa fue fundamental para la parte final, ya que dio el toque decisivo respecto a los números y estadísticas recogidas mediante las entrevistas realizadas, dotando la investigación de una visión más clara y precisa para el desarrollo final de la misma.

### **4.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **4.3.1 Población**

Según Tamayo y Tamayo, (1994), "la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (p.114). Es decir, la población es el conjunto de personas con características comunes, que servirán para un estudio determinado. A su vez la población se divide en dos, la población finita y la infinita.

"Por finita entendemos la población que posee un tamaño formulado o limitado, es decir, hay un número entero (N) que nos indica cuántos elementos existen en la población, mientras que la infinita es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable. María B. Spagni (2005 p.195).

Para esta investigación se ha determinado trabajar con la población infinita, para ello se requiere establecer la muestra con la cual se va a abordar.

#### **4.3.2 Muestra**

También para Hernández, R; Fernández, C y Baptista, P (2006), la muestra en el proceso cualitativo, corresponde a un grupo de personas, eventos, sucesos o

comunidades sobre el cual se harán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (p562).

En este sentido el investigador ha propuesto un muestreo opinático o intencional, entendido como el procedimiento de selección de los elementos muestrales que se realiza según el criterio del investigador, es decir, el autor toma la decisión de establecer los parámetros, condiciones o cualquier otro tipo de características que sean representativos para su investigación, lo que indica que este tipo de muestra es subjetiva e incluso puede no ser representativa de la población.

Es importante indicar que, por tratarse de una lógica de subjetividad, el proceso de muestreo opinático o intencional proporciona ejemplares más representativos cuanto menor sea el tamaño de las muestras a obtener, la cual será plenamente definida por el investigador posteriormente.

#### 4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 4. Operacionalización de variables objetivo específico número 1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	FUENTE
(1) Analizar comparativamente los espacios de participación ciudadana en los diarios Últimas Noticias y El Periódico de Catalunya, para la identificación de particularidades que definen el éxito del espacio.	Espacios de participación ciudadana en los diarios	Definido como las vías que se abren en el Ciberperiodismo, las cuales permiten integrar al ciudadano/lectores/usuarios a la redacción de mensajes o informaciones que pueden ser valiosas para una comunidad en particular.	Son los espacios visibles y definidos dentro de los medios, destinado a la participación ciudadana, por ejemplo: los espacios "Tu voz" de Últimas Noticias, y "Entre todos" de El Periódico de Catalunya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Medio seleccionado</li> <li>-Frecuencia de publicación,</li> <li>-Uso de recursos multimedia,</li> <li>-Libertad de escritura,</li> <li>-Notoriedad del espacio,</li> <li>-Interacción con otros usuarios.</li> <li>-Diseño del espacio</li> <li>-Atributos físicos del espacio</li> </ul>	Matriz de comparación	- Últimas Noticias espacio Tu Voz,
	Particularidades que definen el éxito del espacio.	Son aquellas características que emplean los diarios mencionados que permiten la plena autonomía de participación en el ámbito ciberperiodístico en razón de la existencia de determinadas herramientas y aspectos claves en cuanto a contenido y forma que apuntan al éxito del espacio	Corresponde a los canales y las formas en cuanto a estructuras que el medio pone a disposición de los ciudadanos para su participación, es decir, recursos tecnológicos desde el cibermedios, desde la ciberaudiencia y/o desde el cibermedios y la ciberaudiencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Temática abordada</li> <li>- Política</li> <li>-Economía</li> <li>-Internacionales</li> <li>-Cultura</li> <li>-Comunidad</li> <li>-Mecanismos de participación</li> <li>- Registro</li> <li>- Formularios</li> <li>- Suscripciones</li> <li>- Plantillas prediseñadas</li> <li>- Vaciado de información únicamente</li> <li>-Ubicación del espacio en la página</li> </ul>		- El Periódico de Catalunya espacio Entre Todos.

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 5. Operacionalización de variables objetivo específico número 2**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	FUENTE
(2) Definir las características de la participación ciudadana en medios digitales para la especificación del tratamiento de los contenidos y mecanismos de participación.	Características de la participación ciudadana en los medios.	Corresponde a el cómo se produce la participación ciudadana en los medios digitales, cuáles son los elementos que destacan y prescriben la participación. Tiene que ver con las herramientas necesarias que el ciudadano debe tener a la hora de participar (capacidad, destrezas para elaborar un texto y comunicar y un medio digital).	Son todas aquellas cualidades o elementos que destacan en la participación ciudadana.	<ul style="list-style-type: none"> <li>.-Efectividad de la participación ciudadana,</li> <li>.-Aportes de la participación ciudadana (trafico web, fidelización, ganancia de</li> <li>.-Debilidades y fortalezas de la participación ciudadana</li> <li>.-Evolución de la p.c</li> <li>.-Temas preferidos,</li> <li>.-Alcance de la participación,</li> <li>.- Mecanismos de verificación de la información.</li> </ul>	Consulta de expertos-entrevista semi estructurada	Expertos en el área de periodismo/ periodismo digital
	Tratamiento de contenidos y mecanismos de participación	Hace referencia a la forma en que se maneja la información suministrada por el usuario al medio; así como los mecanismos con que los usuarios pueden participar, es decir, herramientas de bajo coste y fácil uso, la edición en colaboración mediante plataformas de contacto virtual directo como chats, foros o redes funciones y formas de participación ciudadana en el contexto del periodismo digital. Cruz (2016)	Son todas aquellas herramientas establecidas por los medios que permiten tratar los contenidos publicados por los usuarios, así como las formas u opciones que el medio les permite para participar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>.- Mecanismos de verificación de la información.</li> <li>.-Softwares,</li> <li>.-Formularios,</li> <li>.-Páginas,</li> <li>.-Cuadros de texto,</li> <li>.-Plantillas,</li> <li>.-Preguntas abiertas,</li> <li>.-Temas de debate,</li> <li>.-Reporte ciudadano.</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia (2018).



**Tabla 6. Operacionalización de variables objetivo específico número 3**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	FUENTE
(3) Conocer las preferencias de usos del ciudadano, que los impulsa a hacer uso de la participación ciudadana en los medios digitales, para la definición de temas y mecanismos de participación efectiva	Preferencias de uso	Son todos aquellos o elementos que el ciudadano toma como prioritarios o de su agrado a la hora de hacer uso de la participación ciudadana en los medios digitales.	Están determinados por las características notorias de las cuales hace uso el ciudadano para participar en los medios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>.-Temas abordados (política, economía, social, cultura, internacional, comunidad),</li> <li>.-Frecuencia de publicación,</li> <li>.-Uso final de la participación</li> <li>.-Uso de recursos multimedia,</li> <li>.-Libertad de escritura,</li> <li>.-Expresar opiniones,</li> <li>.-Fidelidad al medio,</li> <li>.-Escogencia del medio a participar</li> </ul>	Encuesta	Hombres y mujeres, de entre 18- 50 años, lectores de medios digitales, localizados en la ciudad de Caracas.
	Temas y mecanismos de participación efectiva	Corresponde al tema o gran variedad de temas predilectos que caracterizan la participación de los ciudadanos, tiene que ver con contenido y forma en que se da y su mejor uso.	Se identifica como la temática predilecta de los ciudadanos (economía, salud, comunidad, política, social, cultural, entre otros. Mientras que los mecanismos es la forma en que esa participación se produce, cómo son esos espacios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>.-Temas (política, economía, social, cultura, internacional, comunidad),</li> <li>.-Softwares,</li> <li>.-Formularios,</li> <li>.-Páginas,</li> <li>.-Cuadros de texto,</li> <li>.-Plantillas,</li> <li>alcance de la</li> <li>.-Tutoriales para la participación efectiva</li> <li>.-Guía informativa para la participación efectiva,</li> <li>.-Correcciones por parte del medio.</li> <li>.-Uso de recursos multimedia</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 7. Operacionalización de variables objetivo específico número 4**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	FUENTE
(4) Elaborar la propuesta de contenidos y formas de participación ciudadana mediante el análisis de los estudios previos.	Propuesta de contenidos	Proyecto o idea que se presenta a una persona para que lo acepte y dé su conformidad para realizarlo. El contenido también es la información que presenta una obra o publicación.	Identifica el material final, el cual es el resultado de todo el proceso de investigación y diseño del investigador.	Características, contenidos, mecanismos de participación ciudadana	Análisis de resultados- Diseño de la propuesta	Estudios previos (1,2,3)
	Estudios previos (1,2,3)	Se refiere a los estudios y realizados anteriormente, correspondiente a las variables, relacionadas con el problema planteado.	Corresponde al resultado obtenido mediante el análisis sistemático de la matriz de comparación, la consulta con expertos y la consulta con los ciudadanos.	- Análisis de resultados		

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

Según los criterios establecidos por el investigador recogidos en las tablas cuatro, cinco seis y siete se procede a definir cada uno de los métodos y técnicas de recolección de datos aplicados al diseño de la propuesta.

#### **4.4 MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Son todos aquellos recursos que permitirán la obtención de la información requerida para llevar a cabo la investigación y tiene como requisitos que sea coherente con los objetivos o los indicadores de cada una de las variables.

. - Observación- Construido a través de una matriz de comparación sustentado en el objetivo específico número uno de la investigación, el formato será construido a juicio del investigador.

. - Para la consulta de expertos, se usará de forma la entrevista de forma semi-estructurada, la cual permitirá abordar los temas claves a juicio del investigador que lleven a la resolución del objetivo planteado, así como dar viabilidad al aporte de nuevas variables y enriquecer así la información previamente concebida.

. - Para la encuesta, es necesario un instrumento donde queden registrados los datos para luego ser procesados, siendo el cuestionario estructurado. Su validez depende de la claridad de sus preguntas y de la pertinencia de sus alternativas de respuesta, el mismo será aplicado mediante el muestreo opinático.

#### **4.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS**

Las técnicas de recolección de información equivalen a las directrices que van a permitir obtener informaciones, datos u opiniones sobre el tema que se está investigando. Entre las técnicas a utilizar se tienen: la observación, la entrevista y la encuesta.

En este sentido, la observación implica profundizar en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente., es decir, estar atentos a detalles, sucesos, eventos e interacciones. Hernández; Fernández, C;

Baptista, P (2006, p. 587).

Según Arias (2006) La entrevista es una técnica basada en un diálogo cara a cara, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida (p.73).

Este se clasifica en estructurada o formal, la cual se realiza a partir de una guía prediseñada que contiene las preguntas que se le harán al entrevistado. La semi-estructurada, aun cuando existe una guía de preguntas, el entrevistador puede realizar otras no contempladas inicialmente.

Así mismo se utilizará la encuesta que según Tamayo y Tamayo (1997), “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (p.38).

Cada una de estas técnicas permitirá al investigador desarrollar y abarcar los objetivos planteados a fin de su resolución y debido análisis, también hay que destacar que las técnicas están acompañadas de instrumentos que permitirán su mejor funcionamiento.

## **CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE DATOS Y PROPUESTA**

En el presente capítulo se recogen todos los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos planteados por el investigador; a la vez que se desarrolla la propuesta final de participación ciudadana como un modelo de asesoría estratégica para medios digitales; todo ello partiendo del análisis y puesta en marcha de cada uno de los objetivos específicos propuestos.

### **5.1 ANTECEDENTES**

En este sub capítulo se recopilan las investigaciones realizadas, las cuales fueron: un análisis comparativo a los espacios de P.C Entre Todos y Tu Voz de El Periódico de Catalunya (España) y Últimas Noticias (Venezuela) respectivamente; seguido de la consulta con expertos en el área de la comunicación y el periodismo digital. Por último, a través de una encuesta realizada a ciudadanos comunes que utilizan los medios de comunicación web, se obtuvieron diversos resultados que permiten la construcción efectiva de la propuesta final.

#### **5.1.1 Análisis comparativo de los medios seleccionados**

En este sentido, se presenta una tabla comparativa de los espacios de participación ciudadana antes mencionados.

Se utilizaron una lista de diversos indicadores que sirvieron de guía al investigador para recopilar información valiosa interpretada más adelante.

Los resultados de esta pesquisa de muestran a continuación.

**Tabla 8. Análisis comparativo de los medios seleccionados**

Medio	Cobertura	Nombre del espacio	Secciones de participación	Temas abordados	Mecanismos para la participación	Uso de recursos multimedia	Frecuencia de publicaciones	Publicaciones de los ciudadanos	Alcance de la publicación	Interacción con otros usuarios.	Notoriedad del espacio	Atributos físicos del espacio	Vaciado de información	Instructivo
<b>El Periódico de Catalunya</b>	Internacional	<b>Entre Todos</b>	Cartas de los lectores, Peridismo con el ciudadano, Debata (el radar), La denuncia, Foto denuncia	Denuncias, Política, Tecnología, Ciudadanía, Deporte.	Suscripción/ Inicio de sesión	Fotografías	20 diarias (uno de los espacios)	Supervisado por el diario, con tiempo de respuesta.	Espacio principal sin identificar/ espacios secundarios entre 2-400 vistas	se puede compartir la nota en redes sociales (twitter, facebook, linkdin, google+, tumblr, otras (no instagram)	Parte superior derecha, fácil de identificar	simple, manejado con la paleta de colores del medio	Acceso a un editor	Texto, condiciones de uso
<b>Últimas Noticias</b>	Nacional	<b>Tu voz</b>	Echa tu cuento, Tus noticias, Servicios, Blog, Foto paredón, Venezuela en fotos, Mascotas, Los consejeros hablan	Denuncias, escritos (reflexiones)	Suscripción/ Inicio de sesión	Fotografías	2 máximo 3 publicaciones diarias, según el espacio	Supervisado por el diari, con tiempo de respuesta.	Promedio entre 5-78 vistas	se puede compartir la nota en redes sociales (twitter, facebook, pinteres, google+)	Parte superior izquierda (difícil de identificar)	espacio identificado con las actualizaciones recientes, presencia de gran cantidad de elementos gráficos que lo quitan la simpleza a la página	Acceso a un editor	Vídeo en el portal

Fuente: Elaboración propia (2018).

Como se puede observar en la tabla 5 en la página anterior, la cobertura de los medios seleccionados es distinta, uno es de corte internacional y otro nacional, se decidió hacerlo de esta manera con el fin de poder identificar las variantes o similitudes en el uso que se les dan a estos espacios en diferentes países, y más considerando que España es uno de los pioneros en periodismo digital.

Los nombres de cada espacio son alusivos al comportamiento inherente del mismo, aunque se puede destacar que antes del espacio web **Tu voz**, ya existía en la versión impresa como “la voz del lector”.

Por su parte cuando hablamos de las secciones de participación ambas tienen sus categorías definidas siendo Últimas Noticias el que más secciones tiene (nueve) frente a El Periódico de Catalunya con cinco contemplando que la categoría La denuncia incluye o se sub divide con la foto denuncia.



Figura 1. Secciones de participación Tu Voz



Figura 2. Secciones de participación Entre Todos

Con respecto a la temática, Entre Todos alberga la opinión en temas políticos, tecnológicos, ciudadano y de deporte mientras que ÚN hace lo propio, pero con las reflexiones o escritos vivenciales de los participantes, aunque ambos contemplan las denuncias como una de las opciones más requeridas por los usuarios.

También para ambos casos la forma de participar dentro del espacio es a través de la suscripción. Así mismo el recurso multimedia que se emplea para acompañar las notas son fotografías, no contemplan video, audios o cualquier otro tipo de elemento.

La frecuencia de las publicaciones tiene grandes diferencias, en el diario español se observan al menos 20 notas diarias, mientras que el venezolano cuenta con dos o tres por categoría. Lo que a su vez lleva un alcance de entre 2-400 views y 5-78 respectivamente; lo que indica plenamente la notoriedad e influencia de los espacios.

En cuanto a la interactividad la dinámica se basa en los comentarios, publicaciones y especialmente en compartir cada nota a través de las principales redes sociales (twitter, Facebook, google+, Pinterest), esto para ambos casos.

Otro de los ítems o indicadores comparados fue la notoriedad del espacio, la cual también aplica para los dos que se encuentra en el *header* o banner de la página principal del medio, sin embargo, el de ÚN está mucho más arriba lo que dificulta a primera vista la ubicación, mientras que en El Periódico de Catalunya es mucho más fácil de distinguir.



**Figura 3.** Ubicación y acceso al espacio Entre Todos





Figura 4. Ubicación y acceso al espacio Tu voz

Otro de los indicadores a destacar corresponde a los atributos físicos del espacio, en este sentido, los dos medios cuentan con el mismo estilo del diario donde preceden (colores, tipografías y otros). El Periódico de Catalunya cuenta con una estructura simple diagramado igual a la página principal, mientras que últimas Noticias cuenta con la presencia de elementos gráficos (empezando por el fondo de la página) que en cierta medida interfiere en el minimalismo como tal de la página su diagramación es distinta a la de la página principal del medio.

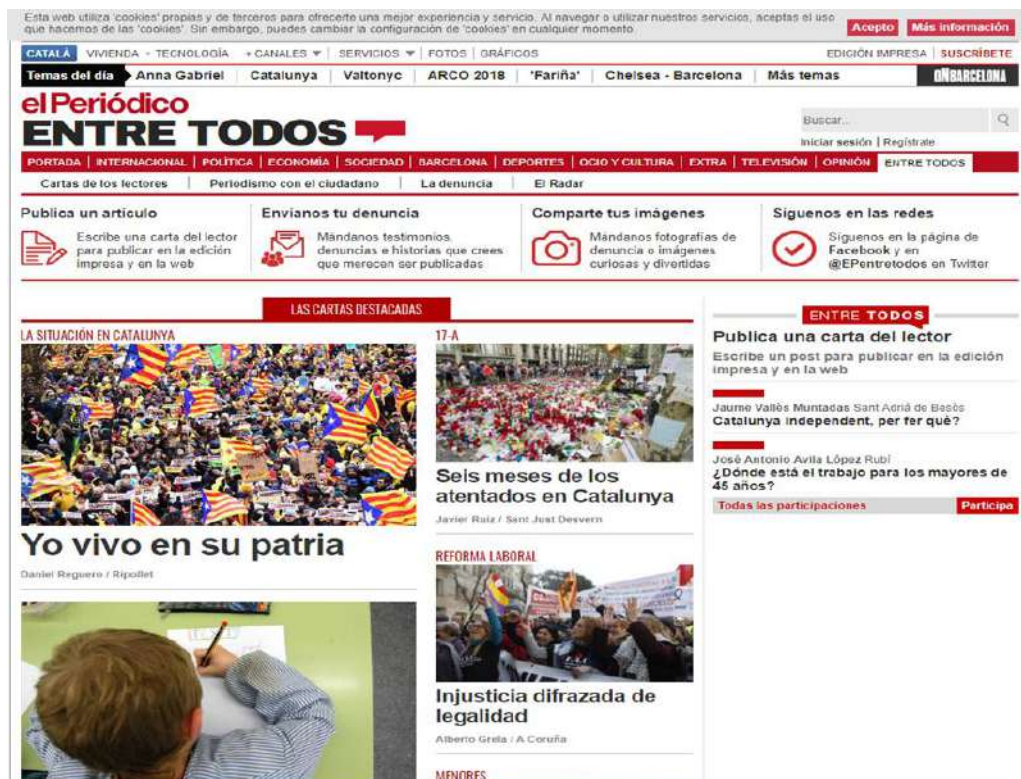
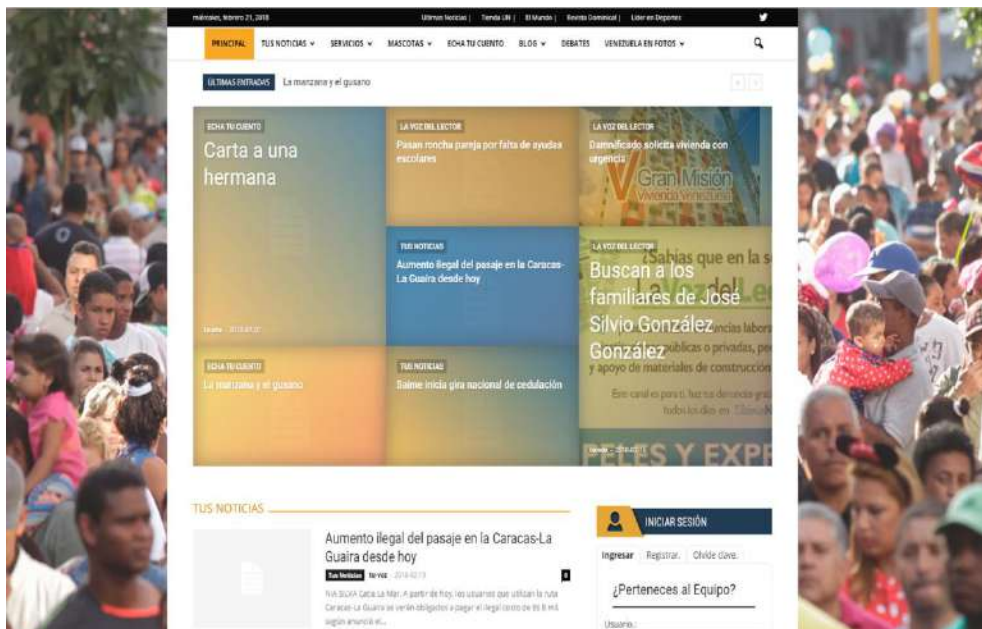





Figura 5. Espacio Entre Todos, diagramación



**Figura 6.** Espacio Tu Voz, diagramación

En cuanto a la libertad de escritura, cada uno de los medios dispone de un editor o formulario para el vaciado de información donde se indica la cantidad de caracteres a utilizar, el título, los archivos adjuntos para insertar imágenes y todo lo referente a lo que se desea publicar.

Finalmente, el instructivo para las condiciones de uso del espacio, modalidades, y aspectos formales viene dado en dos formas diferentes para cada medio. El Periódico de Catalunya lo presenta a sus usuarios en forma de texto específicamente media cuartilla, sin embargo, el enlace utilizado para tal fin al hacer click en él no arroja ningún tipo de información; es decir, el usuario se remite únicamente a lo que dice la presentación o a la aceptación de términos y condiciones en la parte final; mientras que Últimas Noticias lo hace mediante un vídeo, que emplea *inserts* para la explicación.

El canal Carta del Lector de Entre Todos publica artículos sobre asuntos de actualidad y de interés general con la intención de generar debate ciudadano. Para participar solo tienes que rellenar el formulario y enviarnos tu escrito. El texto que escribas no debería superar los 2.000 caracteres y podrá ser editado y extractado a criterio de EL PERIÓDICO. Encontrarás más información en las [condiciones de publicación](#).

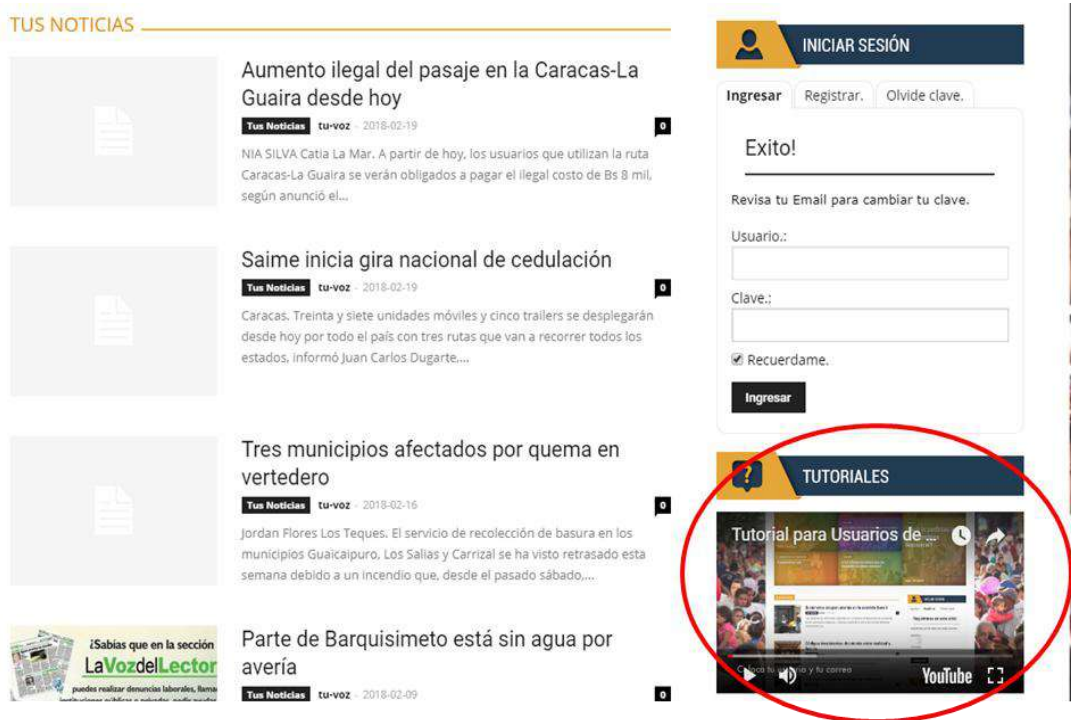
Las aportaciones son moderadas desde un punto de vista periodístico con el objetivo de generar un debate en el que tengan cabida todos los puntos de vista. No se publicarán insultos, salidas de tono ni artículos anónimos. Los textos aparecen publicados en la [web de EL PERIÓDICO](#) y son distribuidos por las redes sociales. También pueden aparecer publicados en la edición impresa de EL PERIÓDICO.

Los artículos de los lectores se van publicando en la web a medida que nuestro equipo de periodistas les dan el visto bueno. Esta moderación es esencial para mantener la calidad del debate. EL PERIÓDICO se reserva el derecho de decidir qué artículos se publican y cuáles no.

**CLICKA AQUÍ PARA LEER MÁS CARTAS Y ESCRIBIR LA TUYA**

**PARTICIPA**

**Figura 7.** Instructivo de participación Entre Todos



**TUS NOTICIAS**

**Aumento ilegal del pasaje en la Caracas-La Guaira desde hoy**  
 Tus Noticias tu-voz 2018-02-19  
 NIA SILVA Catia La Mar. A partir de hoy, los usuarios que utilizan la ruta Caracas-La Guaira se verán obligados a pagar el ilegal costo de Bs 8 mil, según anunció el...

**Saime inicia gira nacional de cedulação**  
 Tus Noticias tu-voz 2018-02-19  
 Caracas. Treinta y siete unidades móviles y cinco trailers se desplegarán desde hoy por todo el país con tres rutas que van a recorrer todos los estados, informó Juan Carlos Dugarte,...

**Tres municipios afectados por quema en vertedero**  
 Tus Noticias tu-voz 2018-02-16  
 Jordan Flores Los Teques. El servicio de recolección de basura en los municipios Guaicaipuro, Los Sallás y Carrizal se ha visto retrasado esta semana debido a un incendio que, desde el pasado sábado,...

**Parte de Barquisimeto está sin agua por avería**  
 Tus Noticias tu-voz 2018-02-09  
 ¡Sabias que en la sección **LaVozdelLector** puedes realizar denuncias laborales,...

**INICIAR SESIÓN**  
 Ingresar Registrar, Olvide clave.  
 Exito!  
 Revisa tu Email para cambiar tu clave.  
 Usuario:  
 Clave:.  
 Recuérdame.  
 Ingresar

**TUTORIALES**  
 Tutorial para Usuarios de ...  
 YouTube

**Figura 8.** Instructivo de participación Tu Voz

Para continuar con el comparativo fue necesario determinar la cantidad exacta de publicaciones que se hacen diariamente en estos espacios durante una semana,

así como la temática más notoria y las secciones a la cual pertenecen, dicha información se ha indicado en la siguiente tabla.

**Tabla 9. Revisión comparativa de los medios  
Semana del 05/02/18 al 11/02/18**

<b>Lunes 05/02/18</b>				
<b>Medio</b>	<b>Temas abordados</b>	<b>Nº de publicación</b>	<b>Pertenece al espacio</b>	<b>Total publicaciones</b>
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Crítica Política	12	Cartas de los lectores	<b>20</b>
	Información- tecnología	1		
	Denuncias (social- político)	7		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	Reflexiones	1	Echa tu cuento	<b>10</b>
	Denuncia	1	La voz del lector	
	Información a la comunidad	1	Tus noticias	
	Denuncias	7		
<b>Martes 06/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Crítica Política	10	Cartas de los lectores	<b>18</b>
	Denuncia	5		
	Tecnología	1		
	Reflexiones	2		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	<b>ninguna</b>	<b>0</b>		<b>0</b>
<b>Miércoles 07/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Cultural	2	Cartas de los lectores	<b>14</b>
	Política	9		
	Comunidad	3		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	Propuesta- acción social	1	Tus noticias	<b>1</b>
<b>Jueves 08/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Crítica- Política	9	Cartas de los lectores	<b>19</b>
	Denuncias	3		
	Quejas	3		
	Deporte	2		
	Peticiones	1		
	Reflexiones	2		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	Denuncias	3	Tus noticias	<b>4</b>
	Reflexiones	1	Echa tu cuento	
<b>Viernes 09/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Denuncias	2	Cartas de los lectores	<b>13</b>
	Política	7		
	Comunidad	2		
	Deporte	1		
	Cultural	1		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	Denuncias	2	Tus noticias	<b>2</b>
<b>Sábado 10/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Crítica- Política	17	Cartas de los lectores	<b>25</b>
	Denuncias	3		
	Ciudadanía	1		
	Reflexiones	3		
	Tecnología	1		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	<b>ninguna</b>	<b>0</b>		<b>0</b>
<b>Domingo 11/02/18</b>				
<b>EL PERIÓDICO DE CATALUNYA</b>	Quejas	5	Cartas de los lectores	<b>15</b>
	Denuncias	3		
	Política	7		
<b>ÚLTIMAS NOTICIAS</b>	<b>ninguna</b>	<b>0</b>		<b>0</b>

Fuente: Elaboración propia (2018)

En la tabla anterior, se observa la frecuencia de publicaciones realizadas para cada diario y espacio respectivamente.

Se puede apreciar como El Periódico de Catalunya aun cuando maneja varios segmentos de participación, las publicaciones se agrupan en uno solo de ellos, que son las Cartas de los lectores, mientras que en Últimas Noticias abarca cada segmento (de acuerdo a la temática de lo que se publica).

Diariamente en el espacio Entre Todos se publican en la frecuencia más baja 13 notas y la más alta 25, mientras que en últimas Noticias va entre 0-10 publicaciones, esto indica unos flujos de información y tiempos de respuesta diferentes, lo que puede deberse a distintas razones.

Referente a los temas tratados de acuerdo a la temática, en el Periódico los ciudadanos apuntan mucho hacia lo político-económico que se enmarca en la opinión, seguido de las denuncias. Por su parte en últimas aun cuando es poca la participación en la fecha consultada, lo el tema predominante es la denuncia, en el contexto de servicios básicos principalmente.

Toda esta información permitió verificar los mecanismos de participación y estructuras de los espacios empleados por los medios, así como los temas abordados por los ciudadanos.

Los hallazgos más destacado del comparativo tienen que ver 1.- con los flujos de publicaciones que en estos medios difieren en cantidad y esto puede deberse a un equipo de trabajo reducido o poca participación y promoción del espacio; 2.- los temas más tratados corresponden de una opinión política que afecta directamente al ciudadano, donde las denuncias toman un lugar por debajo de estos; 3.- el uso eficiente de los espacios o categorías, es necesario darle un mejor significado y reorganizar estas secciones para que la información no quede en un solo lugar sino que sea reubicada según corresponda cada temática.

En este mismo contexto, pero dirigiéndose hacia la parte experta, fue necesario conocer mediante la consulta a especialistas los aspectos fundamentales de dicha participación, por lo que se recogieron las siguientes impresiones de 4 profesionales de la comunicación incluyendo al coordinador del espacio Entre Todos de El Periódico de Catalunya para definir ciertos aspectos de la participación ciudadana.

### **5.1.2 Consultas a expertos**

**Entrevista realizada a:** Lisbeth Piñeros, Milangela Balza, Pedro García Otero y Joan Cañete Bayle.

Piñeros, L. (comunicación personal 26 de marzo, 2018), (comunicación personal 27 de febrero, 2018) / Balza, M. (comunicación personal 16 de marzo, 2018) / García, P. (comunicación personal 18 de marzo, 2018) / Cañete, J. Sus aportes se desglosan en los siguientes ítems

**Los medios y la participación ciudadana:** García parte indicando que desde antes de la web el ciudadano ha participado en los medios en los medios, mostrando gran interés, ejemplo de ellos, las cartas a los editores. Por su parte Piñeros y Cañete destacan que los medios tradicionales no aprovechan en su totalidad la P.C considerando que solo se hace un acercamiento y en muchos de los casos se ignora el contenido de valor que el usuario puede generar; mientras que Balza lo mira desde un punto de vista más positivo y en crecimiento, sobre todo por la interactividad que esto genera.

**Aportes de la participación ciudadana:** Los expertos coinciden en afirmar que la participación de los usuarios permite desarrollar temas de investigación y ampliar la información en la web, mediante datos, o visión alternativa de un acontecimiento, también indican que la P.C crea comunidad, enriquece el periodismo, aumenta canales de difusión, y crea imagen de marca. No obstante, Piñeros indica que los medios

deberían trabajar mejor en darles a los usuarios espacios definidos por ejemplo para el caso de las denuncias.

**Temas predilectos por los usuarios:** Piñeros y Balza indican que las denuncias son los temas preferidos, ya que generan un tipo de reacción en las personas que desean ser escuchados. También ambas se inclinan a los temas de causas sociales que beneficien a las comunidades. Pero, por otro lado, García afirma que el principal tema de interés tiene que ver con la política, seguido de deportes, dejando a las denuncias en un nivel sorprendentemente bajo, mientras que se inclina hacia la actualidad política, denuncia, temas locales de ciudad.

**Mecanismos de participación idóneos:** Piñeros indicó que la mejor forma en casos de “espacios de participación ciudadana” como los que se evaluaron (tu voz y entre todos) es la suscripción al medio; por su parte Balza contempla más la participación desde las redes y otros espacios en donde los mecanismos deben ser tomados como “acciones directas” que el medio emplee para llevar a cabo la participación; específicamente Cañete explica cómo se da el proceso de participación en Entre Todos.

**Efectividad de la participación ciudadana:** Piñeros indica que sí existe efectividad en la P.C aun cuando no todas las personas tengan acceso a internet. A lo que Balza indica que la participación ciudadana lo es todo pero que los usuarios no se han dado cuenta del poder que tienen en sus manos. García sumó que es efectiva debido a que las personas se quedan más tiempo en la página web y eso general lealtad de marca, a lo que Cañete identificó la efectividad como un recurso valioso mediante el aporte de elementos a la producción periodística: testimonios, identificación de temas.

**Atributos físicos del espacio de participación ciudadana:** Piñeros enfatizó en la posición y promoción que se le da al espacio, mientras que Balza se refería más

a la parte contentiva, es decir, que las publicaciones tengas fotos llamativas y que sea algo mucho más visual estéticamente; a lo que el tercer especialista añadió “las páginas web deberían tener blogs de los usuarios” esto para captar mayor atención.

**Uso de recursos multimedia:** Piñeros se inclinó a darle más cabida a los videos, ya que muestran un momento exacto, lo que para Balza también es un elemento importante dentro de la multimedialidad, enfatizando que los ciudadanos están preparados para hacer uso de ellos, siempre y cuando el medio lo promueva. Sin embargo, García manifiesta que las redacciones no cuentan con suficiente personal para el manejo y verificación de estos elementos, lo que dificultaría el chequeo constante del material.

**Frecuencia de publicaciones:** En este aspecto de forma literal no se indagó con Balza, sin embargo, con su aporte dirigido más que todo a las redes, se evidencia un flujo constante de información que requiere de la guía del periodista para encausar la adrenalina de participación de los usuarios, mientras que Piñeros afirmó que los medios deben tener estructuras de trabajo bien definidos para que unos profesionales se encarguen de hacer la revisión pertinente a cada caso, lo que para García también es un punto importante, el tema de la plantilla de profesiones destacados en un área de participación ciudadana.

**Verificación de la información:** Todos concuerdan en que el trabajo periodístico radica en la investigación, ya que no todo lo que dice el ciudadano debe ser publicado a la forma y manera que él lo desee, debe existir un filtro que encause y saque lo mejor de esa participación.

En síntesis, el hallazgo fundamental destacado en la consulta de expertos radica en que la participación ciudadana sí es un mecanismo eficaz que enriquece y posiciona a los medios, tiene grandes beneficios (antes mencionados) y por ende



debe potenciarse, sin ignorar el contenido valioso que pudiesen estar aportando los ciudadanos.

Esto corresponde a los aspectos básicos que se consultaron con los expertos. El material completo de las entrevistas se encuentra en la sección de anexos.

Posterior a las entrevistas, fue necesario consultar con los usuarios sobre las preferencias de uso de estos espacios, ya que, al tratarse de una propuesta, la misma se basa en recoger lo que el público desea, pues a fin de cuentas serán ellos los que hagan uso de dichos espacios.

### **5.1.3 Consulta a usuarios sobre preferencias y mecanismos de Participación ciudadana**

Los espacios de participación ciudadana como formas de expresión digital requieren de líneas claras que les permitan a los usuarios mantenerse fieles a ellos, y esto se logra cuando se escucha a la audiencia, por lo que a continuación se recogen en tablas todas las respuestas recibidas de las 80 personas encuestadas, mayores de edad, usuarios de medios de comunicación digital, el instrumento fue trabajado vía online en la ciudad de caracas.

Al consultarles a estos usuarios de medios digitales sobre la experiencia previa que han tenido sobre el uso de los espacios de participación ciudadana, se puede observar como se muestra en la tabla 7 que un 73,75 % respondió no haber hecho uso de estos espacios, lo que permite crear desde cero una propuesta inteligente, óptima y atractiva principalmente para aquellos que no han participado, partiendo de lo sugerido por ellos.

**Tabla 10. Uso de los espacios de participación ciudadana  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
SI	26,25%
NO	73,75%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N: 80

Para aquellos que efectivamente han participado en estos espacios, se indagó en qué medio había sido su experiencia, arrojando los siguientes resultados.

**Tabla 11. Medio en el que ha participado  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Últimas Noticias	33,33%
No identificado	66,66%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N: 21

Para este resultado el 33,33% de los encuestados que respondieron de forma afirmativa haber hecho uso de estos espacios, sin embargo, no definieron en qué medio llevaron a cabo su participación, mientras que el 66,66% contestaron haberlo hecho en el diario últimas Noticias, indicando en líneas generales, la cercanía y fácil acceso del medio.

**Tabla 12. Medio de preferencia para la participación  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Medio local	43,75%
Medio nacional	32,5%
Medio internacional	23,75%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N: 80

Los datos obtenidos apuntan a una participación en medios locales del 43,75% siendo el más alto rango, lo cual indica que la cercanía del medio es ideal para el ciudadano, de esta forma se podría considerar una participación mucho más influyente al común. Sin embargo, los medios nacionales también representan una opción viable con un 32,5%, inclusive los internacionales.

**Tabla 13. Temas para la participación ciudadana  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Política	7,5 %
Economía	7,5%
Sociales	8,75%
Cultura	33,75%
Comunidad	26,25%
Denuncias	16,25%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N: 80

Una de las aristas más importantes en el diseño de la propuesta contempla las temáticas de preferencia de los ciudadanos, en la tabla 10 se identifican las principales. La primera de ellas con un 33,75% se refiere al área cultural, seguido del 26,25% referente a temas de interés comunitario y un 16,25% a las denuncias, corroborando lo dicho por García, P (comunicación personal, 2018). Este aporte permite adentrarnos en la parte estructural-jerárquica de las secciones pertinentes en la propuesta.

**Tabla 14. Pertinencia en la estructura de secciones dentro del espacio de participación ciudadana. Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
SI	100%
NO	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N: 80

Los encuestados expresaron en su totalidad el deseo de que el espacio esté estructurado por secciones, de esta forma la identificación sería mucho más sencilla y distintiva, evitando una especie conglomerado de muchos temas en una sola área como se pudo observar mediante el cuadro comparativo con El Periódico de Catalunya en su espacio Entre todos.

A su vez estas secciones implicarían intrínsecamente el hecho que los ciudadanos tengan una motivación para participar, a continuación, la tabla 12 recoge la opinión al respecto.

**Tabla 15. Finalidad de la participación ciudadana  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Informar	73,75%
Entretener	8,75%
Hobby	17,5%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

Es importante para el diseño de la propuesta identificar hacia donde apuntan los ciudadanos con su participación, de esta manera se puedan implementar mejores mecanismos que incentiven la participación eficaz. El 73,75% de la muestra participaría con el fin de informar (noticioso), mientras que el 17,5% lo haría por hobby, o como medio de distracción. A esta apreciación es necesario sumarle la frecuencia en la que los ciudadanos desearían participar por lo que se recopila en la siguiente tabla dicha información.

**Tabla 16. Frecuencia de la participación  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Diariamente	50%
1 vez por semana	26,25%
1 vez al mes	15%
Otro	8,75%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

De las 80 personas encuestadas el 50% indicó que le gustaría participar en estos espacios diariamente, mientras que el 26,25% expresó hacerlo una vez por semana, lo que invita a los medios a trabajar constantemente con un flujo de información grande como el caso de El Periódico de Catalunya, pero difiere de lo expresado por García al indicar que los medios no están preparados para flujos amplios en esa área.

En otro orden de ideas el hecho de participar requiere de material que la acompañe por lo que a continuación se indaga sobre los recursos multimedia de preferencia a utilizar por los usuarios.

**Tabla 17. Recurso multimedia  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Videos	42,5%
Fotografías	48,75%
Audios	8,75%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

La multimedialidad es una de las principales características del periodismo digital, es por ello que la propuesta de la investigación permite conocer qué recurso multimedia utilizarían los ciudadanos para participar, ya que algunos espacios solo

disponen de texto o fotos, pudiendo ser otros los elementos de mayor agrado como en el caso de los vídeos, arrojando un porcentaje de 42,5% pudiendo ser considerado una nueva alternativa a las fotografías. Esta información también permite evaluar las preferencias de espacios que los ciudadanos deseen utilizar para sus publicaciones, por lo tanto, estas impresiones se recogen a continuación.

**Tabla 18. Preferencias de espacio para las publicaciones  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Lo que el medio disponga	63,75%
1 página completa	8,75%
Media página	27,5%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

Nota: N 80

La tabla 15 indica el espacio de preferencia de los ciudadanos para la publicación de sus propuestas, es decir, el espacio que ellos quisieran obtener por parte del medio para la participación, prefiriendo el 63,75% de los encuestados que el mismo medio disponga el espacio ideal, frente a un 27,5% que desearía ajustar su participación a media página. Seguidamente fue necesario conocer o reafirmar la ubicación ideal para acceder al espacio de P.C según los encuestados.

**Tabla 19. Ubicación del espacio de participación ciudadana  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
En la parte superior de la página	67,5%
En la parte inferior	32,5%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

Nota: N 80

La presentación de los resultados indica dónde debería estar el acceso del espacio de participación ciudadana para su óptima búsqueda. El 67,5% refiere que éste esté en la parte superior o *header* de la página web del medio, mientras que a la parte inferior le corresponde un 32,5%, esto permite la perceptibilidad del espacio, a fin de que no se pierda entre tanto contenido que el medio pudiese poseer.

Los medios ante estos constantes beneficios de las tecnologías han empleado mecanismos de participación, por lo que también fue necesario conocer por parte del ciudadano cuál sería la forma más idónea de acceder a esa participación.

**Tabla 20. Mecanismo de acceso  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Suscripción al medio	58,75%
Espacios para el vaciado de información	41,25%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

El primer paso y más común en todos los medios para acceder a la participación ciudadana es el registro, algunos diarios emplean mecanismos más complejos que otros, sin embargo, en esta oportunidad el ciudadano decide cuál de ellos le resultaría más fácil y accesible priorizando con un 58,75% el registro al medio para el acceso, mientras que el vaciado de información se deja ver con un 41,25%, esto ocurre mucho en las denuncias, donde solo se hacen vaciados de información, sin ningún vínculo con la página web o medio en particular.

Otro aspecto importante tiene que ver directamente en el cómo participan los usuarios, es decir, la presencia de una guía o instructivo que lleve de la mano al ciudadano y aclare puntualmente cualquier duda relacionada con sus publicaciones.

**Tabla 21. Instructivo para la participación ciudadana  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Video tutorial	50%
Imagen con el paso a paso	32,5%
Guía explicativa descargable	0%
Audio explicativo	17,5%
Otro	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

Comúnmente los instructivos corresponden a videos, los cuales según los encuestados representan un 50%, seguido de la imagen con un 32,5% y curiosamente y poco usado el audio, que pudiese convertirse en una opción adecuada abarca el 17,5%.

En otro orden de ideas, con respecto a la interactividad, en la siguiente tabla se muestran las preferencias de su uso según los encuestados.

**Tabla 22. Interactividad en las publicaciones  
Encuesta a usuarios**

<b>OPCIONES</b>	<b>%</b>
Sí	95%
No	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Nota:** N 80

La interactividad es también un elemento importante en el ciberperiodismo, no solo para el medio si no para los interesados, por lo cual se les preguntó si estarían de acuerdo a que otros usuarios dejaran algún comentario en sus publicaciones, o bien pudiesen compartirlas, por lo que un 95% estuvo de acuerdo en generar intercambio de comentarios (interactividad), frente a un 5% en desacuerdo; esto contempla de alguna manera lo antes expuesto por la experta Balza (2018) donde indicaba el acceso libre de la interactividad.



Finalmente, y suponiendo que nuestros encuestados han cumplido con todos los pasos anteriores, queda preguntarles su opinión sobre los aspectos de revisión y verificación de información por parte del medio, cómo es percibido por ellos que estos medios donde ellos participarían aprueben la información que han suministrado.

Evaluada como una pregunta abierta, en líneas generales lo expresado por los encuestados fue lo siguiente:

- De acuerdo.
- Sí, debe ser revisado para evitar que sea un contenido que pueda perjudicar a terceros. Sin embargo, debe existir la normativa y prevención adecuada para que cada participante pueda expresar libremente su punto de vista y participación.
- Sería lógico.
- Sería censura previa.
- Es lo correcto.
- Adecuado para evitar información falsa.
- Está en todo su derecho siempre y cuando vaya con la línea editorial del medio.

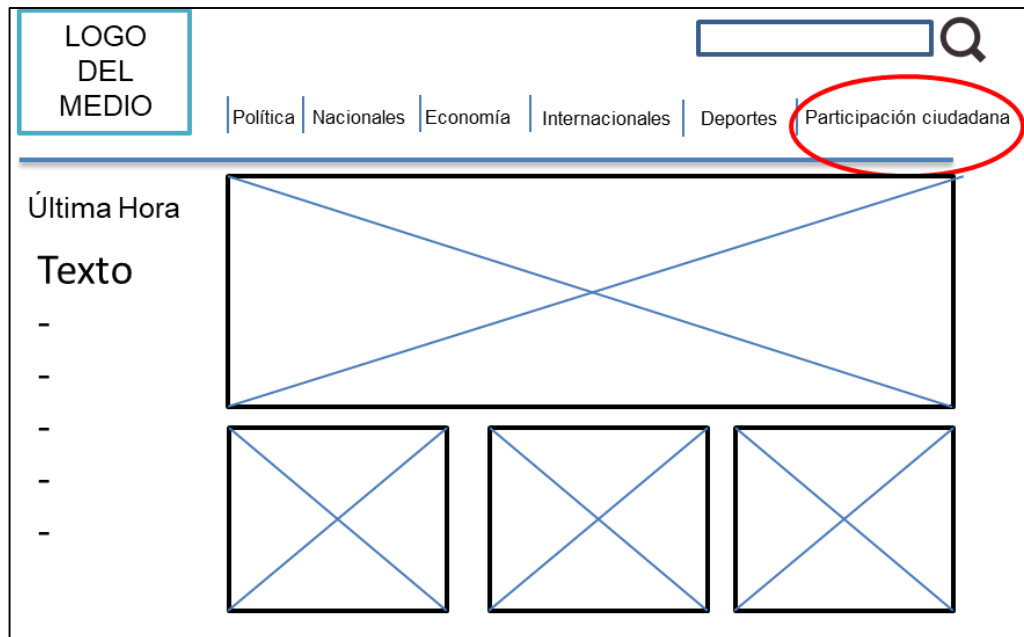
El principal hallazgo mediante la consulta a los ciudadanos, es que las denuncias como temática no es la principal temática de participación; así mismo los usuarios desean utilizar mucho más estos espacios y explorar mecanismos y acciones que enriquezcan dicha participación, sin dejar de lado los lineamientos del medio.

Cerrando este apartado de la investigación, y teniendo resultados concretos entonces se procede a la elaboración final de la propuesta; su aspecto conceptual, tecnológico y contenido implícito en la misma.

## 5.2 ASPECTO CONCEPTUAL

En este subcapítulo se desarrollan los aspectos de la propuesta de contenido sobre participación ciudadana, los cuales comprenden:

- . - **Medio seleccionado:** La propuesta se plantea como un anexo o plus a los medios de comunicación digital, incluso aquellos que mantienen la misma estructura en el impreso y web. Esto en el sentido principal que los nativos digitales se apoyan mucho más con el uso de las redes sociales que con espacios estructurados para la participación ciudadana.
- . - **Acceso al espacio:** Su ubicación estará en el *header* o menú principal, o la barra de secciones, de esta manera podrá estar al alcance de todos, esto en caso de las mejoras de un espacio ya existente. Ver ejemplo.



**Figura 9.** Ubicación de la participación ciudadana en la web del medio

Estructuralmente la plataforma web de la propuesta conlleva tres aspectos fundamentales la organización, el contenido y la apariencia, enmarcados en la coherencia, navegación, uso de palabras claves, la usabilidad de la página, el

atractivo en texto e imágenes, la jerarquización de contenidos y los contenidos en sí mismos; lo que a su vez permitirá la autonomía de publicación y producción a la red de recursos y contenidos por parte de los participantes, aun cuando el medio edite la información, alojar información para que los otros usuarios las obtengan, acceso a diferentes tipos de información mediante un *login* y utilización desde cualquier parte del mundo.

. - **Dentro del espacio:** Es necesario motivar la participación efectiva en cuanto a diseño, es decir, que el espacio tenga una buena estructura, lo cual facilitaría la participación y ubicación de la información suministrada.

La diagramación estructural de la propuesta está elaborada a dos columnas de contenidos, esto se debe a un diseño más sencillo y eficaz, al no ser una página principalmente de noticias, no se establecen flujos tan grandes y no se actualizan inmediatamente. En este sentido, también se indica que las secciones de participación son pocas y requieren un espacio bien ubicado y distintivo.

. -**Diagramación:** Se aplica la jerarquización de temas, según las preferencias de participación de los encuestados, predominando el video como primer elemento distintivo que instruye a los ciudadanos cómo participar (los pasos a seguir).

Contempla también una barra o menú principal que indica las acciones principales que pueden hacer los que navegan por la página web.



**Figura 10.** Menú principal de la propuesta del espacio de participación ciudadana <sup>1</sup>

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

Tal como se aprecia en el menú, hay cuatro categorías de selección que permitirá navegar con facilidad.

---

<sup>1</sup> Todas las imágenes son referenciales, estructuradas para ejemplificar (mas no con el contenido final, ya que el mismo al ponerse en marcha será incorporado por los usuarios y el medio).

**Inicio:** La página principal, se vuelve a principio de la web.

**Registro:** Botón que llama a la acción y es necesario para la participación, como bien lo indicaron García y Piñeros (comunicación personal, 2018), para estos espacios es indispensable el registro o suscripción, ya que esta es una de las formas en que se pueden mantener los medios digitales. Es importante decir, que se ha omitido la palabra “suscripción” cambiándola por “registro”, ya que en muchos casos al hablar de suscripción se tiene la idea de que es pago.

**Iniciar sesión:** Quienes ya se han registrado podrán acceder con su usuario y clave para ejecutar sus acciones.

**Contacto:** Contempla las coordenadas de localización del equipo o unidad de participación ciudadana.

**Barra de búsqueda:** La cual permite a los usuarios buscar contenido bien sea por el uso de etiquetas o *hashtags* o palabras claves.

. **-Apariencia de imágenes:** Como las fotografías siguen siendo las predilectas y más usadas por los medios y ciudadanos, la propuesta permite hacer uso de ellas, adaptándolas a cada espacio en donde se ubicaría, lo mismo ocurriría en caso de los vídeos, se verían como portadas miniaturas según su espacio, ampliándose al seleccionar “leer más” donde se muestra la nota completa, según lo que el medio deponga u optimizándolo según las indicaciones de los ciudadanos encuestados en media página.

Para cada sección, según sea el espacio se podrán apreciar las imágenes de acuerdo al tamaño, sin perder la calidad de la misma.

En otro orden de ideas ya es sabido que del periodismo digital se toman tres elementos característicos, la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad, todo ellos contemplan en sí mismos la existencia de la convergencia digital y cómo los medios tradicionales migraron a la era digital apropiándose de cada una de ellas

y tomándolas para sí en sus particularidades. La propuesta emplea estos tres elementos de la siguiente manera:

. **-Multimedialidad:** Esta corresponde a una de las características fundamentales de la prensa digital. Se entiende como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (Guallar, J; Cristófol Rovira, C y Ruiz, S. 2010, p. 42).

En el marco de la propuesta la multimedialidad pretende integrar el texto con la fotografía y el vídeo como elemento descriptivo de situaciones que lo ameriten; enriquecer la participación de estos elementos, puntualizando lo dicho por Balza (2018) “los ciudadanos sí están preparados para ello”.

La intención es ampliar, nutrir y diversificar las formas de participación ciudadana, en muchos de los casos los periódicos tienen secciones dedicadas en exclusiva a alguno de los formatos multimedia, en especial a fotografías, las llamadas galerías, que también se pueden denominar según el formato: videotecas, fototecas.

En este sentido, no se trata de incluir todos los elementos en un solo espacio, sino más bien asignarle a cada espacio un elemento o varios, pero que la ciudadanía pueda tener un poco de libertad a la hora de escoger con qué elemento desea acompañar su información.

. **-Interactividad:** Bien los decían Balza y García (2018) el hecho de llamarse participación ciudadana, lo hace interactivo; pues existe un acercamiento entre el medio-usuarios y usuarios-usuarios.

Rost (2006) citado anteriormente indicaba que “la interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle al usuario/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad

selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicaciones -interactividad comunicativa” (p. 195).

De este concepto surgen dos vertientes, uno la selección de contenido a su vez contenidos interactivos, aunque este espacio de participación ciudadana no está directamente diseñado para contenidos interactivos (ejemplos como usos de herramientas tipo *thinglink*, líneas de tiempo u otros), la interactividad en este caso se dirige al proceso selectivo de información que a su vez se conecta con la multimedialidad ambas se pueden enmarcar en una palabra, “dinamismo” que es precisamente lo que se desea lograr, aunque la estructura es básica y tradicional, el valor agregado es la forma en que se presente la información.

La otra vertiente es la posibilidad de expresión y comunicación. En este caso el factor interactivo nace en un primer momento cuando el usuario accede al registro y toma parte en la plantilla donde vacía su información, existe un primer acercamiento entre el medio y el usuario. El segundo acercamiento se da cuando el mismo usuario tiene acceso hacia la parte de comentarios en las publicaciones, allí se empieza a gestar un intercambio de ideas entre pares que fomenta la interactividad, así como en los espacios que permiten compartir contenidos en las redes sociales, son entornos de INTERACCIÓN.

. **-La hipertextualidad:** Es una variable que permite analizar la madurez de la práctica del periodismo digital. Para determinar la cantidad (número de enlaces por unidad de contenido) y la calidad (tipos de enlace según sus implicaciones semánticas).

Parece ser un término complejo, sin embargo, en su más sencilla expresión la hipertextualidad es la manera en que surgen las posibilidades de relacionar o referenciar unidades textuales que dinamizan los procesos de organización de varios elementos. Esto es la conexión o enlace entre vínculos o links que nos llevan a diversas informaciones. La misma permite enlazar información de manera secuencial o no, dejando al lector la opción de decidir su lectura y su relación con

el texto. El diseño de la propuesta de participación ciudadana contempla esta hipertextualidad, enlazando los temas relacionados de P.C a noticias en la página principal del medio, incluso los links de las redes sociales son hipertextuales, también se incluyen el uso de hashtag como elemento de conexión de contenidos. Esta labor es exclusiva del medio que así desee aplicarlo.

En este sentido a continuación en la figura 11 se muestra la propuesta general, que incluye las mejoras sugeridas hechas por el investigador, es decir, el cómo debería ser el espacio de participación ciudadana; este diseño contempla los tres elementos del periodismo digital.

**Multimedialidad:** Las representaciones de vídeo para el instructivo o guía de uso de la participación ciudadana, así como las imágenes o fotografías que acompañan las notas.

**Interactividad:** Contempla los espacios para que otros ciudadanos puedan comentar las publicaciones realizadas, incluso compartir la información a través de las redes sociales

**Hipertextualidad:** Señalada como la posibilidad de enlazar temas relacionados con la nota publicada, que pueden estar o no dentro de la página principal del medio o del mismo espacio de P.C general.

A continuación, se muestra la composición completa de la propuesta en su estructura.

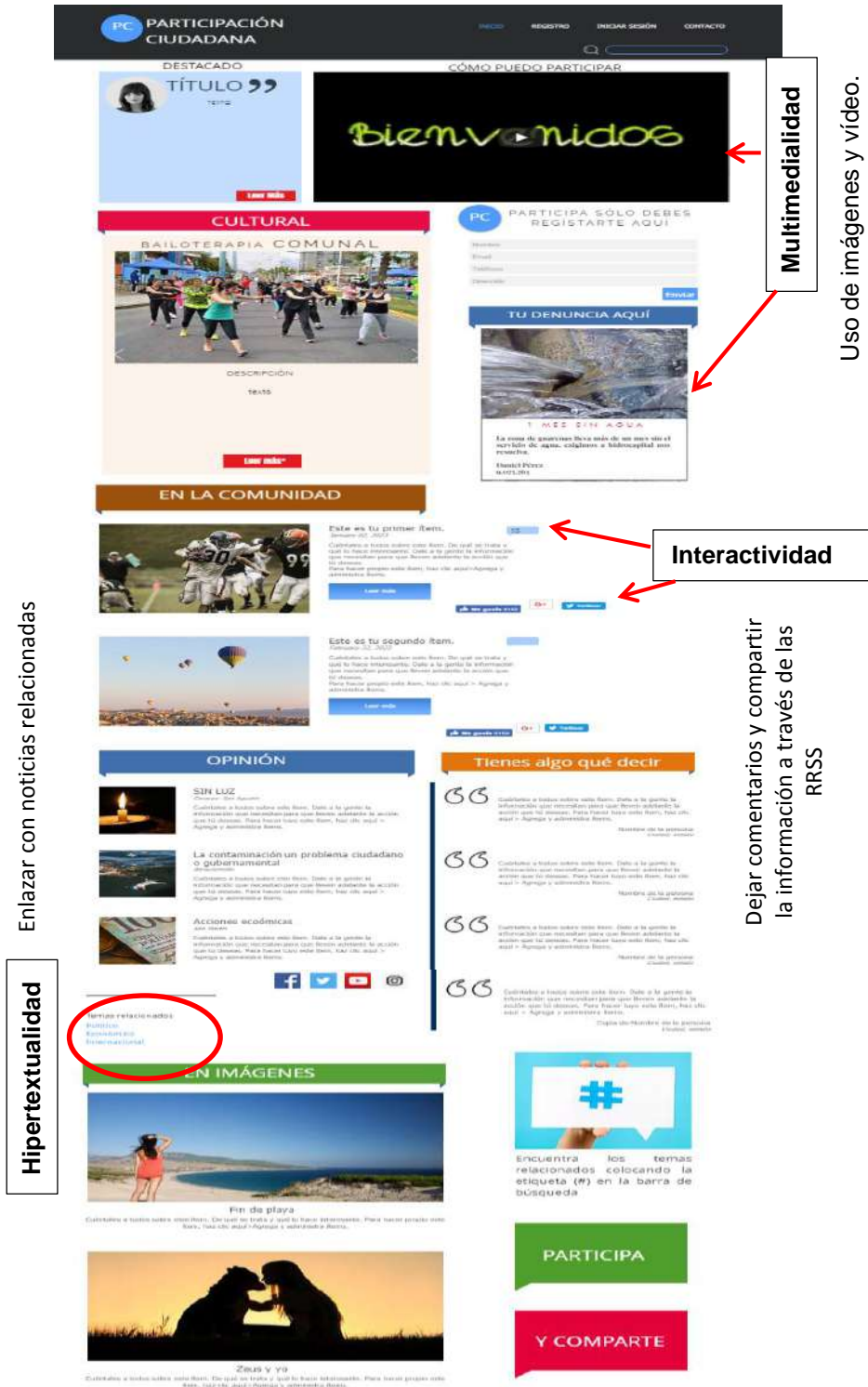


Figura 11. Estructura de la propuesta del espacio de participación ciudadana  
 Fuente: Elaboración propia (2018).



Con el fin de cimentar la propuesta es necesario tocar los aspectos tecnológicos que la promueven, los cuales se presentan a continuación:

### 5.3 ASPECTOS TECNOLÓGICOS

En esta sección se muestran las especificaciones técnicas mínimas que permitirán dentro del área tecnológica poner en marcha la propuesta.

. **-Plataforma:** Las plataformas digitales se han posicionado en el ámbito virtual a través del inicio de la Web 2.0, la cual permitió nuevas alternativas sobre el uso del ciberespacio para ser enmarcado bajo el trabajo colaborativo.

Al hablar de plataforma para la propuesta, nos referimos una página web destinada a la participación ciudadana bien sea como una página exclusivamente para dicha participación como lo sugerido por Piñeros, L. (comunicación personal 2018), o a una sub página (o extensión) de algún medio digital que desee abrir estos espacios. Así mismo la propuesta enmarcada en un sitio web contempla diversas aplicaciones como los formularios de registro y las publicaciones; también es necesario trabajar con un lenguaje informático apto para cada uno de los componentes por lo que se requiere de los buenos oficios de un programador web.

. **-Disponibilidad de la propuesta:** requerida para web; a pesar que hoy en día son muchas más las personas que navegan por el móvil.

. **-Diseño *responsive*:** Aun cuando la propuesta está enmarcada en la web, es necesario que sea adaptable a los diferentes dispositivos en los que hacen vida las ciberaudiencia (tabletas, móvil, entre otros). Esto permitirá redimensionar y colocar los elementos de la web de forma que se adapten al ancho de cada dispositivo permitiendo una correcta visualización y una mejor experiencia de usuario.

. **-Usabilidad:** También denominada experiencia usuario, permitirá que el diseño de la propuesta sea óptimo para sus participantes, que tenga una buena velocidad de carga, que el tamaño de los textos sea apropiado a cada sección de acuerdo a

la jerarquización de contenidos, uso de botones de fácil acceso y uso de imágenes livianas.

. **-Diseño y colores:** Al tratarse de una propuesta que busca mejorar las ya existentes o elaborarla para un diario en particular, lo apropiado es que de acuerdo al medio la misma sea diseñada bajo el manual de estilo propio, con el uso de tipografía, colores y gráficos identitarios del canal de procedencia, de esta manera aun cuando las personas ubiquen el espacio fuera de la página web del medio, puedan identificar a quien corresponde. Esto entre otras cosas permitirá mantener el posicionamiento y la presencia de la marca que se está trabajando.

#### **5.4 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

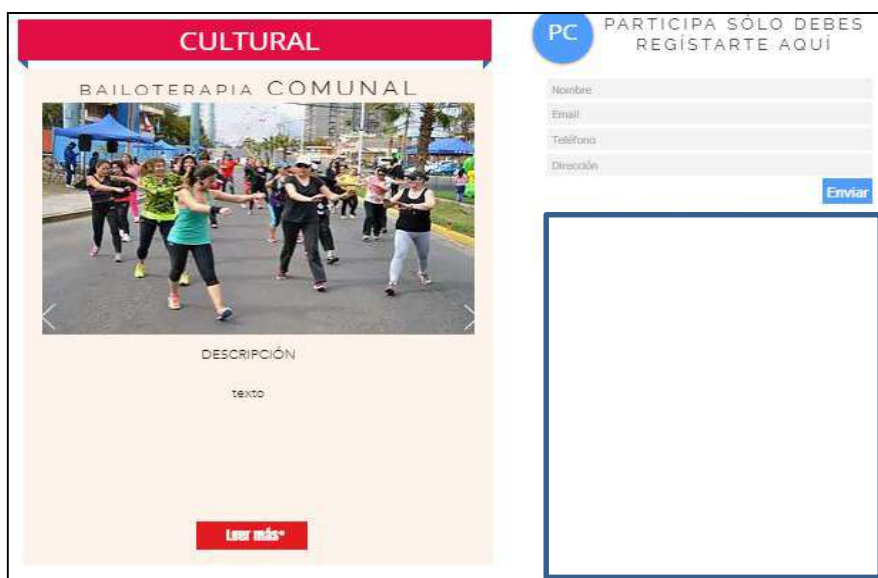
Es una plataforma de participación ciudadana, que cumple la función de informar a pares (ciudadanos) mediante las colaboraciones de ellos mismos, regidos por profesionales de la comunicación en función de editores. En consecuencia, la propuesta se desarrolla en dos grandes aspectos, las secciones y la temática.

. **-Secciones:** De acuerdo a lo planteado por los ciudadanos encuestados y lo consultado con los expertos, las secciones corresponden a las prioridades de participación en cuanto a temas. En orden jerárquico se visualiza así: Sección principal o promocional, incluye: barra o menú principal (1), sección “destacado” (2), la cual permitirá visibilizar a aquellos ciudadanos que más participan, diseñado con la finalidad de motivar a los registrados a posicionarse dentro de la web, video tutorial (3), del cual forma parte el instructivo paso a paso para la participación. Esta sección pretende captar la atención de los posibles usuarios. Sección promocional.



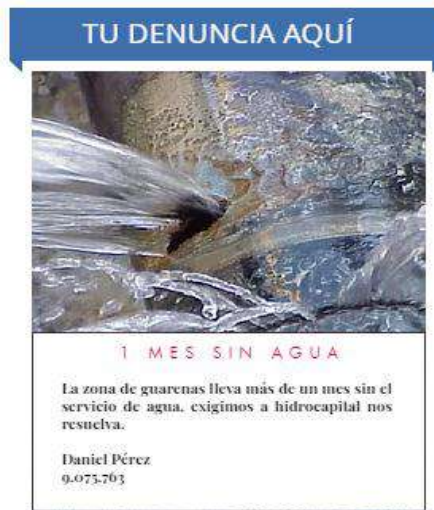
**Figura 12.** Sección principal o promocional del espacio de participación ciudadana  
**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Secciones divididas en temáticas:** La primera temática es la “cultural”, establecido según indicaron los encuestados. Este tema ocupa un lugar privilegiado en la web. También se muestra el formulario de registro a la par a fin de captar la atención de los nuevos usuarios, inmediatamente sin tener que hacer *scroll* podrá registrarse y obtener su usuario para la participación.



**Figura 13.** Temática de participación “cultural” y registro para el acceso  
**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Sección de denuncias:** Aun cuando es la tercera opción por parte de los encuestados, según lo indicado por Balza (comunicación personal, 2018) las personas se mueven por emociones sean buenas o malas y está en este caso puede motivar a las audiencias a participar.



**Figura 14.** Sección de denuncias  
**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Sección “En la comunidad”** Incluye la segunda opción de los encuestados, a demás y refleja los espacios interactivos (comentarios y redes sociales).



**Figura 15.** Sección en la comunidad  
**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Sección de opinión y escritos:** Se trabaja a la par lo temas de índole general, tratados como opinión ya que abarca el área política, social, económica, más que denuncias son quejas o llamados de atención. A su lado se incluyen las reflexiones o escritos de ciudadanos, un poco para mitigar el lado negativo de las secciones; estos temas no soy muy frecuentes y por eso tienen un espacio reducido.

**OPINIÓN**

**SIN LUZ**  
Cotacachi - San Agustín  
Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.

**La contaminación un problema ciudadano o gubernamental**  
Abascochimento  
Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.

**Acciones ecoómicas**  
San Martín  
Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.

**EN PALABRAS**

Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.  
Nombre de la persona  
Ciudad, estado

Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.  
Nombre de la persona  
Ciudad, estado

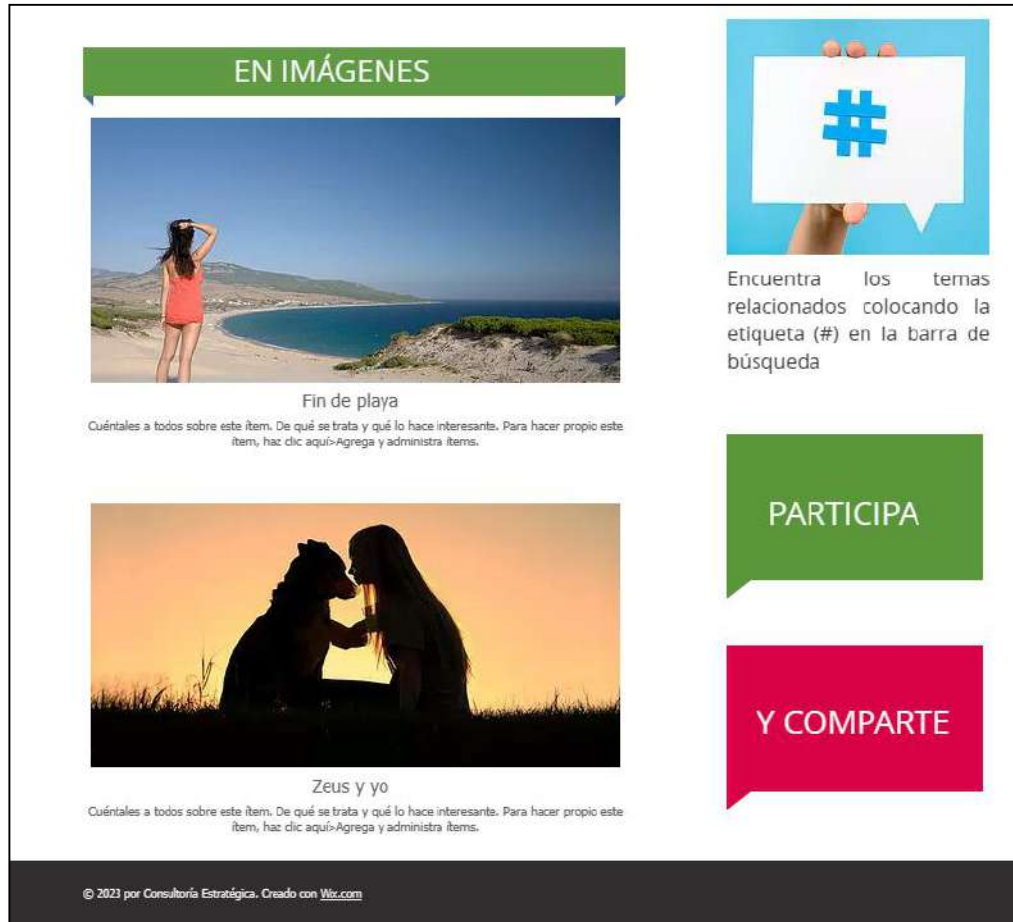
Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.  
Nombre de la persona  
Ciudad, estado

Cuéntales a todos sobre este ítem. Dale a la gente la información que necesitan para que lleven adelante la acción que tú deseas. Para hacer tuyo este ítem, haz clic aquí > Agrega y administra ítems.  
Copia de-Nombre de la persona  
Ciudad, estado

Temas relacionados  
Político  
Económico  
Internacional

**Figura 16.** Sección de opinión y escritos  
**Fuente:** Elaboración propia (2018).

**Sección final o complementaria de la propuesta:** Es la que cierra la propuesta con un espacio tomado como una especie de foto galería colectiva, así como otros elementos informativos como el uso del hashtag para búsqueda; un espacio que solo requiere de una vista rápida y lectura concreta en caso de que los usuarios lleguen hasta el final de la página.



**Figura 17.** Sección final o complementaria de la propuesta

**Fuente:** Elaboración propia (2018).

Estructurado de esa forma podemos desglosar lo que incluyen los segmentos o temas de participación ciudadana.

**-Temática: Cultural:** temas de índole cultural, eventos de calle, fundaciones, trabajo social comunitario, cine foro, eventos deportivos recreativos, experiencias de los mismos.

**Comunidad:** Ligado al área de denuncias, también incluye actividades relacionadas al tema de las comunidades, situaciones que beneficien a las comunidades, por ejemplo (apertura de nuevas sedes bancarias, canchas deportivas etc.)

**Opinión:** Guarda relación con otro tipo de noticias de interés general, en esta sección se deberán incluir temas políticos, económicos, internacionales entre otros, todos serán casos de ciudadanos bajo su punto de vista en estas áreas de interés, propiciando el debate incluso entre el medio y los usuarios.

**En palabras:** Sección dedicada a los amantes de la escritura, aquí se podrán incluir escritos más personales (cuentos, reflexiones, anécdotas y vivencias en general).

**En imágenes:** Aquí los usuarios podrán compartir imágenes o videos de espacios, paisajes, es una sección más visual.

Todas estas secciones como parte de la propuesta y de la adaptabilidad de los recursos multimedia podrán ser utilizadas con fotografías o videos.

Cada nota va destinada a un espacio o sección en particular.

#### **. -Elementos de participación**

Basado en toda la investigación y la experiencia recogida en este proceso; se desarrollan otros elementos que acompañan la propuesta, y que sin ellos la forma de participación no estaría completa.

**. -Sistema de Registro:** Mediante suscripción al espacio *login* tradicional formulario de registro básico, mostrado en las secciones anteriores, comprende el suministro de información indispensable como nombre, apellido y correo electrónico para generar el usuario y clave que permitirá hacer uso del espacio. Contempla el uso eficiente de acceso y recuperación de claves olvidadas.

Por una parte, se tiene el video instructivo, pero es necesario, que antes que la persona proceda a escribir se le muestre en pasos muy sencillos las condiciones de la participación, lo que es y no aceptable para el medio; por lo que se enumera a continuación.

**Condiciones de participación (decálogo) debe mostrarse de forma visible y estructurada antes que el ciudadano proceda a escribir su nota.**

1. El periódico es responsable de la publicación por tanto puede o no extraer información sin previa autorización del ciudadano, siempre y cuando no altere el tema central del mismo.
2. Las publicaciones serán regidas por la línea editorial del medio.
3. No se publicarán insultos, salidas de tono, artículos que violenten la libertad de culto o que inciten a la violencia ni artículos anónimos.
4. Los artículos de los lectores se van publicando en la web a medida que nuestros equipos de periodistas les dan el visto bueno. Estas moderaciones esenciales para mantener la calidad de la participación.
5. El ciudadano podrá informarse mediante un correo electrónico automático emitido por el medio cuando su nota sea publicada.
6. El medio deberá establecer claramente un tiempo mínimo y máximo para evaluar, corregir y subir a la web la publicación efectuada por el usuario.
7. El medio deberá especificar claramente los caracteres permitidos, los formatos de video o imagen que el usuario utilizará al momento de publicar, como condiciones mínimas.
8. Los usuarios podrán participar con comentarios y aportes, los cuales se entenderán como propiedad del usuario que las aporta. Los usuarios garantizan que los contenidos aportados le pertenecen y que no están violando los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de terceros y asumen la responsabilidad completa por cualquier reclamación que pueda surgir de su uso.
9. El medio se reserva el derecho de eliminar cualquier publicación que por error u omisión sea un hecho falso que atente contra el bien común.
10. Aceptación final de los términos y condiciones.



. **-Recursos multimedia:** Esta serían las posibilidades de formato en la plataforma, todo ello, considerando que el ciudadano común puede hacer uso de ellos en una calidad: **Imágenes:** Formatos JPG, TIFF, PNG, GIF/ **Vídeos:** Mp4, MOV, AVI, MPEG, WMV/ formato celular/ **Audio:** MP3. OGG (celular), WAV

. **-Frecuencia de publicaciones:** Depende del tiempo de respuesta permitido por cada medio, lo que implica un equipo de trabajo solo para el área de participación ciudadana. Los participantes podrán hacer uso de su registro cuántas veces así lo deseen, no existe un mínimo de publicaciones o un máximo.

. **-Formas de interacción:** Como se describió anteriormente los usuarios tendrán espacios para comentarios en publicaciones propias y de terceros y el uso en sí mismo de su derecho a publicar.

. **-Hipertextualidad:** Regida por el uso de los hashtag o etiquetas que acompañen la publicación y creen un almacenamiento y búsqueda de temas relacionados. También comprenden los enlaces a noticias relacionadas dentro del espacio de participación ciudadana o en la página principal del diario (si esté está asociado a alguno) si se emplea como una página solo de participación ciudadana se crean los enlaces a las noticias relacionadas dentro de archivo del mismo espacio.

Es de esta manera como queda estructurada la propuesta final, pudiendo ser perfeccionada de acuerdo a los intereses tanto del ciudadano como los medios. Es importante destacar que la propuesta está pensada como una asesoría en función de las mejoras a aquellos medios que disponen de estos espacios y deseen optimizarlos de acuerdo a los interés propios y del ciudadano, sin embargo, la misma es perfectamente aplicable de manera individual como los sugería Piñeros (comunicación personal 2018), en una web particular solo para denuncias, en este caso sería para participación ciudadana en general, lo que de igual manera requeriría un equipo de trabajo técnico y profesional que oriente y guíe dicha participación.

## **CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

La participación ciudadana hoy por hoy es considerada según Piñeros (especialista en Periodismo Digital), como una fuente de empoderamiento del ciudadano en el área periodística, entendiéndose como un espacio de difusión, encuentro y acción hacia un tema determinado que puede de alguna manera aportar algo al bien común.

Las experiencias de algunos medios nos hacen ver que el ciudadano común, específicamente aquel que ha venido creciendo y evolucionando con las tecnologías es un ser sediento de información que además busca no solo replicar lo que ve, sino ser el centro de atención en algunos de los casos, por ejemplo, aquellos que comparten sus fotografías y vivencias en los espacios de “tu voz” de Últimas Noticias o los que dan su opinión cual especialistas en Entre Todos de El Periódico de Catalunya.

Lo que sí es cierto, es que la diferencia cultural evidencia los aspectos fundamentales de conducta y acción, vemos una España que participa concéntricamente en los temas políticos (opinión) es su enfoque principal, mientras que en Venezuela los temas se han tornado más variados.

Al analizar estos medios durante una semana se pudo identificar que como expresa García (comunicación personal 2018) curiosamente las denuncias no son el tema más abordado por los usuarios, esto puede deberse a razones culturales y sociales, considerando los factores externos que nos rodean; digamos que gastar esfuerzos en denunciar en medio de entes sordos y ciegos es un poco perder el tiempo.

Otro de los puntos clave en medio de la investigación es identificar que para cada uno de los medios el éxito de sus espacios es subjetivo de acuerdo a los indicadores que manejen y cómo deseen abordar y encausar la participación; sin embargo, en

esta oportunidad no fue medible por no tener contacto directo con representantes de dichos espacios en ambos diarios.

Así mismo caracterizar los sitios permitió que se develaran aquellas debilidades que poseen los medios. Ejemplo Últimas Noticias, que tiene un bajo nivel de participación, claro está puede deberse a múltiples razones, que van desde la promoción del espacio, la responsabilidad y actividad del periodista y el equipo que lleva esa área, hasta el desconocimiento de las personas sobre su existencia; cosa que debe atacarse, de lo contrario se estaría desaprovechando un espacio en la web vital para seguir construyendo comunidades, suscriptores y nichos de audiencia como lo decía Balza, que se sientan atraídos por la información.

Particularmente mediante esta investigación se ha podido ver cómo las redes sociales solapan por mucho las páginas web, hoy en día al hablar de “participación ciudadana” usuarios, inclusive profesionales de la comunicación lo asocian con las redes directamente, dejando a un lado los demás esfuerzos que algunos medios principalmente aquellos que mantienen sus ediciones impresas, hacen para conservar sus públicos. No son muchos los profesionales dedicados o que laboran especialmente en el área de participación ciudadana fuera del contexto “redes sociales”, por lo que tratar de ubicar a los expertos fue todo un reto.

En un primer intento se realizó un contacto vía correo electrónico con Joan Cañete coordinador del área de participación Ciudadana de El Periódico de Catalunya, dispuesto aportar su opinión sobre el tema, más adelante no dio respuesta; se hizo lo propio con el catedrático Ramón Salaverría, pero por motivos de agenda tampoco se dio la entrevista.

Esta acotación es pertinente porque el mundo digital no es solo conocer y manejar las redes, es no dejar de construir vínculos entre audiencias y medios, es explorar las capacidades de los prosumidores y entender que, aunque no es avalado el término “periodismo ciudadano” ya los ciudadanos de alguna manera informan mucho más que los propios medios.

Llama la atención que son contados los medios que disponen de estos espacios web, por lo tanto, fue dificultoso conseguir expertos en el área de participación ciudadana.

Por otro lado, se considera que los espacios de participación ciudadana deben tener el mismo grado de importancia y notoriedad que las páginas principales, de lo contrario con el pasar del tiempo se disiparan.

Escuchar a la audiencia, es principal para cualquier proyecto de emprendimiento. Básicamente antes de entrar en la investigación tenía un concepto equivocado sobre la temática predilecta de los usuario, la cual creía apuntaban en un 100% hacia las denuncias, pero al comparar los medios, hablar con los expertos y consultar con las personas, el panorama cambió por completo; las personas participan más de otros temas, y es que en las condiciones sociales en que se encuentra el país enfrascarse en lo negativo no es una opción, por tanto una vía de escape y distracción es abordar aspectos del ámbito social y principalmente cultural, somos una sociedad dinámica, optimista y con ganas de buscar alternativas en medio de las crisis.

Por esta razón es importante conocer a las audiencias a esos pequeños nichos de mercado, como medio lanzar una propuesta sin testear primero, sería un error fatal lo mismo que no aplicar cualquier tipo de sugerencia y mejoras que se hacen en este trabajo de investigación o cualquier otro.

Los medios no solo deben escuchar a las audiencias si no crear experiencias en ellos, mismas experiencias que permitirán se creen vínculos y lealtades a las marcas, lo que los hace más fuerte frente a sus competidores.

Finalmente, la participación ciudadana sigue siendo un hecho real en los medios, por lo tanto, no se debe ignorar ni menospreciar, por el contrario, se está en la obligación de mejorarlos constantemente no solo en contenido si no en estructura, hacerles refrescamiento y actualizaciones, incorporando más recursos multimedia,

interactividad, hipertextualidad, en fin, adaptando las formas según los mismos usuarios van demandando.

Hacen falta más espacios de participación ciudadana, medios comprometidos en formarlos y profesionales apasionados de ella, porque como se comentó anteriormente las redes han destronado prácticamente la web, pero aun así hay ciudadanos que prefieren los modelos tradicionales, y que por ejemplo pudiendo tener cuentas en Facebook, twitter entre otras, aun su línea de acción sigue estando en los medios (web) y ese es un público que no se puede desperdiciar, por ello esta propuesta está básicamente enmarcada en la audiencia, porque finalmente ellos serán los consumidores.

Es más que evidente que los medios tienen el deseo de generar espacios (líneas de producto) que compitan en el mercado y logren captar la atención de nuevos usuarios, haciendo su esfuerzo por mantener a los ya existentes o los que acompañaron la migración o convergencia digital que participaban en la parte impresa y ahora lo hacen en lo digital.

La era digital es una era de empoderamiento y más temprano que tarde los ciudadanos tomaran su parte si los medios no reaccionan ante sus demandas.

## RECOMENDACIONES

La investigación y propuesta final ha permitido abordar un tema en constante crecimiento, la participación ciudadana es cada vez más real y visible en el entorno digital que se vive actualmente.

Escuchar a los usuarios es la clave para diseñar propuestas en todo ámbito comunicacional, ya que son ellos quienes harán uso de estos espacios. Por tanto, surgen las siguientes recomendaciones enmarcadas en cada uno de los objetivos planteados.

- Aplicar las mejoras sugerencias y mejoras encontradas a lo largo de la investigación: vistas quizá como una debilidad, lo que se pretende es transformarlas en fortalezas.
- Incrementar la participación de los usuarios: se logra promocionando el espacio, visibilizando mejor la ubicación en la página web del medio, optimizando los tiempos de respuesta por parte del medio, simplificando los modos o sistema de registro, editores de texto, registro e incluso acceso y recuperación de claves.
- Reestructurar las secciones de participación: jerarquizando en tamaño y forma aquellos que son predilectas por los usuarios, los medios deben no acumular participación en una sola sección o categoría, sino más bien invitar a utilizar la variedad de secciones y distribuir los contenidos de la mejor manera posible.
- Dinamizar la participación ciudadana en los medios: requiere la incorporación de recursos multimedia (videos, audio etc.) que enriquezca el espacio y promuevan una audiencia mucho más participativa.
- Sí bien en las redes la participación arroja gran cantidad de espacio, utilizarlas como vínculos para llegar a la web, beneficiando así al medio.
- Crear equipos de trabajo: aunque tiene sus dificultades, los medios como El Periódico de Catalunya y Últimas Noticias que poseen estos espacios deben

afinar, motivar y formar profesionales en esta área de trabajo, buscando la optimización de los sistemas tanto a nivel de programación, periodístico y promocional.

- Conocer las preferencias de uso de los ciudadanos: escuchar a las audiencias y específicamente los nichos de mercado que hacen o deseen hacer vida dentro de estos espacios es importante, de ahí parte la propuesta en cuanto a un diseño exitoso y eficaz.
- Impulsar el registro en la participación: conocer las tasas de rebote de las páginas y el comportamiento de aquellos que entran, pero no permanecen, llamar a acciones concretas que motiven a los usuarios a participar.
- Diseñar cada vez más propuestas con mejoras constantes sobre la participación ciudadana.

Es importante recordar que la participación ciudadana incluye todas las actividades que los ciudadanos realizan voluntariamente -ya sea a modo individual o a través de sus colectivos - con la intención de influir directa o indirectamente en sus comunidades o la sociedad misma.

Finalmente, la mayor recomendación es capacitar profesionales en esta área, impulsarla, promoverla y trabajar en las mejoras contantes que se le puedan hacer a la propuesta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, J. (2013) “Nuevos alcances de la participación ciudadana a través de las redes sociales” [Artículo en línea]. Disponible en: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-11912013000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912013000200004) [Consulta: 2017, octubre, 20]

Almiron, N. (2006). “Los valores del periodismo en la convergencia digital: *civic journalism* y quinto poder”. Revista Latina de Comunicación Social. [Revista en Línea], Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.htm>/  
[http://udep.edu.pe/comunicación/rcom/pdf/2016/10\\_Art198-215.pdf](http://udep.edu.pe/comunicación/rcom/pdf/2016/10_Art198-215.pdf) [Consulta: 2017, Junio 25]

Alonso, E; Broullón, M (2016) Discursos sobre participación ciudadana y confianza. [Resumen en Línea]. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/48527/pages%20from%20nuevasalternativas-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2017, Junio 25]

Álvarez, J; Suárez, C. (2012) “Ética de la participación ciudadana en los discursos periodísticos digitales” [Artículo en Línea], Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/40443/%c3%89tica%20de%20la%20participaci%c3%b3n.pdf;sequence=1> [Consulta: 2017, Junio 25]

Anderson, K. (2013) “Utilizando lo mejor de los medios nuevos y tradicionales para darle voz a los salvadoreños” [Consulta en línea]. Disponible en: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-12628-el-faro-utilizando-lo-mejor-de-los-medios-nuevos-y-tradicionales-para-darle-voz-los-sa> [Consultado el 01 de julio de 2017]

Arias, F. (2006) El proyecto de investigación. [Libro en línea]. Disponible en: [http://fidiasarias.com/flipbook/El\\_Proyecto\\_de\\_Investigacion\\_6ta.\\_Edicion/index.html#/22](http://fidiasarias.com/flipbook/El_Proyecto_de_Investigacion_6ta._Edicion/index.html#/22) [Consulta: 2017, septiembre 05]

Barrantes, V. (2011) Periodismo interactivo y participación ciudadana: Motivaciones de los usuarios de periódicos en línea costarricenses. [Tesis en línea]. Disponible en: [http://www.eccc.ucr.ac.cr/recursos/docs/jornadas\\_2011/Victor\\_Barrantes.pdf](http://www.eccc.ucr.ac.cr/recursos/docs/jornadas_2011/Victor_Barrantes.pdf) [Consulta: 2017, Junio 26]



Chillón, J. (2010) "Oportunidades y amenazas del periodismo ciudadano en la sociedad globalizada" Revista de Filosofía, año V, 31, Universidad de Valladolid [Artículo en Línea], Disponible en: <http://www.revistadefilosofia.org/31-16.pdf> [Consulta: 2017, Junio 25]

Chirinos, E; Torres, L. (2015). La participación ciudadana: un desafío para el ciberperiodismo. [Artículo en Línea]. Disponible en: <http://www.congresoinvecom.org/index.php/invecom2015/Invecom2015/paper/viewFile/508/416> [Consulta: 2017, Junio 26]

Código de Ética del Periodista Venezolano (2006) Ministerio de Comunicación e Información. Disponible en: <http://ipsperiodista.org/fotos/file/27jun06codigoetica.pdf> [Consulta: 2017, Abril 17]

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (2009). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5908 de fecha 19 de febrero. [Consulta: 2017, Abril 17]

Cruz, J. (2016). Funciones y formas de participación ciudadana en el contexto del Periodismo digital y su rol [Tesis en Línea]. Disponible en: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/44327/Tesis%20Doctoral%20Jes%C3%BAs%20Cruz%20%C3%81lvarez.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2017, Junio 26]

De la Rica, E Benchmarking [página web]. Disponible en: <http://www.grandespymes.com.ar/2013/04/11/benchmarking-como-herramienta-competitiva/> [Consulta: 2018, enero 26]

Díaz Noci; Salaverría, R (2010).Investigacion internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, multimedialidad, interactividad y convergencia. [Artículo en Línea]. Disponible en: [http://www.academia.edu/673070/Investigaci%C3%B3n\\_internacional\\_sobre\\_ciberperiodismo\\_hipertexto\\_interactividad\\_multimedia\\_y\\_convergencia](http://www.academia.edu/673070/Investigaci%C3%B3n_internacional_sobre_ciberperiodismo_hipertexto_interactividad_multimedia_y_convergencia) [Consulta: 2018, Enero 06]

Doallo, J. (2014). El periodismo ciudadano en la prensa: el caso de 20 Minutos. [Resumen en Línea]. Disponible en:

<http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/bitstream/handle/11093/148/El%20periodismo%20ciudadano%20en%20la%20prensa.pdf?sequence=1> [Consulta: 2017, Marzo 06]

El Periódico de Catalunya (2007) [página web]. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/sociedad/20071212/la-web-de-el-periodico-lider-en-catalunya-5499665> [Consulta: 2017, Octubre 13]

Espiritusanto, O. Gonzalo, P. (2011). Periodismo ciudadano, evolución positiva de la comunicación [Libro en línea]. Fundación Telefónica: Editorial Ariel. Disponible en: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/2011-12-15-libro-periodismo-ciudadano.pdf> [Consulta: 2017, Marzo 04]

Franco, G. (2009) El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América latina. Centro Knight para el periodismo en las américas, universidad de Texas. [Revista en línea]. Disponible en: [http://biblio3.url.edu.gt/Libros/imp\\_dig\\_esp.pdf](http://biblio3.url.edu.gt/Libros/imp_dig_esp.pdf) [Consulta: 2017, Abril 05]

Fuentes, M. [Revisión de “Dan Gillmor: cambiando la lectura por conversación. Periodismo ciudadano y democratización de la información”. [Artículo en línea]. Disponible en [http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2010150\\_37-40.pdf](http://gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM2010150_37-40.pdf) [Consulta: 2017, Marzo 31]

Gobierno de España, Ministerio de Educación Cultura y Deporte “ Multimedia y web 2.0” [Consulta en línea]. Disponible en: [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo\\_1\\_Iniciacion\\_blog/concepto\\_de\\_web\\_20.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/155/cd/modulo_1_Iniciacion_blog/concepto_de_web_20.html) [Consultado el 01 de julio de 2017]

Gomes, F. (2013). “El uso periodístico de las redes sociales por los cybermedios: análisis de perfiles y estudios de caso”. [Tesis doctoral en línea]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10115/12258>. [Consulta: 2017, Junio 25]

Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2014) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N°39.610 de fecha 07. Disponible en: <http://www.conatel.gob.ve/files/leyrs06022014.pdf> [Consulta: 2017, abril 17]

Guallar, J; Rovira, C y Ruiz S. (2010) Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles [Artículo en línea]. Disponible en:

<http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>. [Consulta: 2018, marzo 09]

Hernández, R; Fernández, C; Baptista, P (2006) Metodología de la investigación [Libro]. [Consulta: 2018, marzo 09]

Ley de ejercicio del periodismo (1995) [Ley en Línea]. Disponible en: [http://cdn1.cnpven.org/archivos/73/original\\_ley\\_ejercicio\\_periodismo.pdf](http://cdn1.cnpven.org/archivos/73/original_ley_ejercicio_periodismo.pdf) [Consulta: 2018, mayo 02]

Masip, P; Díaz-Noci, J; Domingo, D; Micó-Sanz, J y Salaverría, R. (2010) “Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia” [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2010/noviembre/02.html> [Consulta: 2017, abril 01]

Meso, K (2013) Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios. [Resumen en Línea]. Disponible en: <https://repositorio.uc.cl/bitstream/handle/11534/7750/000639511.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2017, Abril 01]

Monje, C (2011) Metodología de la investigación cualitativa y cuantitativa; Guía didáctica [Resumen en Línea]. Disponible en: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf> [Consulta: 2018, Mayo 02]

Página web oficial Diario EL Tiempo <http://eltiempo.com.ve/institucional/nuestra-historia> [Consulta: 2017, abril 05]

Página web oficial Últimas Noticias <http://www.ultimasnoticias.com.ve/nosotros/> [Consulta: 2017, abril 05]

Pastor, L (2010) “Periodismo Zombi en la era de las audiencias participativas: La gestión periodística del público (UOC PRESS COMUNICACIÓN 10) [Libro en Línea], Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?> [Consulta: 2017, junio 25]

Pellegrini, S. (2010). Análisis conceptual del periodismo ciudadano y propuesta metodológica para analizar su contribución informativa. Universidad Católica de

Chile. [Resumen en línea]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v13n2/v13n2a04.pdf> [Consulta: 2017, Abril 01]

Prieto, P. (2010). Participación Ciudadana y Medios Digitales: experiencia de inmersión crítica en la participación ciudadana del siglo XXI. [Artículo en Línea], Disponible en: [http://www.kyopol.net/docs/Curso\\_PCyMD.Modulo\\_IIParticipacion\\_Ciudadana\\_del\\_siglo\\_XX.pdf](http://www.kyopol.net/docs/Curso_PCyMD.Modulo_IIParticipacion_Ciudadana_del_siglo_XX.pdf) [Consulta: 2017, junio 25]

Rivera, D. Y Rodríguez, A. (2016). El periodismo ciudadano a través de Twitter. Caso de estudio terremoto de Ecuador del 16 de abril de 2016. Revista de comunicación [Resumen en Línea], Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5880410> [Consulta: 2017, Marzo 06]

Roche, E (2014) La estructura web es esencial a la hora de posicionar nuestro sitio [página web], Disponible en: <http://coach2coach.es/estructura-web-es-base-posicionamiento-web/> [Consulta: 2018, Marzo 01]

Rost, A. (2007). "Propuestas para un periódico Digital Interactivo". Zer: Revista de Estudios de Comunicación. [Resumen en Línea], Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3698> [Consulta: 2017, Junio 25]

Sahid, E. (2010) "TIC, comunicación y periodismo digital" [Libro en Línea], Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=Ghry5w2Se6AC&pg=PA219&dq=hipertextualidad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiJl6Sy66rWAhXoYJoKHarTDzwQ6AEIKTAB#v=onepage&q=hipertextualidad&f=false> [Consulta: 2017, Junio 25]

Scott, M. (2011) "Guía para radios y televisiones, sobre la promoción de contenido generado por el usuario y la alfabetización mediática e informativa" [Libro en Línea], Disponible en: [http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/user\\_generated\\_content\\_es.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/user_generated_content_es.pdf) [Consulta: 2017, Junio 25]

Sierra, F; Rojas, C (2007). Nuevas tecnologías de la información y participación ciudadana. Redes.com: Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación, 4, 17-19. II [Revista en Línea]. Disponible en:

<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/25039/DialnetNuevasTecnologiasDeLaInformacionYParticipacionCiud3671344.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2017, Junio 26]

Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). “¿Qué son los medios de comunicación?” [página web], Disponible en: [http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los\\_medios\\_de\\_comunicacion.htm](http://admin.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/los_medios_de_comunicacion.htm) [Consulta: 2017, Octubre 27]

Tamayo y Tamayo (1997) El proceso de la investigación científica. [Libro en línea], Disponible en: <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf> [Consulta: 2017, Octubre 27]

Tendencias Digitales, (2016) Penetración y uso de internet en Venezuela. Reporte 2016. [Datos en línea]. Disponible en: <http://tendenciasdigitales.com/penetracion-y-usos-de-internet-envenezuela-2016/> [Consulta: 2017, Marzo 20]

*The New York Times* (2014) *Watching Siria's War* [página web], Disponible en: <https://www.nytimes.com/interactive/projects/watching-syrias-war> [Consulta: 2017, Octubre 27]

Valarino, E; Yáber, G; Cemborain, M (2010) Metodología de la investigación paso a paso. Trillas. [Consulta: 2018, Febrero 20]

## **ANEXOS**

## Anexo 1 Modelo de Encuesta

### UNIVERSIDAD MONTEÁVILA | ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

#### ENCUESTA

La presente encuesta es única y exclusivamente con carácter académico, la misma tiene por finalidad recabar información destinada al “**Diseño de una propuesta de contenidos temáticos y forma de participación ciudadana en medios digitales para la determinación de las características claves de uso**”.

**Instrucciones:** Por favor lea cuidadosamente las preguntas, y responda la opción de su preferencia.

Actualmente varios medios de comunicación han creado espacios para que los ciudadanos/lectores/usuarios puedan publicar noticias, denuncias, reflexiones o cualquier otro tipo de material, a esto le llamamos participación ciudadana. Ejemplo de ello lo encontramos en los diarios Últimas Noticias, espacio “Tu voz”, y el Periódico de Catalunya, con “Entre todos”.

1.- ¿Ha hecho uso de los espacios de participación ciudadana en algún medio digital o impreso?

Sí\_\_\_ No\_\_\_, En caso de responder afirmativamente, por favor, indique en cuál medio y reseñe brevemente su experiencia:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

—

2.- ¿En qué medio le gustaría participar?

El que lee con mayor frecuencia\_\_\_

Medio local\_\_\_

Medio nacional\_\_\_

Medio internacional\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

3.- ¿Cuál de estos temas le gustaría abordar en los espacios de participación ciudadana?

Política\_\_\_ Economía\_\_\_ Sociales\_\_\_ Cultura\_\_\_ Comunidad\_\_\_

Denuncias\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

4.- Le gustaría que el espacio de participación ciudadana esté estructurado en varias secciones de acuerdo a lo que se publica, por ejemplo, sección para denuncias, reflexiones y escritos, comunidad, otros.

Sí\_\_\_ No\_\_\_

5.- De hacer uso de los espacios de participación ciudadana, lo haría para:

Informar\_\_\_

Entretener\_\_\_

Hobby\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

6.- ¿Con qué frecuencia le gustaría participar en estos espacios?

Diariamente\_\_\_

1 vez por semana\_\_\_

1 vez al mes\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

7.- ¿Con cuál de estos recursos acompañaría sus publicaciones?

Videos\_\_\_

Fotografías\_\_\_

Audios\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

8.- Al hacer uso de su participación en un medio, ¿cuánto espacio le gustaría tener para realizarlo?

Lo que el medio disponga\_\_\_

1 página completa\_\_\_

Media página\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

9.- En cuanto a ubicación y accesibilidad del espacio, dónde le gustaría que estuviese

En el home o página principal\_\_\_

En una pestaña aparte\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

10.- Mediante qué mecanismo le gustaría que fuera el registro para la participación ciudadana

Suscripción al medio\_\_\_

Espacios para el vaciado de información\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

11.- De estos elementos ¿cuál preferiría que el medio implementará para ayudarlo en su participación ciudadana?

Video tutorial\_\_\_

Imagen con el paso a paso\_\_\_

Guía informativa descargable\_\_\_

Audio explicativo\_\_\_

Otro, especifique\_\_\_\_\_

12.- Le gustaría que otros usuarios pudiesen interactuar en su publicación a través de comentario, darle like u otro

Sí\_\_\_ No\_\_\_

13.-Qué opina ud. con respecto a que el medio revise y apruebe la información que usted suministra

---

---

---



## Anexo 2 Respuestas de las encuestas

1.- ¿Ha hecho uso de los espacios de participación ciudadana en algún medio digital o impreso?	por favor, indique en cuál medio ha hecho uso de la participación ciudadana y reseñe brevemente su experiencia:	2.- De ud. hacer uso de la participación ciudadana, ¿en qué tipo de medio lo haría?	3.- ¿Cuál de estos temas le gustaría abordar en los espacios de participación ciudadana?	4.- ¿Le gustaría que el espacio de participación ciudadana esté estructurado en varias secciones de acuerdo a lo que se publica, por ejemplo, sección para denuncias, reflexiones y escritos, comunidad, etc.	5.- De hacer uso de los espacios de participación ciudadana, lo haría para:	6.- ¿Con qué frecuencia le gustaría participar en estos espacios?	7.- ¿Con cuál de estos recursos acompañaría sus publicaciones?	8.- Al hacer uso de su participación en un medio, ¿cuánto espacio le gustaría tener para realizarlo?	9.- En cuanto a ubicación y accesibilidad del espacio, dónde le gustaría que estuviese	10.- Mediante qué mecanismo le gustaría que fuera el registro para la participación ciudadana	11.- De estos elementos ¿cuál preferiría que el medio implementará para ayudarlo en su participación ciudadana?	12.- Le gustaría que otros usuarios pudiesen interactuar en su publicación a través de comentario, darle like u otro	13.- ¿Qué opina ud. con respecto a que el medio revise y apruebe la información que usted suministre en su participación?
No		Medio local	Comunidad	SI	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	SI	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	SI	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	SI	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo
Si		Medio local	Comunidad	SI	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Seria censura previa
No		Medio local	Denuncias	SI	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	si	Es correcto
No		Medio local	Cultura	SI	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio nacional	Economía	SI	Informar	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Adecuado para evitar informac
No		Medio internacional	Política	SI	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Esta en todo su derecho siemp
No		Medio local	Denuncias	SI	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Es lo más lógico
No		Medio internacional	Cultura	SI	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Oportunidad de exponer y rect
No		Medio nacional	Comunidad	SI	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	SI	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	SI	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	SI	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	SI	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo
Si		Medio local	Comunidad	SI	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Seria censura previa
No		Medio local	Denuncias	SI	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	si	Es correcto
No		Medio local	Cultura	SI	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio nacional	Economía	SI	Informar	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Adecuado para evitar informac
No		Medio internacional	Política	SI	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Esta en todo su derecho siemp
No		Medio local	Denuncias	SI	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Es lo más lógico
No		Medio internacional	Cultura	SI	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Oportunidad de exponer y rect
No		Medio nacional	Comunidad	SI	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	SI	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	SI	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	SI	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	SI	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo

## Anexo 2 Respuestas de las encuestas

Si		Medio local	Comunidad	Si	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Sería censura previa
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	no	Es correcto
No		Medio local	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio nacional	Economía	Si	Informar	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Adecuado para evitar informac
No		Medio internacional	Política	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Esta en todo su derecho siemp
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Es lo más lógico
No		Medio internacional	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Oportunidad de exponer y rec
No		Medio nacional	Comunidad	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	Si	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	Si	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	Si	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	Si	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo
Si		Medio local	Comunidad	Si	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Formulario de registro	Video tutorial	si	Sería censura previa
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	si	Es correcto
No		Medio local	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio nacional	Economía	Si	Informar	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Adecuado para evitar informac
No		Medio internacional	Política	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Esta en todo su derecho siemp
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Es lo más lógico
No		Medio internacional	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Oportunidad de exponer y rec
No		Medio nacional	Comunidad	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	No	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	Si	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	no	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	Si	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	Si	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	Si	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo
Si		Medio local	Comunidad	Si	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Sería censura previa
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	si	Es correcto
No		Medio local	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio nacional	Economía	Si	Informar	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Adecuado para evitar informac
No		Medio internacional	Política	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Esta en todo su derecho siemp
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Es lo más lógico
No		Medio internacional	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Videos	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Oportunidad de exponer y rec
No		Medio nacional	Comunidad	Si	Informar	1 vez al mes	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	no	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	Si	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo
No		Medio internacional	Cultura	Si	Hobby	1 vez por semana	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte superior	Espacios para el vaciado de in	Video tutorial	si	Si debe ser revisado para evita
Si		Medio nacional	Sociales	Si	Hobby	Diariamente	Fotografías	Media página	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Imagen con el paso a paso	si	Sería lógico
Si	Ultimas noticias	Medio nacional	Cultura	Si	Entretener	Diariamente	Videos	1 página completa	En la parte superior	Suscripción al medio	Imagen con el paso a paso	si	De acuerdo
Si		Medio local	Comunidad	Si	Informar	Diariamente	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	Sería censura previa
No		Medio local	Denuncias	Si	Informar	Otro	Fotografías	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Espacios para el vaciado de in	Audio explicativo	si	Es correcto
No		Medio local	Cultura	Si	Informar	Diariamente	Audios	Lo que el medio disponga	En la parte inferior	Suscripción al medio	Audio explicativo	si	De acuerdo
No		Medio local	Comunidad	Si	Informar	1 vez por semana	Videos	Media página	En la parte superior	Suscripción al medio	Video tutorial	si	De acuerdo

### Anexo 3 Consulta a experto (1)

**Nombre:** Lisbeth Piñeros

**Profesión:** Comunicadora social/ Especialista en Periodismo Digital

**Empresa y cargo que ocupa actualmente:** La Patilla- redactora web

#### ¿Cómo están utilizando los medios digitales la participación ciudadana?

Los medios no estamos aprovechando en su totalidad la parte ciudadana, nosotros hacemos un acercamiento. Nosotros en La Patilla consultamos mucho lo que habla la gente en redes sociales que eso es muy importante, porque se basan en un hecho noticioso del momento. Por qué digo que es a medias, es que no hay una página web que tú digas “voy a consultar aquí, porque ahí hay todas las denuncias de las personas”. Aquí lo que hay es que existe una necesidad o problemática en un sitio, entonces yo como periodista y medio busco la manera de darle solución, y más si es un medio que la gente visita mucho.

#### Según su experiencia, existe algún aporte significativo de la participación ciudadana en los medios de comunicación, en cuanto a tráfico web, interacción, aumento de lectores-usuarios u otro

Sí y no, sí porque el ciudadano se siente tomado en cuenta, se sienten identificados y por ejemplo gracias a que lo leyó la gente en La Patilla o “x” medio, entonces eso comienza a generar interacción con los medios. Se producen réplicas de información. Hay otra parte donde podemos decir que no es bien aprovechado, porque nosotros deberíamos tener un canal únicamente de denuncias, por ejemplo, o solo de servicios públicos u otro.

#### ¿Hablamos de periodismo ciudadano o participación ciudadana?

Yo lo llamaría **Participación Ciudadana** todavía, porque muchos pensamos que al llamarlo **periodismo ciudadano** el señor viene aquí me quita la computadora y escribe su nota y me la manda, pero es que no todo lo que escribe el ciudadano es adecuado ni de interés para el común. Yo no puedo agarrar y decir como ciudadano “voy a mandar esto a La Patilla para que me lo publiquen”, eso no es así eso es el gran tabú.

Participación ciudadana es lo que hacemos con los tweets de la gente que informa, las notas que ellos envían para ser publicadas y todos esos espacios.

También surge que si alguien publica algo o se le publica algo y la persona tiene renombre se comienza a generar mucha más interacción y credibilidad.

Hablar de “**periodismo ciudadano**” no lo creo, todavía le falta madurar ese término,

**¿Cuáles son los temas preferidos de los ciudadanos a la hora de participar?**

Creo que el principal es la denuncia, es decir, denuncias en lo político o económico, pero lo que le sigue a la denuncia es el “selfie” es decir, el yo, que la gente vea que tu estas en algo, dando de qué hablar. Yo creo que denuncia es el rey por lo menos aquí en Venezuela.

**Si no estuviésemos en la situación país ¿Cuál crees que sería el tema escogido por los ciudadanos para participar?**

Yo creo que estuviéramos dándole más cabida a las acciones que se hacen dentro de las comunidades, a la acción social o labor social, fundaciones, ONG pero desde la personas porque es más cercano. Eso tiene tanto valor como las denuncias, No solo es la denuncia, también hay gente que te informa, por eso no solo se puede basar un sitio de participación ciudadana en la denuncia; que sigue siendo el numero 1 pero hay otros factores.

**¿Cuáles son los mejores mecanismos para que el ciudadano participe: ¿suscripción, registro, vaciado de información, otro?**

Si es una página especializada en denuncias, debería ser solo dejar el comentario, pero si es algo con más cancha, recuérdate que el medio se debe a los lectores y el medio subsiste con publicad (paga), si quieres que tu medio puedas seguir generando entradas para que otras personas se enteren de esa participación, debes tener anunciantes que paguen, y esos anunciantes “pagan” cuando el medio le dice la cantidad de clicks, de usuarios, etc, entonces ahí entran las métricas. Por lo tanto, sí es buena la **suscripción**, se debe crear un formato, para ello debes tener gente especializada, unos que escriban y otros que verifiquen la información porque hay mucha gente que tiene la intención, pero no sabe comunicar. Y a la vez el decálogo para publicar, es decir, especificarle a la persona, por ejemplo, titulo de tantas palabras, descripción de tantos caracteres y así sucesivamente.

Sí tienes que tener suscriptores, incluso puedes tener una parte paga, con contenido exclusivo. Sin embargo, aquí en Venezuela no hay una cultura de pago por las noticias, y más con las redes sociales de libre acceso.

**¿Es efectiva la participación ciudadana en los medios digitales venezolanos?**

Sí y no. Sí porque todos se pueden enterar, pero no a todo el mundo le va a llegar, las condiciones de internet en Venezuela son complicadas. Pero en términos generales si es efectiva.

**¿Puede el ciudadano aportar contenido valioso para el medio, por qué?**

Sí, en muchos casos el medio no maneja la información y gracias a los contenidos del ciudadano se hacen trabajos de investigación.

**¿Cree usted que la participación ciudadana es un mecanismo de empoderamiento del ciudadano común con el periodismo?**

Sí, es la única forma que el ciudadano tiene para expresarse y para pedir, y para decidir incluso. Y crea debate que es importante. **Empoderamiento sí.**

**A ustedes como medio (LaPatilla) los han censurado en algún momento, pero ¿ustedes han censurado a alguien, a algún ciudadano?**

Sí, hay personas que omitimos y bloqueamos, no es un patrón ni un número, pero si hay personas que debemos censurar porque no se acoplan a las formas.

**Según su opinión, ¿qué atributos físicos debería tener un espacio de participación ciudadana ideal para fomentar su uso en los usuarios?**

Primero debes revisar los intereses del medio para publicar al ciudadano, pero ante todo una posición dentro de la página. ¿qué es lo que te dicen los expertos?, que es lo primero que tú ves en una página web, supuestamente tú haces una zeta en lectura, algunos dicen que una E; yo lo colocaría del lado derecho superior, porque es lo primero que ves mientras haces un barrido y en el primer pantallazo, sin embargo, si es algo que no se le va a dar valor entonces se coloca al final en el *footer*, de lo contrario colócalo arriba en el primer pantallazo a la derecha y qué le vas a colocar, pues algo atractivo una fotos, o una nota que te explique cómo es el sistema y como deben redactar, una guía de lo que necesitas para participar.

**¿Qué elemento utilizarías para guiar a los ciudadanos en la participación?**

Yo haría un video con el paso a paso, en su defecto una infografía, un estilo herradura y explicarle evidentemente al ciudadano a detalle qué se requiere de él. Había una página web (no recuerdo) que al llegar la nota al sitio le daban al ciudadano un lapso de 2 horas para ver tu nota publicada.

En últimas Noticias cuando yo trabaje ahí en el 2000 en Cadena Capriles, lanzamos una página que se llamaba La Cadena Global, tenía una sección que se creó por lo del deslave de Vargas, gente que solicitaba ayuda de gente desaparecida etc. y recuerdo que en esa oficina desarrollamos una sección de los desaparecidos, pedíamos que la gente diera los mayores detalles posibles- era una forma de ayuda y expresión ciudadana- y le dábamos lapso de tiempo para publicar. Tuvimos allí como 500 personas.

**¿Cómo reaccionó la gente al darle respuesta?**

La gente se mostró agradecida, se hacían notas en el periódico como tal, y relataban todo el hecho, tu decías funciona y le llegas a tanta gente, y era una estructura hecha en casa, el programador armo la maqueta y comenzamos.

**¿Qué elementos del periodismo digital (hipertextualidad, multimedialidad, interactividad) es el más utilizado en los espacios de participación ciudadana?**

La multimedialidad, porque hipertextualidad, los ciudadanos no saben que es y la interactividad, aunque presente, es medible. Yo lo haría con un video corto, porque la gente no lee, en cambio con un video es mucho más real más verídico y fácil de comprobar. Por supuesto la parte multimedia, una galería de fotos, textos, entrevistas u otro. El video te da la certeza que tú estás en ese sitio de verdad. Y además le da la confianza al medio.

**Los medios están preparados para un flujo grande de información, por ejemplo, en El Periódico de Catalunya se publican al menos 20 entradas diarias, cómo ves ese aspecto.**

Debe haber una estructura, una gente redactando y otra gente revisando. Porque revisar es tan duro como escribir, porque debes traducir qué quiere decir la persona, y debe ser así porque por ejemplo en España son pioneros en periodismo digital prácticamente, y deben tener una estructura bien hecha para hacerlo.

**¿Utilizan los medios algún mecanismo de verificación de información en los casos de participación ciudadana?**

En el caso de nosotros, revisamos las etiquetas o hashtags, vemos las reacciones de la gente, y verificamos con las imágenes, lo común es *googlear* las imágenes y verificar que no sea información vieja. De ahí radica el trabajo del periodista, “investigar”

## **Anexo 4 Consulta a experto (2)**

**Nombre:** Millangela Balza

**Profesión:** Comunicadora social/ Especialista en Periodismo Digital

**Empresa y cargo que ocupa actualmente:** Actualmente periodista independiente. Con experiencia laboral en Últimas Noticias en la unidad de Participación ciudadana, en el espacio La voz del lector y reportera en Contra punto.

### **¿Cómo están utilizando los medios la participación ciudadana?**

El principal y más importante uso que se da en los medios digitales en cuanto a la participación ciudadana, es que nos dan la oportunidad de iniciar trabajos de investigación, el hecho de escuchar a la audiencia te permite iniciar esos trabajos. La participación te da luces de lo que puedes iniciar como un reportaje.

### **¿Existe algún aporte significativo del ciudadano hacia el medio en su participación?**

La participación de los usuarios es todo, recordemos que los atributos del periodismo digital son la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. La comunicación ya no es lineal, de un medio con una masa, la comunicación ya es multidireccional de hecho ya nos referimos a una masa si no a nichos de audiencia, y estos nichos le pueden responder al medio. Antes era muy engorroso, ahora con el internet es inmediato. Todos los beneficios (tráfico web, interacción, aumento de lectores-usuarios u otro) son válidos, la participación ciudadana en si es un atributo del periodismo digital.

En su momento yo entreviste a Alejandra Romero, gerente de comunidades del Banco Occidental de Descuento, y hablando de los beneficios de la participación ciudadana ella comentó “la interacción es gratuita está al alcance de tu mano, basta con tener redes sociales o entrar a la página web del medio comentar lo que tú quieras y ya”. También en entrevista con Carlos Jiménez Director de Tendencias digitales me recordó también que con la participación ciudadana existe un mayor involucramiento de las audiencias con el medio y esto te genera mayor lealtad al medio.

### **Temas preferidos por las audiencias a la hora de participar**

Estos nichos de audiencias pueden tener muchas variantes al momento de participar, sin embargo, Carlos Jiménez en su momento me comentó que lo que motiva a la audiencia a participar son aquellos contenidos vinculados con causas sociales, humor o algún tipo de emoción, algo que genere en ti rabia, orgullo u toro. Cada segmento de usuarios busca contenidos diferentes. También Danisbel Gómez promotora de la unidad de participación ciudadana en Últimas noticias, me comento que los usuarios buscan temas sobre salud o servicios públicos, son temas que representan algo para el ciudadano.

### **Debilidades y fortalezas de la participación ciudadana**

**Debilidades:** que la gente comenta cualquier cosa, cosas que no aportan valor a uno como periodista, sin embargo, eso no es tanta culpa de los ciudadanos sino del medio que no guía la participación o que no la promueve de la mejor manera. Incluso podemos decir que la gente no tiene conciencia del gran poder que tiene como participantes ciudadanas en la formación de contenidos.

**Fortalezas:** La interacción es gratuita, lealtad al medio, inicio de trabajos de investigación y una riqueza de historias.

También es impórtate que el medio de respuesta a esas inquietudes y “denuncias” en ese caso que hacen las personas a través de la participación ciudadana, debe haber una respuesta por parte del medio.

### **Con respecto a la parte visual de la participación ciudadana, qué puedes comentar.**

Bueno lo principal una fotografía de calidad, que transmita una historia que habla más que el texto. Títulos que promuevan la participación, su jerarquización es importante, evidentemente el ciudadano no sabe hacerlo, pero para eso está el periodista, siendo lo más fiel a lo que la persona expresa para no crear disgustos ni controversias.

### **Cómo estimulas la participación o que los ciudadanos participen**

Se deben pedir acciones directas, ser explícitos decirle a la persona “participa”, promocionarlo para que las personas se involucren. Agregar preguntas que la gente pueda responder o temas de debate. También se pueden aprovechar picos informativos o noticias muy destacadas que dan tela que cortar.

### **Qué otras formas o espacios de participación ciudadana conoces**

Ahorita se lleva mucho lo que son las redes sociales, más que todo twitter donde se hacen encuestas o Facebook, también los canales de WhatsApp por ejemplo el de Efecto Cocuyo (desconozco si aún existe) pero son vías para la participación.

### **Cómo potenciarías la interactividad en estos espacios**

Ahorita bueno con los hashtags todo es posible, esto genera tráfico y mucho material para aportar.

### **Consideras que los medio deberían ampliar la gama de recursos multimedia para la participación ciudadana, en los diarios El Periódico de Catalunya y Últimas Noticias solo se emplean las fotografía, crees que los ciudadanos están listos para usar videos, incluso audios**

Sí, creo que la gente está preparada para usar estos recursos. Cualquier recurso es válido siempre y cuando el medio lo permita y promueva, creo que en vídeo es mucho mejor por ejemplo en el caso de las denuncias o un audio de alguna persona. El periodismo es una cuestión de credibilidad, debe haber una revisión exhaustiva del material.



## **Anexo 5 Consulta a experto (3)**

**Nombre:** Pedro García Otero

**Profesión:** Comunicador social

**Empresa y cargo que ocupa actualmente:** Director en Noticiero Digital y editor en Panampost

### **¿Por qué participa en un medio el ciudadano, cuál es su motivación?**

Creo que desde que los medios no eran digitales la gente tenía interés en participar, y por eso los periódicos tenían las secciones de cartas y las radios las de llamadas (la televisión fue siempre bastante menos interactiva).

Eso se potenció por supuesto con la respuesta inmediata que se puede poner en la web y más con las redes sociales.

### **¿Cómo es la participación ciudadana actualmente en los medios digitales?**

En Venezuela, casi totalmente, se hace a través de Facebook o de Disqus, otra herramienta de comunicación. Los foros anónimos representan mucho peligro para los medios por las amenazas de la Ley Resorte. De todos modos, yo calificaría, en general (no en Venezuela) esa participación como banal y de desahogo. Hay muy pocas experiencias exitosas de verdadero periodismo ciudadano, donde la gente participe con temas y proposiciones; te diría, es más, que no conozco ninguna.

### **Fortalezas y debilidades de los espacios de participación ciudadana.**

Bueno, como principal fortaleza te diría que la participación ciudadana es “entretendida”, sirve para que la gente se quede más en las páginas y genera lealtad de marca con la web que la permite; eso, por supuesto, está visto desde el interés de la página web.

Desde el interés de los lectores, pues el hecho de poder presentar su opinión sobre un tema es una ventaja en sí misma, no creo que haya que darle más vueltas; y permite generar ideas afines, y objetivar (algunas veces) juicios subjetivos, que es lo que, según Habermas, forma verdadera opinión pública.

Entre las debilidades, citaríá esa banalización de muchos comentarios, así como el simplismo que rodea ciertos debates. Otra debilidad, para mí, es que esos foros en ocasiones son manipulados por formadores de opinión para hacer creer que una tendencia de pensamiento es mayoritaria, cuando no lo es.

### **¿Cuáles son los temas preferidos de los ciudadanos a la hora de participar (denuncias, opinión, política, economía u otro)?**

Política es un tema determinante. Luego, sorprendentemente, te diría que Deportes es un tema en el que la gente participa mucho. Lo demás son para personas más informadas, y ciertamente, de más nivel. La denuncia de temas ciudadanos (con tantos temas que hay para denunciar en Venezuela, por cierto) ocupa sorprendentemente poco espacio.

### **¿Puede el ciudadano aportar contenido valioso para el medio, por qué?**

La experiencia, por lo menos en Noticiero Digital, es que en ocasiones los ciudadanos (este es el único medio que mantiene un foro abierto en Venezuela) dan datos e informaciones que nosotros aún no tenemos, en nuestra web, e incluso en ocasiones esos mismos contenidos terminan, firmados por los lectores, en nuestras páginas.

Y luego, siempre, tanto lectores como seguidores en redes sociales, por supuesto, pueden darnos datos, alertas o visiones alternativas, que terminan estando en nuestra página web.

**Según su opinión, ¿qué atributos físicos debería tener un espacio de participación ciudadana ideal para fomentar su uso en los usuarios?**

Yo siempre he dicho que las páginas web deberían tener blogs de los usuarios, pero eso sí, de usuarios registrados y que hayan probado que son capaces de entregar contenidos de calidad.

**Considera que los medios deberían optar por otros recursos multimedia a utilizar por los ciudadanos (la mayoría de estos espacios solo se pueden agregar fotos)**

El problema con todo esto es que los medios digitales, en general, funcionan con personal mínimo. Es muy difícil contratar personas para tareas muy específicas; mucho más difícil formarlas, y aún, después de formadas, es terriblemente complicado retenerlas. También es muy complicado crear un espacio de participación que se autorregule.

Y cuando combinas estas dos cosas, decides que incluso fotos puede ser un problema muy complejo de manejar, porque, por ejemplo, un Community Manager tiene al menos otras dos obligaciones que le restan tiempo para asumir una tercera.

**Están los medios preparados para manejar un flujo grande de publicaciones en estos espacios (por ejemplo, el Periódico de Catalunya son al menos unas 20 publicaciones diarias).**

Te diría sin temor a equivocarme que no.

**¿Utilizan los medios algún mecanismo de verificación de información en los casos de participación ciudadana?**

Por supuesto, la verificación normal de cualquier historia. Si vemos que algo no es cierto, lo eliminamos de inmediato. El “de inmediato” significa cuando nos damos cuenta, que no es cuando lo publica el autor, porque como te dije antes, es un negocio terriblemente complicado y en el que justificar cada contratación es durísimo, y luego formar y retener esas contrataciones, hasta más.

## Anexo 6 Consulta a experto (4)

**Nombre:** Joan Cañete Bayle

**Profesión:** Periodista, licenciado en Ciencias de Información en la Universitat Autònoma de Barcelona

**Empresa y cargo que ocupa actualmente:** Coordinador de Opinión y Entre Todos en El Periódico de Catalunya

**¿Cómo surge la iniciativa de crear este espacio de participación ciudadana?**

El objetivo es aunar las características de la participación digital (**inmediatez, rapidez, cultura de compartir, cultura de participar en el proceso informativo**) con las clásicas características de las cartas al director (selección, jerarquización, solicitud de datos al autor para evitar los anónimos).

**¿Existe algún aporte significativo de la participación de los usuarios en el medio (tráfico web, interacción, aumento de lectores-usuarios u otro)**

Sí. Entre Todos ha supuesto un aumento en tráfico, número de interacciones y aumento de usuarios. También aporta valiosos elementos a la producción periodística: testimonios, identificación de temas, etcétera. Por eso llamamos a Entre Todos, la sección de periodismo con el ciudadano.

**¿Cuáles son los temas preferidos de los ciudadanos a la hora de participar?**

Actualidad política, denuncia, temas locales de ciudad.

**Breve explicación del proceso luego que el ciudadano se registra y escribe su participación, en cuánto tiempo se revisan las publicaciones y cuáles son los mecanismos de verificación de la información**

- . - El usuario se registra y escribe su participación.
- . -Comprobamos que ha enviado todos los datos que sirven para garantizar que no se trata de textos anónimos. Establecemos contacto directo si es necesario.
- . -Editamos los textos
- . -Publicamos los textos.
- . -Si es necesario, establecemos contacto directo para verificar afirmaciones de los textos.

**¿Cuál (es) considera ud. son las debilidades y fortalezas de la participación ciudadana en los medios?**

**Debilidades:** Los medios tradicionales aún menosprecian el contenido generado por los usuarios.

**Fortalezas:** Crea comunidad, enriquece el periodismo, aumenta canales de difusión, crea imagen de marca.

**Cree ud. que este Entre Todos ha sido exitoso y porqué**

Sí. Hemos creado una comunidad creciente e influimos en la línea editorial y en la producción periodística del diario.