



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



**MANUAL DE MIGRACIÓN DIGITAL DEL PERIODISTA VENEZOLANO**

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

Silva Briceño, María Alejandra. C.I.: 19.288.145

**Asesorado por:**

García Otero, Pedro

Caracas, noviembre de 2018

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

**MANUAL DE MIGRACIÓN DIGITAL DEL PERIODISTA VENEZOLANO**

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

Silva Briceño, María Alejandra. C.I.: 19.288.145

**Asesorado por:**

García Otero, Pedro

Caracas, noviembre de 2018

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

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: MANUAL DE MIGRACIÓN DIGITAL DEL PERIODISTA VENEZOLANO, presentado por la ciudadana: **Silva Briceño, María Alejandra**, cédula de identidad N° 19.288.145, para optar al título de Especialista en Periodismo Digital, dejan constancia de lo siguiente:

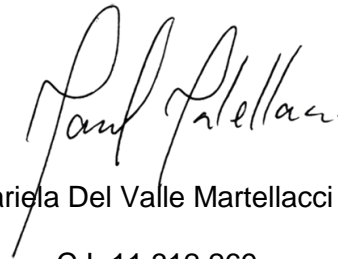
1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día 27 de noviembre de 2018, en el aula 3, en la sede de la Universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores decidieron otorgar la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, a los 27 días del mes de noviembre de 2018.



Prof. Nelly Meléndez Gómez

C.I. 7.835.301



Prof. Mariela Del Valle Martellacci Trujillo

C.I. 11.312.269

Señores:

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

Atención: Profesora Geraldine Cardozo

Referencia: **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): **Silva Briceño, María Alejandra**, titular de la Cédula de Identidad N° **19.288.145**; cuyo título tentativo es: **“Manual de migración digital del periodista venezolano”**, la cual cumple con los requisitos vigentes de esta casa de estudio para asignarles jurado y su respectiva presentación.

A los 02 días del mes de noviembre de 2018

Meléndez, Nelly

Asesor de Seminario de Trabajo Especial de Grado III

García Otero, Pedro

Asesor académico

## **DEDICATORIA**

*Para todos aquellos periodistas venezolanos que no se cansan en la búsqueda de mejores oportunidades y conocimientos.*

## AGRADECIMIENTOS

*A la Universidad Monteávila, por brindarme dos años llenos de aprendizajes que me acompañarán en mi carrera profesional.*

*A mi estimado tutor Pedro García Otero, por apoyarme, guiarme y ofrecerme todos sus conocimientos, sus oportunas recomendaciones y su valioso tiempo.*

*A todos los profesores de la Especialización en Periodismo Digital de la UMA, por todos los conocimientos brindados y por acompañarme en este maravilloso camino.*

*A mi familia, por ser mi apoyo incondicional y por motivarme a crecer profesionalmente.*



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



## ESPECIALIZACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL

### TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

Manual de migración digital del periodista venezolano

**Autor:** Silva Briceño, María Alejandra

**Asesor:** García Otero, Pedro

**Año:** 2018

Los medios de comunicación impresos han migrado a la web para convertirse en medios digitales, no obstante es necesario comprender el rol del periodista en estos nuevos medios. Por esa razón el objetivo de la presente investigación es la propuesta de un manual para periodistas venezolanos que ofrezca directrices y recomendaciones para su óptima adaptación en su ejercicio profesional en la web. El diseño de la investigación fue no experimental y el tipo de investigación empleado fue la aplicada. Los instrumentos utilizados para la recolección de la información que aquí se presentan fueron la entrevista a periodistas con experiencia en el tema planteado y la revisión bibliográfica. Mediante la recolección de datos se elaboró el manual propuesto, el cual lleva implícito la utilización de la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. Así mismo, se definió también el perfil deseado del periodista digital en Venezuela.

**Palabras claves:** Periodismo digital, multimedialidad, hipertextualidad, interactividad, ciberperiodismo.

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	8
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA .....	10
Planteamiento del Problema.....	10
Formulación del problema .....	13
Interrogantes de la investigación.....	13
Objetivos de la investigación .....	13
Objetivo General .....	14
Objetivos Específicos.....	14
Justificación e importancia.....	14
Alcance y delimitación.....	15
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	16
Antecedentes de la investigación .....	16
Bases teóricas .....	21
Periodismo digital en Venezuela y su evolución .....	21
El salto del papel a la web (1980-2000).....	21
Integración e innovación (2000 – 2009) .....	23
Nativos digitales.....	24
Crisis del papel y censura.....	25
Penetración de Internet en Venezuela .....	26
Educación del periodista venezolano en torno a la era digital .....	29
Transformación de las rutinas periodísticas .....	30
Proceso de cambio en las actividades y responsabilidades de los periodistas en las redacciones .....	31



CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO .....	35
Tipo de investigación .....	35
Diseño de investigación .....	35
Población y muestra .....	36
Operacionalización de variables .....	38
Técnicas y herramientas de recolección de datos .....	40
Procedimiento de análisis de resultados.....	41
CAPÍTULO IV. VENTANA DE MERCADO .....	42
Sector productivo .....	42
Producto o servicio.....	42
Contexto ético .....	42
Marco filosófico .....	43
Audiencia o público consumidor .....	44
Marco legal.....	45
CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN PROPUESTA .....	47
Matriz de análisis 1 .....	48
Matriz de análisis 2 .....	52
CAPÍTULO VI. MANUAL DE MIGRACIÓN PARA EL PERIODISTA VENEZOLANO.....	57
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	69
REFERENCIAS .....	72
ANEXOS .....	76

ANEXO 1..... 76

## INTRODUCCIÓN

La globalización y los constantes avances tecnológicos han empujado a los grandes medios impresos a migrar sus contenidos a la web. En el caso puntual de Venezuela durante este proceso, los profesionales veteranos y también los más inexpertos han tenido que adaptarse a las nuevas dinámicas de manera casi espontánea, ya que pocas son las opciones para formarse como periodistas digitales en el país y, a pesar de que muchos medios han impulsado algunas capacitaciones dentro de sus redacciones, aún queda mucho camino por recorrer en este ámbito.

Ante este escenario es fundamental comprender los nuevos retos a los que se enfrentan los periodistas en la actualidad y, además, ofrecerles herramientas necesarias para que logren una adaptación efectiva y exitosa a los cybermedios. Ya que, si bien los principios esenciales del periodismo continúan siendo los mismos, se han sumado características a las que ningún profesional de la comunicación puede huir: interactividad, inmediatez, hipertextualidad y multimedialidad.

Comprendiendo esto y tomando en cuenta la poca cantidad de información con la que cuentan los periodistas venezolanos sobre este proceso en el país, es de suma importancia la propuesta de un manual que pueda ofrecer a estos profesionales diversas recomendaciones o directrices que puedan guiarlos para realizar de manera óptima sus labores en la web, entendiendo cada característica y herramienta que ésta ofrece.

Para lograr lo antes mencionado, se realizó una investigación no experimental de diseño aplicada la cual se valió de entrevistas a periodistas con experiencia en la migración del papel a la web y revisión bibliográfica. Y, con la información obtenida durante la recolección de datos, se elaboró el manual propuesto. De igual manera se logró definir el perfil del periodista digital en Venezuela.

El primer capítulo contiene todo lo referente al proyecto de investigación: planteamiento, formulación y las interrogantes del problema; los objetivos planteados para realizar el análisis, y por último la justificación del problema y el alcance de la investigación.

El segundo se conforma por las bases teóricas necesarias para comprender el tema propuesto, como la evolución del periodismo digital en Venezuela, un recuento de los nativos digitales, un análisis de la penetración del Internet en el país, la transformación de las rutinas y el perfil periodístico de la actualidad y otros temas necesarios para el análisis del presente proyecto.

En el tercero se definen los planteamientos metodológicos como el tipo y diseño de la investigación; la población y la muestra con la que se realizó el estudio, se presenta la operacionalización de las variables y, más adelante, la técnica de recolección de datos y el procedimiento mediante el cual se analizaron los resultados obtenidos.

Luego, en el capítulo cuatro se presenta la ventana de mercado donde se establece el sector productivo, el producto, el contexto ético, marco filosófico de la propuesta, el público consumidor y el marco legal.

En el quinto capítulo se presentan los hallazgos de la investigación y los resultados arrojados en las entrevistas realizadas. Para darle paso al capítulo sexto en el que se ofrece el Manual de migración del periodista venezolano. Y por último se exponen las conclusiones y recomendaciones del estudio.

## **CAPÍTULO I. EL PROBLEMA**

En este capítulo se expone ampliamente el contexto en el que está enmarcado el proyecto de investigación. En el planteamiento del problema se detalla el proceso por el que debe pasar un periodista para migrar del papel a la web y la propuesta de la creación de un manual que ofrezca directrices y recomendaciones durante dicho proceso. Luego se presentan los objetivos de la investigación y posteriormente la justificación del proyecto que incluye las razones por las que se decidió elaborar esta propuesta para dicho medio.

### **Planteamiento del Problema**

El acelerado avance de la tecnología ha establecido nuevas formas de comunicación a las que los ciudadanos han tenido que adaptarse rápidamente para no perderle el ritmo. Esto ha originado que los periodistas hayan transformado completamente la manera en la que divulgan la información. Cada vez son menos los ejemplares de diarios que se venden y más los sitios web de noticias a los que el público recurre buscando información inmediata y de rápida lectura.

Es así como ha quedado atrás la costumbre de que los periodistas se tomen todo el día para investigar sobre alguna noticia y luego dedicar varias horas para escribirla. Ahora, tanto los medios como los lectores, exigen a los profesionales de la comunicación una respuesta inmediata a los acontecimientos y en esta “carrera” gana el medio que publique primero. Antes, el público esperaba al día siguiente para enterarse de lo que había pasado el anterior, pero ahora la información debe transmitirse minuto a minuto. Al respecto, Scolari, Micó, Navarro y Pardo (2008) agregan:

Así pues, la comunicación de masas se fragmenta en millones de situaciones de consumo individual, a menudo mediante dispositivos móviles y de manera asincrónica. La difusión de nuevos medios y entornos colaborativos en la última década han acabado de transformar el terreno laboral del periodista formado en la antigua cultura de la máquina de escribir y el teletipo. (p.40)

A esta nueva dinámica se han adaptado más fácilmente las nuevas generaciones de periodistas que crecieron en la época del 2.0, siendo esta “adaptación” un proceso casi natural y casi autodidáctico ya que, como se explicará más adelante, la formación universitaria en muchos países no están del todo actualizadas al ritmo de la tecnología. En cambio otros periodistas, los de las generaciones anteriores a ésta, continúan intentando acoplarse a las nuevas rutinas que los obliga a acortar tanto los tiempos de producción como los caracteres de sus publicaciones. Para algunos ha sido sencillo, pero para otros sigue siendo cuesta arriba entender el funcionamiento de los sistemas de gestión de contenidos de los sitios web y esto ha generado una carencia en ciertas redacciones:

Extrapolada esta carencia de profesionales especializados al sector de los medios de comunicación de masas el problema se agrava, al observarse la tendencia de los medios con presencia en la red hacia la inclusión de contenidos multimedia, lo que requiere unos nuevos conocimientos de los periodistas. Paradójicamente, esto se produce cuando todavía son muchos los profesionales de los medios que ni siquiera utilizan la red de forma habitual en su trabajo. De hecho, existe una gran diferencia entre el periodista veterano que no se ha adaptado al uso de las nuevas tecnologías y los nuevos periodistas o los alumnos de las facultades de Comunicación que han recibido una formación en periodismo digital o al menos se han introducido ya en este campo. (Sandoval, 2001, p.1).

Y este proceso de adaptación no abarca únicamente la formación, el manejo de las herramientas tecnológicas y de gestión de contenidos web, va mucho más allá de eso ya que ahora el periodista debe aprovechar de la mejor manera todas las bondades que ofrece internet para contar sus historias. En estos tiempos para que un

comunicador sea realmente exitoso debe un gran creativo, así lo señala Sandoval (2001):

Con Internet, los periodistas se han convertido simultáneamente en emisores y receptores de la información que circula por la red y, por tanto, necesitan saber usar los programas y aplicaciones más comunes que se emplean en los sitiosweb y que sirven tanto para acceder a su contenido como para producir otros productos multimedia (con texto, audio e imágenes). (p.1).

El caso Venezuela, que es el campo de la presente investigación, es bastante particular porque, a pesar de que los jóvenes se han amoldado a los nuevos procesos, como se mencionó anteriormente, no existen las suficientes cátedras en el pregrado que instruyan a los estudiantes a diferenciar el trabajo y las dinámicas de un periodista que escribe en la versión impresa y otro que lo haga para la web. Sobre este tópico, Peña y Robles (2016) apuntan lo siguiente:

Ante estas demandas de la profesión, las universidades venezolanas han respondido con distintos pasos. En pregrado, las escuelas de Comunicación han incorporado paulatinamente algunos contenidos sobre ciberperiodismo a las cátedras sobre tecnología de la información y géneros periodísticos. En 2014 se ofrecen dos posgrados para la formación específica de ciberperiodistas: la especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila en Caracas y la especialización en Periodismo en Medios Digitales de la Universidad de Los Andes en Táchira. Estos programas iniciaron sus actividades en 2007 y 2010, respectivamente. (p. 416-417)

Aunado a esto, una buena parte de las nuevas generaciones, y más aún los periodistas de la vieja camada, no cuentan con las herramientas para que sus labores en la web sean acordes a lo que esta exige. De manera que el proceso de adaptación, en algunos casos, ha sido completamente improvisado:

La formación de periodistas digitales sigue siendo una asignatura pendiente para la mayoría de las escuelas de comunicación social del país. Las destrezas de los nativos digitales que pueblan sus aulas todavía no son aprovechadas para el trabajo periodístico. La

enseñanza del periodismo en Venezuela se soporta aún fundamentalmente en proporcionar a los estudiantes herramientas para informar a través de los medios tradicionales. (Peña & Robles, 2016, pág. 418).

Es por esta razón que se considera necesario y fundamental brindarles a los nuevos y experimentados periodistas un manual que sirva de guía y los acompañe en el proceso de migración a las labores del periodismo digital. Y que además ofrezca directrices del trabajo en la web.

### **Formulación del problema**

¿Cuáles son los elementos, directrices y recomendaciones con los que debe contar un manual para periodistas venezolanos que los ayude a adaptarse eficazmente al periodismo digital?

### **Interrogantes de la investigación**

- ¿Cuáles son las diferencias entre las rutinas pasadas (periodismo impreso) y las actuales (periodismo digital) para la comprensión de las necesidades de los periodistas que aún no son digitales?
- ¿Cuál es el perfil deseado de un periodista digital, para la definición de las competencias necesarias en el trabajo en medios web?
- ¿Qué contiene un manual de migración para periodistas que sirva de guía para su óptima adaptación al ejercicio?

### **Objetivos de la investigación**



### ***Objetivo General***

Diseñar un manual para periodistas venezolanos que ofrezca directrices y recomendaciones para su óptima adaptación en su ejercicio profesional como periodista digital.

### ***Objetivos Específicos***

- Analizar las diferencias entre las rutinas pasadas (periodismo impreso) y las actuales (periodismo digital) para la comprensión de las necesidades de los periodistas que aún no son digitales.
- Determinar, con expertos, el perfil deseado de un periodista digital, para la definición de las competencias necesarias en el trabajo en medios web.
- Estructurar un manual de migración para periodistas que sirva de guía para para su óptima adaptación al ejercicio.

### **Justificación e importancia**

Desde el año 1996 diversos medios de comunicación impresos en Venezuela empezaron a migrar sus contenidos hacia la web y desde ese momento las redacciones empezaron a cambiar sus rutinas periodísticas. A pesar de que al principio no existía la figura de un periodista que alimentara sus sitios, ésta fue naciendo a medida de que éstos fueron creciendo y atrayendo a más lectores. Así lo explica Peña y Robles (2016) citando a Tortello y poniendo como ejemplo la experiencia de eluniversal.com:

Comenzó con cuatro periodistas, pero un año después contaba con 21 empleados. En 1998 ya se registraban 80.000 usuarios, 32 personas en su equipo de producción y un aumento anual del 123 % en sus ingresos por publicidad. En 1999, era el portal líder en Venezuela. Poseía más de veinte canales informativos, con un millón de visitas al mes. (p. 410)

Sin embargo y muy a pesar del crecimiento de los medios digitales e incluso la aparición de medios nativos web, aún la formación de periodistas que se hayan especializado y que tengan los conocimientos necesarios para cumplir con cabalidad las tareas en la web, valiéndose de todos sus recursos, es bastante escasa. Y, si bien, muchos medios de comunicación han intentado formar a sus periodistas aún queda un largo trecho por recorrer a nivel de estudios de pregrado. Sobre esto, Peña y Robles (2016) citan las palabras de Núñez Noda quien señala lo siguiente:

En Venezuela se hace más comunicación digital que periodismo digital. Las competencias de trabajo son pragmáticas, no formales, centradas en la tecnología y no en los cambios que vive la Comunicación Social. Hay entre 5-10 % de periodistas digitales formados. El resto se prepara sobre la marcha y, los que no, usan las TIC para lograr una versión digitalizada del periodismo de siempre. (p. 415).

Ante esta situación este estudio servirá como punto de partida para ofrecer a aquellos periodistas que inician sus labores en la web algunas directrices que los conduzcan a un mejor entendimiento y desempeño en su profesión.

Además también podrá aprovecharse como referencia para futuras investigaciones que analicen el trabajo de los periodistas en los medios digitales venezolanos, ya que, si bien se han estudiado las migraciones de los impresos a la web, la génesis de esta investigación ha sido poco tratada en el país.

### **Alcance y delimitación**

Esta investigación se basará únicamente en la realización de un manual que ofrezca recomendaciones y criterios para aquellos periodistas venezolanos que deseen adaptarse al campo digital de manera exitosa.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

Luego de haber explicado el contexto en el que se basa este estudio, es necesario exponer las investigaciones previas más recientes relacionadas con el trabajo de los periodistas en la web. Posteriormente, se explican las principales teorías que permiten comprender el objeto de estudio planteado.

### **Antecedentes de la investigación**

Con el objetivo de conocer estudios previos que se relacionaran con la investigación, se realizó una revisión documental exhaustiva en la que estuvieran presentes temas como periodismo web y migración de medios de comunicación tradicionales hacia el contexto digital, entre otros tópicos concernientes al presente estudio.

En primera instancia es oportuno mencionar la investigación realizada por el doctor Bernardo Gómez-Calderón, el doctor Sergio Roses y Manuel García-Borrego (2017) titulado *Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española* y publicado en la Revista Mediterránea de Comunicación, para el que sus autores seleccionaron a un grupo de 24 docentes universitarios españoles del área del periodismo, quienes dieron su punto de vista sobre los perfiles profesionales que tendrán mayor importancia en el periodismo durante los próximos años.

El estudio, que se basó en un análisis cualitativo de los cuestionarios respondidos con los 24 docentes, destaca la importancia de reforzar y potenciar materias relacionadas con la creación y gestión de contenidos digitales y el dominio de nuevas tecnologías por parte de la nueva generación de periodistas que se incorporan al mundo de la comunicación social:

Los resultados de nuestro estudio indican la existencia de tres discursos prevalentes entre los docentes sobre cuáles serán los perfiles profesionales más demandados en el futuro. La opción mayoritaria se refiere a un rol de periodista digital con alto conocimiento de las nuevas tecnologías y especialista en redes sociales, periodismo de datos o nuevas narrativas para todo tipo de soportes multimedia, cuya razón de ser se justifica principalmente por la necesidad de dotar de mayor atractivo al producto periodístico. (p. 197)

Los planteamientos realizados por los autores no distan mucho de los que se expresan en este trabajo. Ambos reflexionan y analizan los nuevos retos a los que se enfrentan los periodistas en una época en la que lo digital abarca casi completamente sus labores profesionales y a la que se han tenido que adaptar sin recibir una preparación adecuada.

Otra investigación que se relaciona con los objetivos de este estudio es la de Lucia Barja (2016) en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos de Perú, titulada *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epsilon*, en la cual la autora se planteó estudiar las rutinas laborales del nuevo periodista digital peruano y conocer los usos que le daban a la tecnología los profesionales de la comunicación.

A través de una investigación descriptiva y exploratoria, Barja analizó los aspectos sociodemográficos, rutinas laborales, usos de la tecnología y perspectivas sobre el futuro del periodismo y concluyó lo siguiente:

La implementación de los procesos de convergencia de plataformas en los Mass Media nos solo trae cambios en la estructura física de las redacciones o en la diversificación de los productos de la empresa periodística, sino también en el perfil de los profesionales que trabajan en dichas empresas: un profesión al caracterizado por ser multitarea, multiplataforma y multisistema. (p. 207)

El estudio de Barja guarda estrecha relación con la presente investigación ya que se acerca al perfil de los nuevos periodistas digitales y establece sus características, necesidades y deficiencias.

Continuando con las publicaciones relacionadas con esta investigación es oportuno mencionar la realizada por Carlos Oliva Marañón (2014) titulada *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*, que fue divulgada en la revista de ciencias sociales *Aposta* y en la que analiza cómo el periodismo del siglo XXI ha tenido que adaptarse a las nuevas tecnologías y a la Sociedad de la Información para elaborar y difundir noticias y además reflexiona sobre qué están haciendo los periodistas para afrontar estos nuevos retos de los cambios tecnológicos en los medios de comunicación,

Por medio de un extenso y enriquecido análisis, Oliva describió las necesidades del periodista digital e hizo un acercamiento al perfil al que deben sumarse estos, sin que este proceso deje atrás la ética profesional y el lenguaje adecuado para la transmisión de informaciones a la sociedad. Al terminar su investigación, concluyó que:

En el quehacer periodístico, Internet se ha consolidado como un canal de comunicación cuyas premisas son la rapidez y la simultaneidad, a la vez que contiene un gran volumen de datos no siempre fáciles de seleccionar, interpretar y jerarquizar. La interactividad es una característica inherente a la Red, en la que cualquier usuario puede desempeñar los roles de emisor y de receptor. Además, cualquier ciudadano puede transmitir datos a través de Internet, pero no todas las personas pueden ser periodistas digitales, ya que se trata de una profesión basada en la búsqueda, selección y redacción de noticias difundidas a través de los medios de comunicación social con una realidad cambiante. (p. 25)

El análisis realizado por Oliva se relaciona directamente con éste ya que él plantea varios principios esenciales del periodismo digital paseándose por la educación y la formación y terminando por la adaptabilidad a las nuevas tecnologías.

La investigación de Juan Pablo Hamada (2013) realizada en el Centro de Investigaciones y Estudios sobre Cultura y Sociedad de la Universidad Nacional de Córdoba y que llevó por título *Estudios sobre el periodismo digital: ejes principales que guiaron el abordaje de la digitalización de las noticias*, también es de gran interés para la presente ya que se basó en el estudio de tres ejes: el paso de los periódicos tradicionalmente conocidos a la digitalización, las nuevas características de la práctica periodística y sus componentes discursivos y los nuevos actores que se disputan un lugar en el periodismo digital como por ejemplo el periodismo ciudadano.

La investigación se basa en varios estudios realizados en países hispanoamericanos y a través de ellos explica al detalle el salto de los medios a la web y cómo los periodistas se han adaptado a los cambios que esto implica y está estrechamente relacionada con la presente porque brinda un panorama real del paso de los medios del papel a la web.

Otra de las publicaciones tomadas en cuenta como referencia es la de Carlos Scolari, Josep Micó, Héctor Navarro y Hugo Pardo (2008) titulada *El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes*, que fue divulgada en el décimo tercer volumen de la revista *Zer* y que analiza de qué manera se han transformado los periodistas en la adopción de nuevas tareas y funciones dentro de los medios catalanes a partir de la introducción de la tecnología digital.

A través de un estudio general que abarcó un conjunto de medios que podrían representar el panorama audiovisual catalán, los autores analizaron las consecuencias de la digitalización de las labores periodísticas, la aparición de nuevos perfiles profesionales y describieron las competencias que los periodistas deben tener hoy en día. Concluyendo lo siguiente:

El periodista nativo digital domina la tecnología, se adapta fácilmente al nuevo entorno y sabe cómo producir para diferentes formatos y lenguajes. En cambio, el migrante digital es un profesional obligado a reciclarse, a aprender cómo funcionan los

nuevos instrumentos y a asimilar otras lógicas productivas. Muchos entrevistados están preocupados porque cada vez hay más periodistas que informan sin salir de la redacción y obtienen los datos a través de la red, sin moverse de su escritorio. (p. 56)

Los objetivos del artículo de Scolari, Micó, Navarro y Pardo se relacionan estrechamente con lo planteado en el presente, ya que analizan los nuevos retos del periodismo, ahora inmerso en lo digital, y además, presentan el nuevo perfil de los periodistas.

Lorena Romero Domínguez (2006) también realizó un análisis muy oportuno para la presente investigación llamado *Cómo formar a los informadores de la era digital: el periodista integrado o el “malabarista” de la comunicación*. El texto fue divulgado en una recopilación de publicaciones titulada “Análisis y propuestas en torno al periodismo digital”, que resultó como producto del VII Congreso Nacional de Periodismo Digital realizado en Huesca – España durante marzo de 2006.

Los objetivos de Romero en su estudio eran principalmente detectar las nuevas destrezas que debe tener un periodista para hacerle frente al cambio tecnológico y abordar ésta realidad desde el entorno universitario para formar correctamente a futuros comunicadores, y concluyó que:

Este reinventar la profesión que muchos han vaticinado gracias a los nuevos usos periodísticos surgidos en la Red (que va más allá de la ingenua visión de poder aprovechar un mismo material informativo para que aparezca en distintos medios, además de en el metamedio cibernético), no será, sin embargo, exitoso en su aplicación si esos mismo trabajadores no dan muestras de valentía y conciencia profesional a la hora de tomar decisiones en un escenario que no puede escapar a las incertidumbres de las inesperadas recesiones económicas que amenazan al sector tecnológico, las políticas de reducción de costes; las crecientes exigencias sobre los profesionales de la información, etc. (...) La autosuficiencia teórica de la disciplina comunicativa, al margen de sus aspectos tecnológicos, asegura una base suficiente para enfrentar la transversalidad de una materia como la comunicación en nuestras vidas. (Romero, 2006, p. 212).

El estudio anterior está estrechamente relacionado con el presente debido al acercamiento que tiene en la búsqueda de un perfil del periodista digital tan requerido por los medios de comunicación en la actualidad.

## **Bases teóricas**

### *Periodismo digital en Venezuela y su evolución*

#### **El salto del papel a la web (1980-2000)**

A pesar de que a finales de los años 80 ya se reseñaban algunos inicios de ciberperiodismo en Venezuela, como el caso Notiexpress que enviaba resúmenes diarios a sus clientes acerca de las principales noticias de diarios nacionales, y el de El Nacional que en 1993 empezó a utilizar el audiotexto para ofrecer informaciones en 1993; el nacimiento y el desarrollo de los medios digitales en el país comienzan a darse en 1995 cuando los principales periódicos caraqueños se adentran en el mundo digital realizando grandes inversiones en tecnología:

Los primeros medios venezolanos en tener presencia en Internet fueron dos diarios: El Nacional y El Universal. En el año 1995 ambos comenzaron a probar soluciones tecnológicas que les permitieran trasladar la información de sus versiones impresas a una plataforma de acceso online. (Peña & Robles, 2016, p. 410).

Sobre el salto de El Nacional a la web, Peñaloza (2006) señala lo siguiente:

Los propulsores de el-nacional.com asumían que, debido al éxodo registrado a mediados de la década del 1990, la página podía ser un vínculo entre los emigrantes y su tierra. Entre 1995 y 1998 había una comunidad venezolana joven que estaba afuera necesitando información del país. (p. 45).



A esto se le suma, más adelante, la necesidad de contar con otras alternativas para la difusión de información debido a las arduas regulaciones a los contenidos de los medios tradicionales que vinieron de la mano de la censura y, en algunos casos, a la autocensura. Es así como poco a poco los medios digitales van permeando la agenda de los usuarios en Venezuela:

A pesar del desigual desarrollo de los cibermedios, estos ya empiezan a marcar la pauta informativa en la cobertura de acontecimientos clave en el país, no solo los de carácter político sino también, por ejemplo, los referidos a desastres naturales. Son intentos de atender la agenda caliente de los medios con propuestas informativas de actualización constante. Los esfuerzos de creatividad y profundización de la noticia en medios digitales aún se reservan a la agenda fría. (Peña & Robles, 2016, p. 406).

Para esa fecha los diarios aún no contaban con periodistas que se dedicaran de manera exclusiva a actualizar los contenidos en la web, sin embargo este proceso se fue dando paulatinamente. En el caso de El Nacional, explican Peña & Robles (2016), la versión online contaba en sus inicios con los mismos contenidos que la impresa y el contenido era enviado a un servidor en Estados Unidos para ser montado y publicado. Peñaloza (2006) relata por su parte que este medio “le daba la vuelta al mundo por el esfuerzo de tres personas” y que más adelante se unieron un webmaster, dos periodistas y un equipo extra.

Mientras tanto, El Universal contaba en 1996 con cuatro periodistas al principio y al año siguiente ya tenía una plantilla de 21 empleados dedicados exclusivamente a eluniversal.com. La versión web del medio continuó creciendo hasta alcanzar el liderato de visitas en Venezuela, así lo señala Tortello, citado por Peña & Robles (2016):

En 1998 ya se registraban 80.000 usuarios, 32 personas en su equipo de producción y un aumento anual del 123 % en sus ingresos por publicidad. En 1999, era el portal líder en Venezuela. Poseía más de veinte canales informativos, con un millón de visitas al mes (p. 410).

A finales de 1996 también se suman a Internet los diarios 2001 y Meridiano con una diagramación sencilla que simulaba las versiones impresas en cuanto a contenido y estructura. Y, en esa misma época, los medios regionales Notitarde y El Carabobeño hacen lo propio. (Peña & Robles, 2016, p. 410)

Más adelante, en 1998, El Nacional empieza a ofrecerles la posibilidad a sus usuarios de obtener mediante suscripción la versión web del diario impreso y a esta tecnología se le suma tiempo después el diario *Últimas Noticias*, ya que los medios pertenecientes a la Cadena Capriles, aparecen en la web a partir de año 2000 con un portal en el que los usuarios podían navegar por los diversos productos de la empresa.

Cely (2006), citado por Peña & Robles (2016), señala que para el año 1999 en Venezuela ya se contabilizaban alrededor de 20 medios digitales y agrega:

Eran poco innovadores al presentar bajos elementos referidos a recursos que los diferenciaban del medio de origen, es decir, que no ofrecían apoyos de documentación, interactividad, personalización o de hipermedia. En pocas palabras, eran en su mayoría una copia del medio original (p. 411).

A pesar ello, recuerda la existencia de algunos medios que se atrevieron a incorporar en sus portales el registro de usuarios y la posibilidad de ampliar la información con hipervínculos. Además contaban con una plantilla que sobrepasaba las cinco personas, cantidad con la que para la fecha era habitual en las redacciones web.

### **Integración e innovación (2000 – 2009)**

En esta etapa de la evolución del ciberperiodismo venezolanos, las empresas del ramo comienzan a invertir para mejorar sus redacciones y sus equipos de trabajo en la web. Y se estima que para 2006 ya existían 68 medios digitales en el país. (Cely, 2006 *apud* Peña & Robles, 2016, p. 411).

A partir de este momento, distintos impresos ya presentes en la web comienzan a conformar redacciones integradas: El Universal terminó este proceso en 2009 al igual que los medios que conformaban la Cadena Capriles. Además, muchos medios empezaron a producir contenidos exclusivamente para sus portales, a adaptar la tecnología de acuerdo a sus necesidades y ambiciones (la inclusión de gestores de contenido, por ejemplo) y a realizar formaciones constantes a sus periodistas. (Peña & Robes, 2016, p. 413)

### **Nativos digitales**

Hablar de los nativos digitales es automáticamente mencionar a Analítica.com, pioneros en la web venezolana que, desde su creación en 1996, contaban con una plantilla de 23, dos pisos de oficinas y editores para cada sección. Nació como una revista semanal y, según las estimaciones de Figueredo, citado por Peñalosa (2006), la mayoría de su contenido era escrito por los lectores:

Nadie escribe impunemente y menos en analítica.com, pues a cada autor lo acompaña inseparablemente su dirección de correo electrónico, una fórmula que es ajena a la mayoría de los medios impresos nacionales pero que en esta página web reivindica como sello propio. (p. 42).

Al año siguiente, en 1997, nace Descifrado un portal dedicado de manera exclusiva a informaciones relacionadas con la política. Y en 2002, aparece Aporrea, una web parecida a Descifrado pero con contenido netamente oficialista. Más adelante, en 2003, surge Noticiero Digital para convertirse en el primero de su tipo en ofrecer información general. Y, siete años más tarde, en 2010 nace La Patilla, uno de los medios digitales mejor posicionados del país. “Para 2010 existían ya 37 medios nativos de la web de información general, unos productores de su contenido, y otros, simples agregadores de contenidos ajenos”. (Peña & Robles, 2016, p. 411).

### *Crisis del papel y censura*

Si bien el salto de los medios impresos a la web fue en principio producto de una adaptación de estos a las nuevas tecnologías y al descenso del consumo de periódicos, en Venezuela muchos de estos cambios vinieron dados por el cierre de diversos medios televisivos, impresos y radiofónicos, y, además de ello, a la falta de papel en el país:

Este crecimiento arrastra el uso de los medios nativos digitales en Venezuela, que han venido multiplicándose e incrementando su alcance y posicionamiento en todos los estratos de la sociedad. Es una tendencia global, esto está ocurriendo en el mundo; pero, también en el caso concreto de Venezuela encuentra un incentivo adicional en la coyuntura de una política de restricciones al periodismo tradicional. (Carrasco & Naranjo, 2017, p. 62).

La crisis del papel y el cierre de medios de comunicación tradicionales han empujado el nacimiento de portales informativos en el país. En cuanto a lo primero, a partir del año 2012 el gobierno redujo las posibilidades de los medios impresos para su acceso al papel eliminando el papel de prensa como bien de importación prioritaria. Una investigación realizada por Espacio Público (2018) añade lo siguiente:

Esta característica permitía obtener divisas a precio preferencial a quienes desearan comprar el producto en el exterior, ya que la producción venezolana nunca ha sido suficiente para abastecer el mercado y el sistema de control cambiario fija rígidos mecanismos para los negocios que se pagan en dólares, y encarece el precio final a quienes pasan por debajo de la mesa y evaden el protocolo.

Desde ese momento para los medios impresos se convirtió en una odisea cumplir con los trámites para pagar el material a proveedores foráneos. Esto ha

originado que unos 34 periódicos salieran de circulación de manera inesperada e indefinida, mientras que otros tuvieron que reducir la paginación de sus ediciones.

Solo en 2018 se han visto afectados 27 diarios, lo que suma 70 medios que ya no están publicando sus noticias: más desinformación, menos pluralidad y mayor dominio gubernamental de la opinión pública. (...) A inicios del gobierno de Nicolás Maduro en 2013, circulaban 134 impresos, en la actualidad (agosto de 2018), solo quedan 64 en todo el país; es decir, la oferta informativa impresa se redujo entre 47% y 51% que permanece activo, administra su materia prima para extender su tiempo de circulación: diaria, semanal, mensual o en días específicos durante la semana. (Espacio Público, 2018)

Por otra parte, el cierre de medios de comunicación se ha incrementado exponencialmente durante el gobierno del presidente Nicolás Maduro. “IPYS Venezuela ha contabilizado el cierre de 100 medios desde 2005, 60 de ellos durante el gobierno de Maduro. (Márquez, 2018)

### ***Penetración de Internet en Venezuela***

El acceso a la conexión a Internet en Venezuela ha aumentado significativamente durante las últimas dos décadas. Para el año 1998 la penetración era de 1% mientras que actualmente se ubica en un 59%. Por ello es necesario hacer un recuento de cómo ha sido este proceso y cuánto ha influido esto, junto a otras circunstancias que fueron mencionadas en el apartado anterior, al nacimiento de nuevos medios digitales.

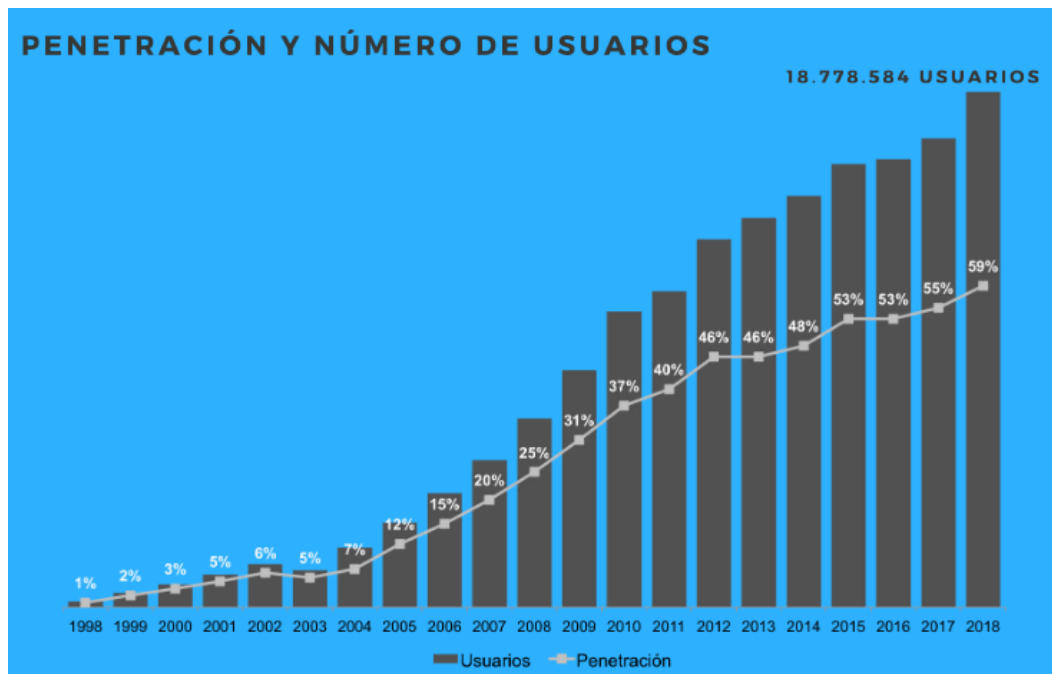
Según cifras de Núñez (2006), para finales de 2001 se contabilizaron alrededor de un millón de internautas en Venezuela y, en ese mismo año, CANTV empieza a ofrecer el servicio de internet banda ancha (ABA) y al año siguiente, en 2002, ya el servicio alcanzaba los 120 mil usuarios. Asimismo, otras empresas de telecomunicación en el país empiezan a ofrecer también conexión inalámbrica, idea a

la que se le van sumando más adelante algunas empresas de televisión por cable. (p. 22).

Según datos oficiales, para el año 2015 la penetración de Internet alcanzaba en el país un número bastante considerable, así lo explican Carrasco & Naranjo (2017):

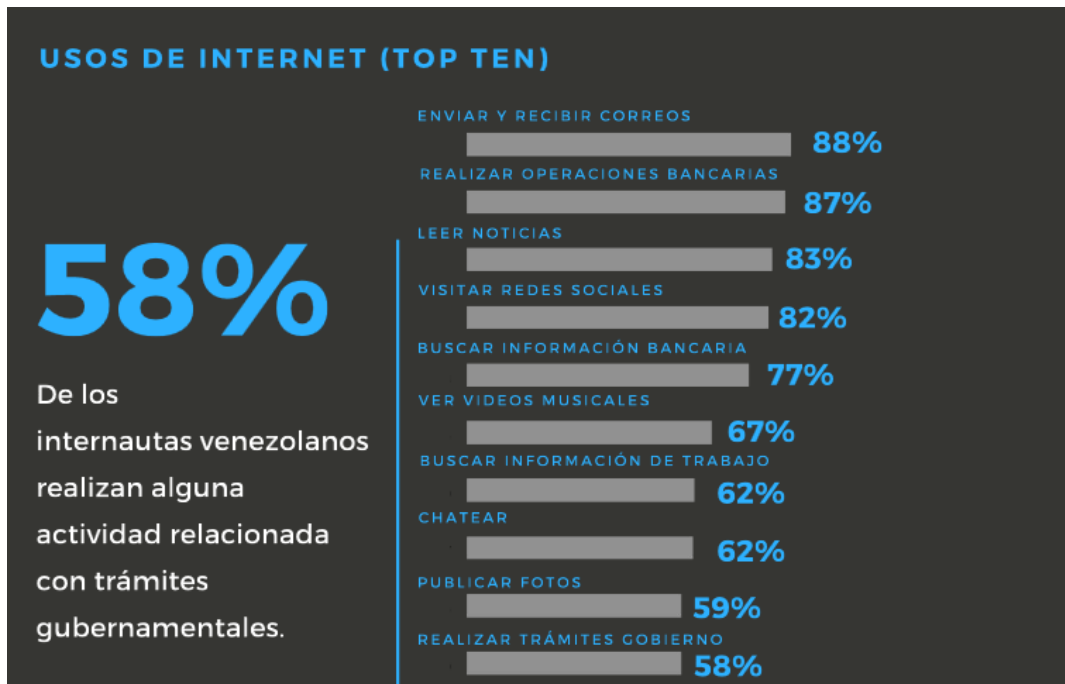
En 2015, la penetración de Internet supera 52 % de la población según datos oficiales; con intensidad y variedad de uso en muchos casos por encima del promedio latinoamericano, con fuerte penetración en sectores populares, en hogares y a través de dispositivos móviles (principalmente smartphones). (p. 62).

Es así cómo, con la presencia del ABA y de otros servicios parecidos, los usuarios y la penetración del Internet en Venezuela han ido en aumento. Un estudio realizado por Tendencias Digitales (2018) ofrece la siguiente gráfica que demuestra al detalle cómo ha sido el proceso y además revela que actualmente existen más de 18 millones de venezolanos internautas:



(Tendencias Digitales, 2018, pág. 6)

Si bien una de las principales causas por la cual los medios nacionales o internacionales han migrado a la web es el aumento al acceso al Internet, es importante también conocer el uso que le dan los venezolanos a la web y, según el estudio mencionado anteriormente, 83% de usuarios la utilizan para leer noticias y el 82% para visitar redes sociales donde, por supuesto, también tienen acceso a las informaciones del momento.



(Tendencias Digitales, 2018, pág. 12)

Los resultados del estudio demuestran que Venezuela no escapa de la realidad que se está viviendo mundialmente con respecto al uso que le dan los ciudadanos al Internet y además, también reafirma que la tendencia de los medios de comunicación debe ir cada vez más dirigida al mundo digital porque allí es donde se encuentran los usuarios ávidos de información.

## *Educación del periodista venezolano en torno a la era digital*

En Venezuela la educación del periodista en torno a las labores propias del periodismo digital está aún en vías de desarrollo. Actualmente, no existe suficiente oferta académica para formar a profesionales especializados en la materia y solo dos universidades del país ofrecen posgrados en el área: la Universidad Monteávila en Caracas y la Universidad de Los Andes en su Núcleo Universitario ubicado en el estado Táchira.

A pesar de ello, varios autores recalcan la importancia que representa para los medios digitales contar con profesionales que estén capacitados para cumplir sus labores con éxito. Romero (2006) explica que “la posibilidad de disponer de profesionales altamente cualificados en el manejo de las tecnologías representa en la actualidad una garantía de éxito para las empresas inmersas en el ciberescenario comunicativo organizado en torno a Internet. (p. 204). Mientras que Meso (2002) agrega lo siguiente:

Es conveniente que el periodista reciba una formación básica sobre el uso de programas y de técnicas de producción para la red que le permitan aprender de forma autónoma cualquier otro tipo de programa o aplicación con cierta facilidad posteriormente.

Por esta razón, muchos medios digitales, incluyendo los nativos, han incluido programas de capacitación para entrenar a sus periodistas con respecto al trabajo en la web. Sobre el tema, Peña & Robles (2016) señalan que “los medios intentan suplir esta carencia con programas de formación hechos a la medida de sus redacciones. Igualmente, se mantienen algunas iniciativas de actualización mediante foros, organizados desde las universidades y desde los mismos medios de comunicación. (p. 406). Nuñez (2006) coincide con el planteamiento anterior y además agrega que “aproximadamente la mitad de los periodistas digitales ha recibido alguna formación



en el área, la otra mitad se entrena al trabajar. De modo que los medios, a falta de formación *ad hoc* en las universidades e institutos, han sido una gran escuela.” (p.24).

Es así cómo, a pesar de la carencia de programas educativos que formen a los periodistas para lo digital, han sido los mismos medios quienes se han encargado de la formación de sus trabajadores para que se adapten a las nuevas competencias requeridas para sus labores diarias en distintas plataformas.

### ***Transformación de las rutinas periodísticas***

Como es bien sabido, los avances tecnológicos han permeado y transformado las rutinas laborales de todas las profesiones y el periodismo no escapa de ello. Los continuos cambios en las redacciones, tanto de hardware como de software, representan un reto para los periodistas, veteranos y aprendices por igual y, ante esto, la adaptabilidad del sujeto es primordial:

Lo que debería exigirse al aprendiz de periodista, más que una formación técnica, es que sea capaz de adaptarse con ingenio y creatividad a los sucesivos programas de gestión de información que inundan sus espacios de trabajo, no perdiendo de vista que su diferencia con otros profesionales de un sector cada vez más difuso es su capacidad para elaborar contenidos de calidad dirigidos a un público especializado, y cada vez más activo, capaz de generar él mismo la información que desea consumir. (Romero, 2006, p. 205).

Sin embargo, la tarea y el deber de los medios sigue siendo la misma de siempre, pero ahora desde una trincheras a la que todos deben adaptarse, tanto la empresa como sus trabajadores, pero sin dejar atrás las grandes premisas del periodismo: inmediatez, veracidad y rigor informativo. Carrasco & Naranjo (2007) coinciden con esto y agregan:

El periodismo digital apunta hacia una integración en todos los elementos, no abandona la esencia de la profesión y al mismo

tiempo incorpora nuevas formas de hacer y de ser en los nuevos ecosistemas de la información. (p. 62).

A pesar de esto, el tráfico de usuarios en los medios digitales es la gran piedra de tranco para la calidad de los contenidos en muchos casos. Carrasco & Naranjo (2017) lo expresan así:

Los medios digitales pueden convertirse en una amenaza para la calidad de contenidos, cuando se coloca en el foco el tráfico de usuarios y se relega el propósito de dar respuesta a necesidades reales. Por esta razón, se hace aún más necesario el rigor periodístico en las nuevas plataformas virtuales. (p. 70)

Ahora bien, actualmente pareciera ser un reto mantener los fundamentos básicos de la profesión ya que la rapidez con la que se debe producir y publicar el contenido a veces atenta contra la rigurosidad de la información y, en muchos casos, pudiera incluso atentar contra la calidad periodística. No obstante, y como se mencionó anteriormente, el desafío es reinventarse sin perder la ética y ofreciendo a los lectores contenidos de valor y que vayan más allá de lo que antes podía ofrecer un medio impreso:

El periodismo digital aboca a nuevos desafíos de la comunicación con el receptor. De hecho, no se trata de ofrecer a través de la red el mismo producto que ofrecen los medios tradicionales, sino de dar un paso más allá y confeccionar medios electrónicos con lenguaje y contenidos propios. (Meso, 2002).

### ***Proceso de cambio en las actividades y responsabilidades de los periodistas en las redacciones***

Todo lo expuesto anteriormente lleva a analizar la manera en la que se han transformado las responsabilidades de los periodistas en este no tan nuevo pero bastante cambiante mundo digital. Para autores como Sandoval (2001) el ejercicio

periodístico se ha convertido, en algunos casos, en solo proporcionar de contenido a las diferentes empresas dedicadas al mundo de la información:

En el periodismo se está abriendo una nueva etapa en la que los protagonistas son los grupos o corporaciones multimedia, en las que el redactor se transforma en un "proveedor de contenidos" que surte a todos los soportes de difusión de la noticia que son propiedad de la empresa: prensa, periódicos electrónicos, radio, televisión e Internet.

Sobre este tema, Sandoval, citado por Oliva (2014), divide en dos grupos diferentes a los periodistas digitales:

Por un lado, están los profesionales que utilizan Internet para elaborar las noticias de los medios tradicionales con presencia digital y, por otro, los profesionales que desarrollan diferentes tareas con la extraordinaria cantidad de información World Wide Web". (p. 10)

Sin embargo, el autor apunta que, a pesar de que ambas prácticas terminarán por transformar el trabajo del periodista, éste debe acoplarse y adaptarse a las nuevas tecnologías lo cual incluye, por supuesto, formarse para enfrentar nuevos retos.

Si bien la mayoría de los autores consultados apuntan, como se ha mencionado anteriormente, que los fundamentos periodísticos del mundo digital no distan mucho de los del tradicional, el perfil del periodista en la actualidad no es el mismo del de hace dos o más décadas. Carrasco & Naranjo (2017) coinciden con este planteamiento y agregan lo siguiente:

El periodismo digital trae consigo muchísimos retos, sobre todo en cuanto a la adquisición de nuevas destrezas por parte del periodista, como el manejo de herramientas tecnológicas y la búsqueda de un modelo de negocio indicado; sin embargo, el tema central para muchos académicos y periodistas sigue siendo el de siempre, que tiene que ver con el fundamento del periodismo: la calidad de sus contenidos, su pertinencia, oportunidad y veracidad. (p. 63)

El mundo digital le ofrece ahora a los periodistas un contacto casi directo con sus lectores y les permite interactuar con ellos, saber qué tipo de información necesitan y cómo la prefieren. No obstante, la tarea en este momento va más allá de solo brindarle información a quienes están detrás de las pantallas:

Ahora les corresponde hacerse cargo de transformar la información en conocimiento, gestionar este conocimiento y responder de un modo más efectivo al público, desorientado entre tanta información, y cada vez más protagonista en los medios gracias a la interactividad propiciada por la red. (Romero, 2006, pág. 206)

Pero si bien esa interactividad le ofrece al periodista una visión más amplia de sus lectores, Salaverría, citado por Carrasco & Naranjo (2017), señala que es también necesidad del periodista digital compensar esto con un modelo de negocios rentable y además ofrece una solución para ello:

El mayor de los retos para el periodismo digital se encuentra en la búsqueda del modelo de negocios indicado para generar sostenibilidad y al mismo tiempo ofrecer productos de calidad. (...) Ante esta inquietud, el mismo autor identifica lo que podría ser la clave del éxito, refiriéndose a lograr un equilibrio entre la comprensión y conocimiento de las necesidades de las audiencias y el ejercicio de un periodismo de calidad que incorpore las nuevas herramientas y potencialidades de los espacios digitales. (p. 62).

Para lograr los retos mencionados anteriormente, además de comprender al público, el periodista digital debe también dominar más herramientas y saber cómo y para qué utilizar diversas herramientas que ofrece la web para producir contenidos multimedia:

En su día a día, el periodista digital debe manejar más recursos, cubrir más información y dominar más programas y herramientas que antaño, además de hacerlo todo en el menor tiempo y con el coste más bajo posible para las empresas que los contratan. (Romero, 2006, p. 209).

Es así como el perfil del periodista que buscan los jefes de redacción, coordinadores y demás cabezas de los medios en la actualidad, se ha transformado. Cenovia Casas, quien fue gerente editorial de El Nacional, entrevistada por Peña & Robles (2016), expresa que en el pasado se buscaba a “un muchacho que hablara un idioma, que tuviera un posgrado. Ahora quieren ver qué herramientas web maneja”. (p. 416). Por su parte, Tulio Casal, asistente del editor de la web del diario El Universal, también entrevistado por Peña & Robles, agrega que la búsqueda es de un periodista que cuente con las siguientes aptitudes:

Que tenga sentido de la narrativa multimedia. Que quiera trabajar en cualquier medio. Que sepa cuándo integrar un video, una foto, etc. Es importante que eso esté. Que tenga sentido de la hipertextualidad. Que conozca el lenguaje digital. Que sea capaz de asociar ideas para que un pensamiento quede desarrollado. Y que tenga disposición al uso de las tecnologías. (p. 416).

Es así como las funciones y labores de un periodista se han transformado en las redacciones ahora multimedia. Si bien un comunicador debe cumplir con los mismos requisitos que en el pasado, en la actualidad de le agregan el manejo de las herramientas que dispone la web, el conocimiento general de la narrativa multimedia, la hipertextualidad, la interactividad y las demás mencionadas anteriormente.

### **CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO**

Luego de explicar las bases teóricas es oportuno presentar cómo y con cuáles acciones se llevó a cabo este trabajo de investigación, así como también describir las técnicas con las que se recolectaron los datos e informaciones necesarias para el estudio y cómo fue el proceso de análisis y procesamiento de dichos datos.

#### **Tipo de investigación**

La metodología utilizada para cumplir con los objetivos del estudio que se presentaron en el capítulo anterior fue la Investigación Aplicada, la cual es definida por, citado por Vargas (2008), como aquella que “busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.” (p. 159).

El tipo de Investigación Aplicada fue la Investigación y Desarrollo la cual tiene como finalidad examinar las necesidades internas o del entorno de una organización para posteriormente desarrollar una solución que pueda utilizarse en ésta. Valarino, Yáber y Cemborain (2010) explican que en este caso “el problema se plantea como una relación entre una necesidad identificada para ser atendida mediante un diagnóstico o análisis y el desarrollo de una solución, producto o servicio.”

#### **Diseño de investigación**

Debido a que las variables no fueron manipuladas y éstas se recogieron directamente de la realidad, en el mismo momento y tal como ellas se presentan, el

diseño de la investigación fue no experimental. En cuanto a los diseños no experimentales, Briones (1996) señala:

Son aquellas en las cuales el investigador no tiene el control sobre la variable independiente, que es una de las características de las investigaciones experimentales y cuasiexperimentales, como tampoco conforma a los grupos del estudio. En estas investigaciones, la variable independiente ya ha ocurrido cuando el investigador hace el estudio. O sea, ha ocurrido un cierto fenómeno, que es tomado como variable independiente (por ejemplo, la exposición a la televisión) para un estudio en el cual el investigador desea describir esa variable como también los efectos que provoca sobre otro fenómeno, que es la variable dependiente (por ejemplo, conductas delictivas). (p. 46)

Ahora bien, al referirnos a cuándo se realizó la investigación, la presente es una investigación transeccional ya que los datos fueron recolectados en el mismo momento. Y al hablar del dónde se recogieron los datos para el presente estudio, se trata de una investigación de campo, porque se entrevistó a fuentes vivas como periodistas y especialistas; y documental porque además de lo anterior también se recolectó información bibliográfica referente al tema estudiado.

### **Población y muestra**

Para realizar la presente investigación fue necesario delimitar la población a estudiar. Para Balestrini (2002) “una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación.” (p. 137).

En este caso, la población estuvo compuesta por periodistas venezolanos que han sido participes de la migración de los medios digitales y con ello a la adaptación del periodismo tradicional al digital.

Para estos efectos, se seleccionó una muestra, definida por Gabaldon (citado por Balestrini, 2002) de la siguiente manera:

La muestra estadística es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población.

Fue así como la investigadora conversó con cuatro (4) periodistas que vivieron el proceso de la migración de los medios impresos hacia la web en Venezuela.



### Operacionalización de variables

Objetivos específicos	Variable	Definición conceptual	Indicadores	Método de recolección de datos	Método de análisis de datos	Fuentes
<p>Analizar las diferencias entre las rutinas pasadas (periodismo impreso) y las actuales (periodismo digital) para la comprensión de las necesidades de los periodistas que aún no son digitales.</p>	<p>Rutinas del periodismo impreso Rutinas del periodismo digital</p>	<p><b>Rutina periodística:</b> costumbre o hábito relacionado con las labores de investigación y producción de trabajos periodísticos. Narrativa. Frecuencia</p>	<p>Tecnología Procedimientos Proceso de investigación Cadena de mando Métricas Estrategia Ética Selección de fuentes Fact checking</p>	<p>Entrevistas</p>	<p>Historia de vida Red semántica</p>	<p>Periodistas que trabajan en medios web</p>
	<p>Necesidades del periodismo digital</p>		<p>Manejo de herramientas web Comprensión de dinámica de publicación Uso de elementos multimedia Hipervínculos Interactividad Redes sociales</p>	<p>Entrevistas</p>	<p>Análisis del discurso</p>	<p>Expertos</p>

Determinar, con expertos, el perfil deseado de un periodista digital, para la definición de las competencias necesarias en el trabajo en medios web.	Perfil deseado del periodista digital	<b>Perfil del periodista:</b> conocimientos y aptitudes natas e innatas con las cuales debe contar un periodista para desempeñarse como tal.	Conocimientos Habilidades Aptitudes Manejo de herramientas Versatilidad	Entrevistas Revisión bibliográfica	Análisis del discurso	Expertos
	Competencias de los periodistas en su labor en medios web.	<b>Competencias:</b> habilidades y conocimientos de los cuales se vale un periodista para realizar de manera óptima sus labores.		Entrevistas	Análisis del discurso	Expertos
Estructurar un manual de migración para periodistas que sirva de guía para para su óptima adaptación al ejercicio.	Contenidos esenciales que debe tener un manual de migración	<b>Manual:</b> Instrumento que contiene información relacionada con los objetivos, procedimientos y organización para realizar una labor de la manera más adecuada.	----	Revisión bibliográfica	----	-----

**Cuadro 1.** Operacionalización de variables. Fuente: Elaboración propia.

## **Técnicas y herramientas de recolección de datos**

Con la finalidad de recabar, filtrar y ordenar la información requerida para los fines de la investigación fue obligatorio aplicar diversas técnicas de recolección de datos.

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc. (Arias, 2006, p. 25).

La primera técnica utilizada fue la documental, la cual consiste fundamentalmente en una exhaustiva revisión de libros, tesis, revistas, informes y documentos que se encuentren en bibliotecas, hemerotecas y centros de documentación e información. (Mercado, 1997, p.72).

Para esto, la investigadora seleccionó autores y textos que se relacionaran estrechamente con los objetivos estudiados, para luego definir cuáles de ellos y de qué manera serían utilizados, para luego seleccionar los que fueron utilizados finalmente.

La segunda técnica usada para la investigación fue la entrevista, definida por Balestrini (2002) como: “Un proceso de comunicación verbal recíproca, con el fin último de recoger información a partir de una finalidad previamente establecida.” (p.154).

Con respecto a las preguntas realizadas en la entrevista, estas fueron abiertas para lograr una conversación más espontánea y directa con los entrevistados, los cuales fueron:

1.- Leo Felipe Campos Sayago: periodista de 39 años de edad, con 18 años de ejercicio en medios de comunicación impresos, digitales y audiovisuales, entre ellos RCTV, Venevision, Diario Últimas Noticias, Diario Líder y Contrapunto.com.

2. Pedro García Otero: periodista de 51 años de edad con 28 en el ejercicio en medios impresos, digitales y radiofónicos tales como: Radio Nacional de Venezuela, El Diario de Caracas, Circuito X, Grupo Gerente, El Universal, RCR, La Voz de Galicia (España), Radio Educativa (México), Panampost, Noticiero Digital e Infobae, entre otros.

3. Rhona Bucarito Kepp: periodista de 42 años de edad, con 20 años en el ejercicio profesional que ha trabajado en medios como Sony Entertainment Television, El Nacional y Contrapunto.

4. Edgar Cárdenas: periodista de 45 años con 20 años trabajando en medios de comunicación tales como Mágica FM, Red Digital TV, El Universal, Globovisión y Grupo CxM, entre otros.

### **Procedimiento de análisis de resultados**

Tras completar todas las técnicas de recolección de datos antes mencionadas, se procedió a revisar y organizar los resultados obtenidos. Sobre esto Arias (2006) señala: “En este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan.” (p.25).

De esta manera, luego de realizar las entrevistas y la revisión bibliográfica se hizo un análisis minucioso de los datos recolectados. En el caso de las entrevistas realizadas a los periodistas antes mencionados, se analizaron sus respuestas para establecer semejanzas y discrepancias entre los discursos, esto con el objetivo de definir los hallazgos encontrados durante dichas conversaciones.

## **CAPÍTULO IV. VENTANA DE MERCADO**

A continuación se describirán los diferentes elementos que describen el mercado al que está dirigido el manual de la presente investigación.

### **Sector productivo**

Al tratarse de un manual de migración digital de periodistas, el sector al que va dirigido es el de la comunicación y, en específico, al de los medios digitales venezolanos.

### **Producto o servicio**

Se proporciona un documento orientador acerca de las mejores prácticas para aquellos periodistas que quieran migrar del contexto impreso al digital.

### **Contexto ético**

Hay varios aspectos éticos a tomar en cuenta que influyen en los objetivos y los propósitos de la presente investigación y que describiremos a continuación, no sin antes recalcar la importancia del cumplimiento a cabalidad de todo lo escrito en el Código de Ética del Periodista Venezolano (2013) en cualquier medio digital del país.

Ahora bien, uno de los basamentos éticos fundamentales que rigen el Manual de migración digital del periodista venezolano, es el descrito en el artículo 2 del mencionado código el cual resalta la importancia de la libertad de expresión de los profesionales de la comunicación: “El periodista tiene su origen en la libertad de

expresión y el derecho a la información, normas democráticas consagradas en la Constitución de la República. El periodista debe luchar por la vigencia y efectividad de tales principios.” (p. 3).

El segundo de ellos también se refiere a la libertad de expresión y expresa lo siguiente:

Artículo 5. El periodista está obligado a respetar y defender la verdad, la libertad de expresión y el desarrollo autónomo e independiente de nuestro pueblo. El periodista solo podrá informar, de la vida privada, aquello que sea de importancia para los intereses de la colectividad; está obligado a darles el tratamiento ajustado a la dignidad, la discreción y la veracidad que se merece la vida privada de cualquier ciudadano venezolano. (p. 3)

Más adelante, en el artículo 6, se señala un aspecto fundamental para el ejercicio periodístico y su obligación para con el público: “El periodista se debe fundamentalmente al pueblo, el cual tiene derecho a recibir información veraz, oportuna e imparcial a través de los medios de comunicación social.” (p. 4). Y agrega, en el artículo 8, la importancia de la veracidad y el respeto a la condición humana: “El periodista no deberá deformar, falsear, alterar, tergiversar o elaborar material informativo impreso, audiovisual o digital, cuya divulgación o publicación resulte denigrante o humillante para la condición humana. (p. 4).

### **Marco filosófico**

La filosofía del *Manual de migración digital para periodistas venezolanos* es la concepción de un periodista capaz de participar eficazmente en una sociedad en la cual el uso del Internet ha masificado la información, y para la cual debe estar preparado con el objetivo de ejercer su profesión desde la web valiéndose de todas las herramientas que ésta ofrece para informar eficaz y verazmente a los ciudadanos.

## **Audiencia o público consumidor**

Tomando en cuenta los objetivos de la investigación, la audiencia serán aquellos periodistas que deseen migrar, o empezar sus labores, a medios digitales guiados por un manual de buenas prácticas en el ciberperiodismo.

## Marco legal

Las bases legales de la presente investigación están representadas en las leyes y artículos que se presentan a continuación, las cuales van acompañadas por la injerencia de éstas en el manual que surgirá a raíz del presente proyecto:

Nombre del documento	Propósito	Artículo	Relación con la investigación
Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos	Establecer la responsabilidad social de los prestadores de los servicios de radio, televisión, medios electrónicos y demás relacionados.	<p><b>Artículo 27. Prohibiciones</b>            En los servicios de radio, televisión y medios electrónicos, no está permitida la difusión de los mensajes que:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inciten o promuevan el odio y la intolerancia por razones religiosas, políticas, por diferencia de género, por racismo o xenofobia.</li> <li>2. Inciten o promuevan y/o hagan apología al delito.</li> <li>3. Constituyan propaganda de guerra.</li> <li>4. Fomenten zozobra en la ciudadanía o alteren el orden público.</li> <li>5. Desconozcan a las autoridades legítimamente constituidas.</li> <li>6. Induzcan al homicidio.</li> <li>7. Inciten o promuevan el incumplimiento del ordenamiento jurídico vigente.</li> </ol>	Al ser un manual para optimizar el trabajo de los periodistas en la web, es importante tener claros los mensajes que están prohibidos legalmente en los medios digitales.



<p>Ley Constitucional contra el Odio, por la Convivencia Pacífica y la Tolerancia</p>	<p>Contribuir a generar las condiciones necesarias para promover y garantizar el reconocimiento de la diversidad, la tolerancia y el respeto recíproco, así como para prevenir y erradicar toda forma de odio, desprecio, hostigamiento, discriminación y violencia.</p>	<p><b>Artículo 14. Responsabilidad en las Redes Sociales</b>  La difusión de mensajes a través de las redes sociales y medios electrónicos que promuevan la guerra o inciten al odio nacional, racial, étnico, religioso, político, social, ideológico, de género, orientación sexual, identidad de género, expresión de género y de cualquier otra naturaleza que constituya incitación a la discriminación, la intolerancia o la violencia a través se encuentra prohibida.  Las personas jurídicas que administran las redes sociales y medios electrónicos se encuentran obligadas a cumplir estrictamente lo dispuesto en esta disposición y adoptarán las medidas adecuadas para prevenir la difusión de estos mensajes. A tal efecto, deberán retirar inmediatamente de su difusión cualquier propaganda o mensaje que la contravenga.</p>	<p>El manual que resultó producto de esta investigación, debe regirse por los criterios y la rigurosidad periodística, entre ellos se encuentra la no divulgación de mensajes que inciten al odio, al racismo y a las demás categorizaciones mencionadas en el artículo.</p>
---	--	---	--

**Cuadro 2.** Bases legales. Fuente: Elaboración propia.

## CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN PROPUESTA

Ya explicada la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación, en este capítulo se introducirán los resultados obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de recolección y análisis de datos señalados anteriormente, los cuales permitieron realizar un estudio exhaustivo que cumpliera con el objetivo de estudiar cómo ha sido el proceso de cambio de las rutinas periodistas con la migración de los medios impresos a la web en Venezuela, y también para determinar cuál sería el perfil de periodista más cercano que requieren los cibermedios en el país.

Para ello se realizó una matriz que agrupó las preguntas junto a las respuestas de cada entrevistado, seguidas por un análisis para cada una de ellas. La primera matriz (Matriz de análisis 1) estudió el primer objetivo específico relacionado con las diferencias entre las rutinas del periodismo impreso y las del digital para la comprensión de las necesidades de los periodistas que aún no son digitales. Y la segunda (Matriz de análisis 2) presentó los resultados para el segundo objetivo específico el cual trataba de determinar el perfil deseado de un periodista digital y las competencias necesarias para su trabajo en la web.

Con la finalidad de agrupar mejor la información esta será la manera de identificar a cada invitado:

- **E1:** Leo Felipe Campos.
- **E2:** Pedro García Otero.
- **E3:** Rhona Bucarito.
- **E4:** Édgar Cárdenas.

### Matriz de análisis 1

	Pregunta	Respuesta de entrevistado	Análisis
1	¿Qué diferencias encuentra usted entre las rutinas periodísticas en medios impresos y en medios digitales?	<p><b>E1:</b> La velocidad de transmisión de la información. Los procesos de producción de un medio impreso son más lentos porque están mediados por la impresión y la distribución del contenido.</p> <p><b>E2:</b> Hay una diferencia sustancial en la forma de capturar la información. (...) hoy se hace digitalmente (...) eso le da inmediatez a la captura de información, pero también crea una distancia (...) entre la fuente y el periodista. (...) La información tiende a ser más homogénea (...) Para el periodista, tener un editor que lo oriente en este sentido es fundamental (...) Un buen editor termina siendo el personaje principal en los medios 2.0.</p> <p>La velocidad a la que hay que procesar la información, las reacciones, etc. ha pasado de un día a minutos. (...) Cada vez la velocidad de respuesta es más rápida y la inmediatez, más inmediata, valga la redundancia.</p> <p>En cuanto a los códigos comunicativos, podemos estar hablando de una cobertura "por capas" donde una información no está necesariamente terminada cuando se publica, sino que luego se le van incorporando elementos.</p> <p><b>E3:</b> El acceso de fuentes remotas sin necesidad de movilización permite pautar recolección de datos, entrevistas y acercamiento a una realidad específica de manera más expedita. Esto puede variar las rutinas de pauta en la redacción, al abaratar costos y ahorrar tiempo.</p> <p>Desde el punto de vista de publicación y diseño de página, existen recursos muy atractivos para presentar información que, de otra manera, pasaría desapercibida.</p> <p><b>E4:</b> No solo implica un cambio de rutina sino roles y nuevas actividades. Las salas de redacción independientes han abierto paso a redacciones integradas; experimentando con fórmulas diversas de coordinación editorial. La rutina cambia cuando encontramos las labores que ahora se incorporan al perfil del periodista</p>	<p>Mencionan varias diferencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La velocidad en la transmisión de la información (inmediatez).</li> <li>- La manera en la que ahora se captura u obtiene la información: actualmente es a distancia para ahorrar tiempo y abaratar costos.</li> <li>- La manera en la que se presenta la información (diseño).</li> <li>- Redacciones integradas.</li> <li>- Nuevos roles al perfil del periodista.</li> </ul>

2	¿Qué diferencia hay en la selección de las fuentes entre el periodismo tradicional y el digital? ¿Qué criterios privaban antes y cuáles privan ahora?	<p><b>E1:</b> Las fuentes de información (...) son iguales. El hecho de que se puedan consultar una vieja edición de periódico o un libro, de forma digital, no quiere decir que no sean fuentes hemerográficas o bibliográficas, en estos casos. Y las fuentes vivas siguen siendo las primarias para la noticia. El periodismo se hace en la calle, no detrás de la pantalla. (...) Privan los mismos criterios.</p>	<p>Si bien algunos entrevistados señalan que privan los mismos criterios, otros destacan lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacciones no centralizadas en las que el periodismo especializado desaparece y se diluye el abordaje profundo de los temas por la necesidad de publicar “de primero”.</li> <li>- En los medios digitales privan las ventajas económicas que ofrece entrevistar a una fuente “famosa” o conocida por la opinión pública porque genera más visitas; o a personas fáciles de contactar sin necesidad de movilización.</li> </ul>
		<p><b>E2:</b> Los medios tradicionales se componían de grandes redacciones centralizadas, con reporteros súper especializados. (...) Hoy, en presencia de medios web mucho menos rentables, y de redacciones no centralizadas, los reporteros son jóvenes que pueden escribir sobre diversos temas con mucha velocidad y editores que los guían con ese know how que no se puede adquirir ahora.</p>	
		<p>La redacción centralizada es una de las cosas que se están perdiendo en el periodismo y que le está haciendo mucho daño a la profesión. Porque constituía un reservorio de conocimiento especializado sobre muchísimos temas, una usina de información compartida, de conocimiento compartido, que permitía el abordaje muy profundo de temas, que hoy han sido sustituidos por el "influencer" o "youtuber", que sin tener ni este conocimiento ni esta experiencia "orienta" (por supuesto, es una ironía) a la opinión pública.</p>	
		<p><b>E3:</b> Teóricamente la selección de fuentes debería estar guiada por los mismos principios rectores del periodismo (ser verificable, veraz, pertinente, precisa, etc.). En la práctica (...) se han impuesto criterios comerciales para aumentar la productividad, acelerar los procesos de publicación y hacer más mercadeable la noticia como producto, dándole ventajas económicas a los medios digitales para garantizar su subsistencia ante el fracaso de un modelo de negocios rentable y/o sustentable. Esto ha llevado a una transformación de las prácticas habituales de titulación, redacción y obviamente de investigación: los medios digitales se decantan por fuentes famosas (que impulsen la visibilidad de sus contenidos) y fáciles de contactar (abaratando costos de traslado con el uso de la tecnología). Lastimosamente en muchos casos la premura por publicar antes evita un trabajo prolijo y detallado: la sed del tubazo impide alcanzar la profundidad y la precisión.</p>	
<p><b>E4:</b> Los criterios son similares, sin embargo cuando nos referimos a las fuentes documentales en la web, los rasgos o criterios actuales son: autor, actualización, objetividad, calidad de enlaces, exactitud y sitio de alojamiento.</p>			

<p><b>3</b></p>	<p>¿Influía la tecnología en sus labores e investigaciones? De ser negativa la respuesta, ¿cómo investigaba el periodista hace 20 años o más?</p>	<p><b>E1:</b> En mi caso, no. Usaba menos la computadora o el celular, pero hace veinte años investigaba igual; me preocupaba por conocer la mayor cantidad de variables sobre un mismo hecho para sentir que tenía más herramientas para comunicarlo mejor.</p> <p><b>E2:</b> Hace 20 años o más quizás lo más difícil era tener el contexto de las informaciones, que hoy es inmediato con solo googlearlo. Había grandes archivos (...) donde archivólogos o bibliotecólogos abrían temas. Eso te obligaba a unos niveles de organización personal importantes (...) a tener una libreta de teléfonos poderosa y a establecer una relación personal con tus fuentes, a cubrir las noticias en los lugares de los hechos y a esperar por las fuentes. (...) Si en algo ha influido la tecnología en el periodismo es para favorecerlo. La captura de información es instantánea.</p> <p><b>E3:</b> Siempre ha existido tecnología (...) pero el desarrollo reciente de TIC ha marcado una gran diferencia en el periodismo. Anteriormente investigaciones tomaban mucho más tiempo y se recurría a fuentes vivas, repositorios de información como bibliotecas, hemerotecas y archivos. La digitalización de archivos ha diversificado el número y la calidad de las fuentes.</p> <p><b>E4:</b> Sí, claro. De hecho el periodismo se ha desarrollado paralelamente al crecimiento de las tecnologías de la información.</p>	<p>La mayoría de los expertos coinciden en que las TIC han transformado la inmediatez con la que se le puede dar contexto a las informaciones, y la cantidad y la calidad de las fuentes. Esto le ahorra tiempo al periodista.</p>
<p><b>4</b></p>	<p>¿Cómo eran las cadenas de mando en los impresos y cómo son ahora? ¿Algunas diferencias que resaltar?</p>	<p><b>E1:</b> Diría que sí hay diferencias, sobre todo porque los modelos de redacción digital pueden ser más distintos entre sí, pero también más ágiles y pequeños. Sin embargo, se repiten ciertos eslabones de una misma cadena: (...) Si hay un redactor hay también un coordinador o un jefe de Redacción. Y se mantiene la figura del editor o editor en jefe.</p> <p><b>E2:</b> Los medios de comunicación se han destacado siempre por su horizontalidad, así que en este particular siguen siendo bastante parecidos. Lo que sí es diferente es que siendo los medios web mucho menos rentables que los tradicionales (...) se ha eliminado una capa de gerencia (...) los jefes de secciones.</p> <p><b>E3:</b> Operativamente hablando muchos medios mantienen estructuras similares: secciones temáticas con jefes o coordinadores que distribuyen pautas informativas en reuniones periódicas. Pero en medios digitales más pequeños la separación en secciones no existe, lo que influye en el trabajo de jefes de redacción (...) como para los periodistas a quienes se les exige cubrir todas las fuentes, perdiendo las ventajas de la especialización.</p> <p><b>E4:</b> Las cadenas de mando han sufrido transformaciones, con la integración de las redacciones evidentemente la estructura de dirección cambia.</p>	<p>A pesar de que las redacciones digitales siguen manteniendo algunas estructuras de los medios impresos, es cierto que se han suprimido algunos eslabones de las cadenas de mando, como por ejemplo los jefes de secciones. Esto producto del nacimiento de las redacciones integradas.</p>

<b>5</b>	Así como en la actualidad se dispone de las métricas para conocer el impacto, ¿cómo el periodista sabía antes del impacto de su trabajo en la colectividad?	<p><b>E1:</b> Esa variable era mucho más difusa, al menos cuantitativamente hablando. De forma cualitativa era más posible de medir, estableciendo diferencias entre la audiencia y los factores de poder.</p>	<p>En el pasado, los periodistas medían el impacto de su trabajo a través de los números de las ventas o el rating (en el caso de la TV y la radio), proporcionados por los equipos de mercadeo y ventas.</p> <p>Otra forma de medir la aceptación de un periodista era la cantidad de veces que sus notas estuvieran destacadas en las primeras páginas del periódico en el que laboraban.</p>
		<p><b>E2:</b> Básicamente por la venta de periódicos o por los "ratings" de noticieros de radio y TV, y por la repercusión que tenía un trabajo determinado en términos de opinión pública. Además, los periodistas competíamos siempre por la primera página en los periódicos o porque nuestra información "abriera" los noticieros de radio o TV.</p>	
		<p><b>E3:</b> La visibilidad del mismo tenía un valor comercial al que siempre se le ha hecho seguimiento: los equipos de mercadeo y ventas siempre han buscado medir qué trabajos se consumen más para tratar de replicar este tipo de productos y aumentar el valor publicitario de los espacios donde aparecen. Pero las métricas actuales son mucho más precisas y estimulantes si se saben leer adecuadamente.</p>	
		<p><b>E4:</b> El impacto del trabajo periodístico estaba marcado por el reconocimiento social. En el caso del periodismo de investigación, el público o audiencia destacaba los temas relevantes. Asimismo la propia sociedad entendiendo la finalidad del ejercicio profesional del periodismo otorgaba aspectos indicativos de credibilidad y fama.</p>	

**Cuadro 3.** Matriz de análisis 1. Fuente: Elaboración propia.

## Matriz de análisis 2

Pregunta		Respuesta de entrevistado	Análisis
<b>1</b>	En su opinión, ¿cuáles son las diferencias básicas entre un periodista de medios impresos y un periodista digital?	<b>E1:</b> El manejo de nuevas herramientas de comunicación, como softwares y aplicaciones.	Las principales diferencias son los tiempos de entrega, los nuevos formatos de publicación y la incorporación de nuevas tecnologías a las que deben adaptarse los periodistas digitales. Sin embargo, se mantienen los rasgos del periodismo tradicional como la necesidad de verificación y precisión de las informaciones.
		<b>E2:</b> Están referidas a la velocidad en la que hay que producir información. El periodismo digital ha acortado al mínimo los tiempos de entrega, y eso implica la necesidad de hacer un periodismo mucho más expedito, de consumo masivo (...). La segunda diferencia sigue teniendo que ver con la mezcla de códigos periodísticos. Siendo el 2.0 un medio que te permite integrar audio, video, texto y datos, creo que encontrar un estilo 2.0 que combine armoniosamente todos estos códigos, sin redundancias y permitiendo aprovechar lo mejor de cada uno, es un trabajo aún en curso.	
		<b>E3:</b> Están en la metodología de trabajo y los recursos de expresión: el periodista digital cuenta con otras fuentes y nuevos formatos de publicación. Sin embargo, ambos coinciden en la necesidad de confirmar datos y ser rigurosos para no perder precisión.	
		<b>E4:</b> Desde la perspectiva del espíritu de la profesión no deben existir diferencias, ya que lo que denominamos periodismo digital proviene de un solo tronco común: el periodismo. (...) Podemos señalar más que diferencias, la necesidad de adaptación a la nueva modalidad de comunicación. Evidentemente un periodista digital debe manejar mayor contenido teórico, sobre todo informático, así como herramientas diversas indispensables para el trabajo en entornos virtuales.	
<b>2</b>	¿Cómo considera usted debe utilizar el periodista la tecnología y las herramientas que	<b>E1:</b> Siempre hay que intentar sacarle el mejor provecho a la tecnología, pero la principal herramienta para un periodista será siempre el cultivo de su conocimiento.	La ética, la responsabilidad y las bases fundamentales del periodismo, son, según la opinión de los entrevistados las
		<b>E2:</b> Hay iniciativas muy interesantes en periodismo de datos, que creo que es el futuro del periodismo, pero probablemente ya no estén al alcance de periodistas "migrados" del impreso o de la TV, que probablemente se sientan mucho más cómodos como jefes de información o como editores que como redactores. Pero sí creo, definitivamente, que el futuro del periodismo está en el periodismo de datos. En la búsqueda de cantidades masivas de datos y su conversión en información útil.	

	ofrece ésta para sus labores en la web?	<p><b>E3:</b> Con sentido crítico: el periodismo es, ante todo, veracidad, pertinencia, cercanía. Sin estos elementos las gráficas atractivas, las animaciones efectistas y las publicaciones instantáneas carecen de valor para la sociedad. El sentido del oficio periodístico es buscar la verdad, confirmarla y presentarla de manera que el público la comprenda de la manera más cercana posible. Cuando el periodista reafirma estas directrices disminuye el riesgo de dejarse seducir por la espectacularidad tecnológica en un intento por generar golosinas visuales carentes de valor.</p>	herramientas que más necesita un periodista, independientemente de la tecnología. Sin embargo, destacan la importancia de la formación en cuanto al periodismo de datos.
		<p><b>E4:</b> El uso debe ser signado por la responsabilidad y la ética.</p>	
3	¿Qué necesita el periodismo digital de los periodistas venezolanos?	<p><b>E1:</b> El periodismo digital es el mismo periodismo de siempre, solo que usa otro canal. (...) El periodismo digital de los venezolanos solo necesita de paciencia y rigor. (...) Hay que seguir educando a los profesionales no solo para que usen mejor las herramientas tecnológicas que tienen a su alcance, sino para que expandan su mirada y visualicen distintas formas de llegar a las audiencias.</p>	<p>En este punto destacan varios temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El periodista venezolano debe continuar educándose en torno al ciberperiodismo, y este proceso debe darse desde las aulas de las escuelas de Comunicación Social del país.</li> <li>- A pesar de lo anterior, el periodista venezolano siempre ha sido un factor de cambio y de defensa por la libertad.</li> <li>- Deben adaptarse a los cambios que representa el ciberperiodismo y entender que los lectores</li> </ul>
	¿Está completamente preparado el periodista venezolano para valerse del mundo digital? De ser negativa la respuesta, ¿qué le falta para alcanzar la excelencia?	<p><b>E2:</b> Yo creo que el periodista venezolano, lamentablemente, no está formado ya no para el periodismo digital, sino que ni siquiera para el otro, el de siempre. (...) Luego creo que a pesar de eso, los periodistas estamos usando el 2.0 porque el periodismo analógico está desapareciendo. Lo que vendrá es un proceso darwiniano en el que solamente los que puedan adaptarse continuarán trabajando en los medios de comunicación, y las nuevas estrellas de la profesión no serán los que sean más exitosos en los medios web, sino como ya vemos está sucediendo, los que sean más exitosos en las redes sociales. (...) Esto no necesariamente es malo, pero sí prescinde mucho del periodismo colaborativo, que produce al final historias mucho más interesantes.</p>	
		<p><b>E3:</b> El periodista venezolano, a secas, ha sido históricamente un factor de cambio garante de la libertad. Pero ante los inminentes cambios tecnológicos es necesaria la formación y la actualización para adaptarse a la realidad que se impone. Si bien es cierto que la formación teórica, cultura general y sentido ético no ha cambiado, los métodos para encubrir escándalos y esconder información se han vuelto muy especializados pero también las formas de descubrirlos. (...) Han demostrado en la crítica etapa histórica que atraviesa el país toda su valía, y han adquirido herramientas que mejoran su práctica profesional. El problema es que muchos lo han hecho con premura y sin la guía adecuada, ya sea por su propia realidad como por la falta de programas educativos actualizados.</p>	
		<p><b>E4:</b> En Venezuela todavía falta tiempo para alcanzar excelencia en el mundo digital. Podemos</p>	



		mencionar que tenemos escasa formación en el tema digital, más allá de algunos cursos que individualmente los periodistas puedan efectuar. (...) En las aulas de las escuelas de comunicación social poco es el abordaje que se hace del tema. Solo dos postgrados dictan periodismo digital; UMA y ULA. No solo se trata de utilizar herramientas para la publicación del contenido; es importante entender que la nueva modalidad tiene mayor trascendencia; ya el periodista no se encuentra solo en el ecosistema comunicacional; ahora están los usuarios que no solo consumen sino que generan contenido.	ahora también pueden producir contenido.
4	¿Qué herramientas digitales – programas, aplicaciones, etc - necesita conocer de forma obligatoria el periodista digital?	<p><b>E1:</b> Debería jugar con todas las que vayan apareciendo, y yo haría hincapié en la imagen. Aunque una viejita y muy necesaria es el diccionario. (...) Si un periodista maneja muy bien las últimas aplicaciones tecnológicas y muy mal su idioma, no será nunca un buen periodista.</p> <p><b>E2:</b> Debe ser ducho en búsqueda web y en redes; debe saber Wordpress; debe conocer de edición en fotografía digital y de video, fundamentalmente en Youtube; y si sabe además de recolección, agrupación y presentación de datos, mucho mejor.</p> <p><b>E3:</b> Es imprescindible que el periodista tenga manejo avanzado de procesadores de texto, bases de datos, recuperación documental (investigación digital en web profunda, por ejemplo). Adicionalmente el conocimiento básico o intermedio de programas de diseño, producción audiovisual para la creación de contenido transmedia y el manejo de redes sociales.</p> <p><b>E4:</b> Paquete office, manejo de redes sociales, programas de edición de audio y sonido, integradores como Thinglink y TimelineJS, y programas de edición de imágenes fotográficas.</p>	Además de saber manejar adecuadamente el vocabulario, debe conocer de herramientas de edición de video, audio y fotografía, de recolección de datos, manejo de redes sociales, y programas para integrar información como Thinglink, Timeline, entre otros.
5	Basándose en sus conocimientos y experiencia, ¿qué conocimientos y habilidades debe tener un periodista digital?	<p><b>E1:</b> El apego a la ética y la legalidad, y la imposibilidad de mentir o falsear lo que ha visto, oído, leído o escuchado.</p> <p><b>E2:</b> Primero, velocidad. Segundo, debe ser muy sagaz para distinguir lo que es noticia y lo que no lo es; y tercero, debe ser capaz de escribir con mucha corrección. No se le pide mucha profundidad, al menos para un redactor corriente pero sí la limpieza necesaria como para sacar una nota decente, que cualquiera pueda leer y comprender.</p> <p><b>E3:</b> El periodista digital debe tener conocimientos teóricos básicos que no han variado desde el inicio de la profesión y que apuntan a la cultura general, sentido ético y nociones legales, pero también debe adquirir conocimientos y habilidades derivados del uso instrumental de las TIC: storytelling, nociones de programación, tecnologías emergentes, tratamiento de la información</p>	Un periodista digital debe: - Tener la habilidad de saber qué es noticia, procesarla con rapidez y con la menor cantidad de errores posible. - Contar con conocimientos, al menos básicos, de SEO, bases

		(bases de datos, análisis de información para generar valor), mercadeo digital, seguridad e integridad de la información, indicadores de gestión digital, gerencia de proyectos e idiomas, especialmente inglés (lectura y redacción).	de datos, analítica web, gerencia de proyectos, mercadeo digital.
		<b>E4:</b> Habilidades en manejo de SEO. Manejo de las alternativas del periodismo. Desde el periodismo de datos hasta la narrativa transmedia. Manejo de analítica web. Entender que debe permanecer atado a los principios del periodismo: veracidad, buena escritura y redacción, rigor periodístico, respeto a la ética.	- Conocer otro idioma, ingles preferiblemente, siempre será beneficioso. - No olvidar la veracidad, la ética, buen manejo del lenguaje y la legalidad.
6	¿Cuáles son las competencias necesarias para la óptima labor de los periodistas digitales?	<b>E2:</b> Conocer las herramientas, tener buenas conexiones (digitales y en el mundo real) y olfato periodístico. Salvo la velocidad y las herramientas, que también las necesitabas en el mundo analógico, no creo en realidad que haya grandes diferencias entre ambas maneras de trabajar.	En cuanto a las competencias necesarias, los entrevistados apuntan: - Habilidades para trabajar a distancia y en equipo, esto incluye resolución de conflictos, negociación, entre otros.
		<b>E3:</b> La curiosidad, creatividad, innovación e iniciativa para el diseño y ejecución de proyectos multi o transmedia originales, atractivos y útiles. (...) La necesidad de desarrollar competencias en negociación y toma de decisiones, resolución de conflictos, colaboración y disposición al trabajo en equipo (especialmente a la integración en equipos multidisciplinarios en trabajo a distancia).	- Valerse de los elementos que ofrece la multimedialidad.
		<b>E4:</b> Capacidad para ubicar y seleccionar los sitios web útiles. Manejo de las herramientas digitales. Conocer la utilidad de cada elemento que forma parte de la multimedialidad. Capacidad para entender el contexto comunicacional con visión de emprendimiento.	- Entendimiento del entorno comunicacional y las necesidades de este.
7	¿Qué herramientas debe	<b>E1:</b> La principal herramienta es el cultivo del propio conocimiento, y eso pasa por la curiosidad, por el deseo de seguir aprendiendo. (...) La tecnología es importante pero accesoria.(...) ¿Realizar una labor con éxito? Pasión, voluntad e imaginación.	Apuntan la importancia de la voluntad y la pasión a sus labores,

	<p>manejar un periodista digital para realizar su labor con éxito?</p>	<p><b>E3:</b> Debe familiarizarse con sus equipos para que realmente pueda aprovechar todas sus funcionalidades: debe conocer cuáles apps tiene disponibles, cómo convertir su celular en un hotspot para hacer transmisiones inmediatas, conocer los formatos más convenientes para recopilar información, etc. Este conocimiento le brinda autonomía y control sobre su trabajo.</p>	<p>además del conocimiento y el correcto manejo de las herramientas y equipos con los que cuenta para realizar su trabajo de una manera más autónoma.</p>
--	--	--	---

**Cuadro 4.** Matriz de análisis 2. Fuente: Elaboración propia.

**CAPÍTULO VI. MANUAL DE MIGRACIÓN PARA EL PERIODISTA  
VENEZOLANO**



# MANUAL DE MIGRACIÓN WEB

para periodistas venezolanos

MARÍA ALEJANDRA SILVA



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	2
CAPÍTULO I. Contexto .....	3
CAPÍTULO II. La noticia no se detiene .....	5
CAPÍTULO III. Verificar es imprescindible .....	8
CAPÍTULO IV. Contextualizar es la clave.....	11
CAPÍTULO V. Limpieza y corrección .....	13
CAPÍTULO VI. Profesionales integrales .....	15
REFERENCIAS .....	17

## INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene como objetivo ofrecer nociones fundamentales y algunas directrices para que sirvan de guía a aquellos periodistas venezolanos que deseen realizar sus labores en la web de la manera más exitosa posible, comprendiendo que los procesos de adaptación al mundo digital por parte de los profesionales de la comunicación del país no ha sido caracterizado, en la mayoría de los casos, por una formación académica adecuada.

Si bien los principios fundamentales del periodismo continúan siendo los mismos, es evidente que en la práctica han sido muchas las características que se le han ido sumando a las habilidades con las que debe contar un periodista en la actualidad. Ante este escenario es fundamental comprender los nuevos retos a los que se enfrentan.

El primer capítulo de este documento lo conforma el contexto del mismo en el que se incluyen los objetivos, la justificación y el alcance del manual. Seguidamente se encuentra el contenido que nos atañe: la importancia de la velocidad de las publicaciones en la web, del contexto y de la limpieza y la corrección de los textos; el fact checking como valor imprescindible y la necesidad de periodistas integrales.

Este manual fue creado en base a los resultados obtenidos a través de una detallada investigación que involucró una exhaustiva revisión bibliográfica sobre lo relativo al ciberperiodismo en el mundo y en Venezuela, su evolución y cómo se perfila en la actualidad; así como también entrevistas a periodistas expertos en el tema que aportaron información valiosa para el desarrollo y la elaboración del presente producto.

## **CAPÍTULO I**

### ***Contexto***

Este documento consiste en un manual que incluye nociones, directrices y recomendaciones dirigidas a los periodistas venezolanos para acompañarlos en su proceso de adaptación al trabajo en la web con la finalidad de que desarrollen una labor exitosa y óptima en un campo laboral tan exigente como el periodismo.

### **OBJETIVOS**

#### ***Objetivo general***

Proporcionar un documento que contenga nociones fundamentales, directrices y recomendaciones a aquellos periodistas venezolanos que deseen adaptarse de manera óptima en su ejercicio profesional como periodista digital.

#### ***Objetivos específicos***

- Determinar las nociones y fundamentos básicos para el trabajo periodístico en la web.

- Ofrecer algunos *tips* que sirvan de guía o recomendación para la mejor comprensión de las labores en la red.

### **JUSTIFICACIÓN**

Desde mediados de la década de los 90 los medios de comunicación impresos en Venezuela empezaron a migrar sus contenidos hacia la web. Producto de este proceso las redacciones y las rutinas periodísticas comenzaron a transformarse. Sin embargo, la formación de los periodistas con respecto a este tema aún es bastante escasa y, muchos medios de comunicación han realizado diversas formaciones a sus



periodistas aún queda un largo trecho por recorrer a nivel de estudios universitarios, tanto en pregrado como en posgrado.

Ante esta realidad, el presente documento servirá como punto de partida para ofrecer algunas directrices que conduzcan a los periodistas venezolanos a un mejor entendimiento y desempeño en sus labores en la web.

## **ALCANCE**

Esta manual está diseñado únicamente para ofrecer recomendaciones y criterios a aquellos periodistas venezolanos que deseen adaptarse al campo digital de manera exitosa.

## CAPÍTULO II

### *La noticia no se detiene*

Si bien el deber y la finalidad de los medios de comunicación sigue siendo la misma que hace dos décadas, los avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han permeado y transformado las rutinas laborales de los periodistas en la actualidad y, a pesar de que esto no ser un secreto para nadie, aún sigue representando un reto para muchos, veteranos y aprendices por igual, adaptarse a ello.

Cada cambio tecnológico ha traído una aceleración en los tiempos de respuesta en el periodismo pero, lo primero que es necesario tener presente es que en estos tiempos la noticia no se detiene, si no lo hacía antes ahora muchísimo menos con la inmediatez que proporciona el Internet. Sobre esto, García (comunicación personal, 15 de septiembre de 2018) recuerda los inicios de la transformación de las rutinas periodísticas:

Los que tenemos edad suficiente para recordar cómo era el mundo antes de los teléfonos celulares, sabemos que el celular implicó un enorme cambio en la manera de hacer periodismo. Las nuevas tecnologías de comunicación (incluidos los celulares inteligentes) han potenciado eso al extremo. Cada vez la velocidad de respuesta es más rápida y la inmediatez, más inmediata, valga la redundancia.

Y ante esta realidad a la que nadie escapa, la pregunta más común podría ser: ¿cuáles son los pasos a seguir para ser un periodista digital y no morir en el intento? Y, en primer lugar, habría que aclarar que esta es una profesión que se reinventa diariamente pero si se tuviera que definir alguna característica obligatoria para comprender las diferencias principales, Cárdenas (comunicación personal, 01 de noviembre de 2018) lo explica con bastante exactitud:

El periodista debe entender que cada día la realidad comunicacional lo obliga a convertirse en unas especie de cartógrafo, que debe recibir información, analizarla, verificarla y contrastarla; de allí

entonces es una especie de guía, porque no posee el monopolio de la información, este se encuentra disperso en la web.

Lo dicho por Cárdenas, además de acertado, conduce a hacer una comparación entre los tiempos de entrega en los medios impresos y los digitales. En el primero los tiempos de respuesta pueden ser horas: un periodista que escriba para un tabloide puede dedicar su día completo a entrevistar a sus fuentes, darle contexto al texto de manera pausada y entregar una nota al final del día. Y aquí radica una de las grandes diferencias, porque en la web esas horas se reducen a unos pocos minutos:

En el periódico tenías todo el día para levantar una información y al día siguiente ya sabías que ibas a hacer las reacciones. En el periodismo web cuando ocurre un hecho noticioso, tienes minutos para dar la noticia, horas para actualizarla, minutos para buscar las reacciones, minutos para ofrecerle al lector un análisis de lo que sucede. Todo se mide en minutos y nada nunca está terminado. (García O., cit.).

En este escenario, queda clara la necesidad del periodismo de ofrecer la mayor cantidad de informaciones en menos tiempo a la par de ser mucho más expedito, conciso, liviano y masivo que en el pasado. Hoy la cobertura de las informaciones se da, como bien señala García O., “por capas” ya que se va actualizando y se le van incorporando elementos a medida que se van dando los acontecimientos. Esta es una de las grandes ventajas que ofrece el ciberperiodismo, la manera en la que el periodista puede nutrir las informaciones es casi infinita.

Ahora bien, otra característica importante a resaltar en este capítulo, que tiene que ver con lo dicho anteriormente y que influye sustancialmente en la rapidez de los tiempos de producción en digital, es el acceso a las fuentes. Hoy la tecnología le permite a los medios disminuir costos y reducir al mínimo los periodos de respuesta. Bucarito K. (comunicación personal, 30 de octubre de 2018) señala que “el acceso de fuentes remotas sin necesidad de movilización permite pautar recolección de datos, entrevistas y acercamiento a una realidad específica de manera más expedita.”

Hasta el momento, a manera de resumen, y para avanzar con el siguiente apartado, se podría decir que:

- El entrenamiento diario del “olfato periodístico” para detectar qué es noticia y qué puede importarle al público es primordial. Siempre lo fue, pero ahora es indispensable.

- Cuando se produce el hecho noticioso debe ser publicado, al menos un avance, muy pocos minutos después.

- En base a ese avance, la nota se va alimentando para darle contexto y agregar detalles, como por ejemplo declaraciones de los implicados, datos de interés, videos, sonidos e imágenes, entre otros elementos.

- Si el evento noticioso no ha culminado se agregan todos los puntos clave y lo “noticioso”, para luego abrir otra nota con reacciones, análisis y opiniones de los ciudadanos en redes sociales, entre otros. “Hipervincular” todas las notas entre sí es imprescindible.

- Para dar contexto es fundamental apoyarse en hipervínculos que conduzcan al lector a otra nota que amplíe la información.

### CAPÍTULO III

#### Verificar es imprescindible

Si adaptarse a la rapidez de la web es complicado, quizás verificar cada información que aparece en ella pueda ser más cuesta arriba. Sin embargo, entrenar el ojo y el olfato es decisivo para lograrlo. Pero hay varias claves que pueden ofrecer los expertos sobre este tema. Para Campos (comunicación personal, 29 de octubre de 2018) comprobar y contrastar informaciones es fundamental:

Eso es siempre difícil pero imprescindible. Creo que siempre hay mucho acto de fe por parte del periodista que reproduce un testimonio. En ese sentido, lo primero creo que es la intuición propia. La experiencia también ayuda. Actualmente, aunque hay más opciones para verificar la información, al parecer se incurre en más errores. Aparecen las *fake news* y existe esa imperiosa necesidad de decirlo siempre primero, la velocidad como un peligro latente. Diría que la información debe ser siempre contrastada, y que ante la mera duda sobre si un hecho ocurrió o no, lo mejor es no afirmarlo. Si no estás seguro, no lo digas. Punto.

La sed del “tubazo” ha llevado a muchos periodistas o medios a convertirse en víctimas de sus propias ambiciones porque, si bien es importante ofrecer la noticia lo más pronto que se pueda y apuntando siempre a ser el primero en publicarla, a veces es preferible tardarse unos minutos más para investigar y realizar algunas llamadas a fuentes que puedan corroborar o desmentir la información y contrastar con datos que se tienen almacenados, que “pisar el peine” y poner en riesgo el prestigio del propio periodista o del medio. “El ideal es poder comprobar de –al menos– tres fuentes distintas la información. Eso nos da seguridad de la veracidad del dato de manera transversal.” (Jara, 2018)

Este es un proceso que debe llevarse de una manera bastante acuciosa y para la que los periodistas deberían recibir formación, ya que las redes sociales y la inmediatez que proporcionan atentan gravemente contra la veracidad de las informaciones. En Twitter los “fake news” se hacen virales casi instantáneamente y

en Venezuela los ejemplos de esto sobran, pero es tarea del profesional saber definir y detectar una noticia falsa y una verdadera:

Al multiplicarse las fuentes, también se multiplican los datos falsos. Es por ello que la verificación de información debe ser estricta y para ello deben establecerse criterios para la recuperación documental que permitan hacer un cribado de la información potencialmente falsa, tendenciosa o maliciosa dentro de lapsos razonables para no afectar el funcionamiento del medio: resulta poco rentable dedicar demasiados recursos a la comprobación de millones de datos provenientes de distintas fuentes, además de que determinaría retrasos de publicación que atentarían contra la pertinencia temporal de algunos temas. En ese sentido resulta conveniente establecer criterios de verificación claros que conozcan todos los trabajadores de un medio, que permitan desestimar en poco tiempo fuentes dudosas y filtrar información. Para ello es imprescindible el entrenamiento del personal de redacción en un proceso de formación continua que permita su adaptación a los cambios tecnológicos y la adopción de buenas prácticas en estos escenarios. (Bucarito K., cit.).

Varios medios latinoamericanos han creado sus propias estrategias para esta verificación de datos. Por ejemplo, El Mercurio de Chile tiene, en el cuerpo de Reportajes, una sección llamada El Polígrafo con la cual fiscalizan discursos y datos de figuras públicas y autoridades. En una entrevista para el sitio web Puro Periodismo, Cecilia Derpich, fundadora y líder del proyecto explico que tienen “un método de siete pasos, el mismo que usa PolitiFact. Hay ciertas reglas: por ejemplo, si vamos a calificar a una persona, siempre la llamamos. No hay nada en que nosotros no hayamos llamado a la persona que dijo la frase.” (Paz, 2015).

Si bien es cierto que lo ideal es que cada medio tenga a un equipo especializado en realizar la verificación de las informaciones, en Venezuela esto es quizás una meta a largo plazo, es por ello que, agrupando la experiencia y las recomendaciones de varias propuestas exitosas en el mundo, se podría decir que los siguientes *tips* son claves para descartar noticias o datos falsos:

- Cuestionar los hechos: poner en duda una información que carece de sustento necesario hasta para convencer al periodista, puede ser una señal de que algo

va mal. Ir más allá de lo que está a simple vista le puede garantizar al periodista la producción de informaciones de calidad y rigurosidad.

- Fuentes fiables: contar con tres o más fuentes confiables que corroboren o desmientan la información es clave. Esto permitirá verificar número, cifras y nombres disminuyendo el margen de error a la hora de ofrecer datos precisos.

- Revisar archivo y documentos: buscar entre los trabajos realizados anteriormente y contrastarlos con la información actual siempre será de gran utilidad para conseguir disparidad entre las declaraciones, datos o cifras. Siempre habrán informaciones básicas que le otorgaran veracidad a la noticia.

- Búsquedas avanzadas en Google: muchos expertos señalan que los periodistas de investigación deberían especializarse en las búsquedas avanzadas en Google. Muchos se sorprenderían de la gran cantidad de información que puede otorgar este buscador cuando es utilizado de la manera correcta y aprovechando todos sus recursos en pro de la verificación.

- Releer y reverificar: al finalizar de escribir el texto, verificar cada dato y declaración, es fundamental releer para evitar que se “escape” algún error o exista algo que se haya pasado por alto y no haya sido comprobado rigurosamente.

En definitiva, la tecnología ha colaborado de manera definitiva en la manera de hacer periodismo y gracias a ella existen un sinnúmero de oportunidades para realizar cosas que eran imposibles en el pasado, pero es indudable que el ojo crítico de un periodista la mayoría de las veces nada tiene que ver con la tecnología.

## CAPÍTULO IV

### Contextualizar es la clave

Darle el contexto necesario a una información es quizás una de las labores más importantes del periodismo. Una noticia sin al menos un párrafo de contexto podría convertirse en un tiempo desperdiciado tanto para quien la escribe como para quien la lee. Esto evidentemente es una de las labores claves tanto para el periodismo tradicional como para el web, pero es ahora, con tanta información disponible en el Internet, cuando es más imprescindible que nunca:

Hace 20 años o más, quizás lo más difícil era tener el contexto de las informaciones, que hoy es inmediato con solo *googlearlo*. Había grandes archivos, que ocupaban salas completas, donde archivólogos o bibliotecólogos abrían temas: ibas al archivo, pedías la carpeta de control de cambios y te sacaban 10 o 20 carpetas con todo lo que había (si tenías suerte estaba en microfilm). Tú mismo, además, armabas tu carpeta de recortes con tus temas, con cosas que hacía la competencia. (García O., cit.).

En la actualidad, las obligaciones del periodista continúan siendo las mismas pero la importancia de que el público comprenda cada letra que escribe es determinante para los medios digitales: mientras más público se conecte con el contenido que ofreces mejores ingresos tendrás. A esto se le suma el análisis acertado de Bucarito K. (cit):

El sentido del oficio periodístico es buscar la verdad, confirmarla y presentarla de manera que el público la comprenda (en su contexto y con sus implicaciones) de la manera más cercana posible. Cuando el periodista reafirma estas directrices disminuye el riesgo de dejarse seducir por la espectacularidad tecnológica en un intento por generar golosinas visuales carentes de valor.

Ahora bien, la necesidad de producir más informaciones en menor cantidad de tiempo y las redacciones centralizadas en las que los periodistas especializados muchas veces escasean, la tarea de vigilar que el contexto que se le da a cada noticia la mayoría del tiempo recae sobre el editor, así lo explica García O. (cit.):



Ahora la información tiende a ser más homogénea, es decir, el diferenciador entre un portal y otro termina siendo el cómo se enfoque la información. Para el periodista, tener un editor que lo oriente en este sentido es fundamental, porque suelen ser los reporteros 2.0 gente muy joven, con poco rodaje profesional, que muchas veces no comprenden el contexto ni el *background* de muchas informaciones. Un buen editor termina siendo el personaje principal en los medios 2.0.

Otro punto importante dentro del contexto es el enfoque que le da cada medio a los eventos noticiosos. No es lo mismo lo que dice El Nacional a lo que podría publicar Últimas Noticias, independientemente de las condiciones actuales en las que se encuentran estos medios, ambos tienen una línea editorial y un sello completamente diferente, pero a pesar de eso hay que tener en cuenta que una nota mal enfocada o sin el debido sustento puede sepultar a un medio en la opinión pública “porque el público es un juez implacable y un tuit te puede destruir años de trabajo en tu reputación 2.0. Y la reputación, tanto antes como ahora, es el único activo que realmente tienen los medios y los periodistas.” (García O., cit)

## **CAPÍTULO V**

### **Limpieza y corrección**

La importancia de elaborar textos de manera adecuada y correcta es también primordial en tanto para el periodismo tradicional como para el ciberperiodismo, pero la diferencia radica en los tiempos de producción: un periodista que se desempeña en un diario impreso tiene el suficiente tiempo para dedicarle unos minutos a la revisión de su texto, pero uno cuyas labores son en la web quizás no pueda siquiera releer antes de pulsar el botón de “publicar”.

Por ello se considera fundamental que los periodistas hoy más que nunca estén formados y tengan la capacidad de escribir con la limpieza y corrección al menos básicas porque “no se le pide mucha profundidad, al menos para un redactor corriente, pero sí la limpieza necesaria como para sacar una nota decente, que cualquiera pueda leer y comprender.” (García O., cit.).

Cultivar el conocimiento y con ello reforzar las cualidades para una adecuada redacción es trascendental porque como bien dice Campos (cit.), aunque suene un poco obvio, “la principal herramienta (de un periodista) es el cultivo del propio conocimiento, y eso pasa por la curiosidad, por el deseo de seguir aprendiendo. Leer, releer, investigar”. Al final un periodista puede manejar todas las herramientas tecnológicas existentes pero si no sabe manejar bien su vocabulario para entenderse con quienes están detrás de la pantalla, nunca podrá ser exitoso en su desempeño profesional.

Otra pieza fundamental en la redacción web es tomar en cuenta la importancia del posicionamiento web (SEO) de cada texto que sea publicado. Un buen SEO garantiza que la noticia tendrá más alcance en los motores de búsqueda y para ello importante valerse de “repetir palabras claves, generar enlaces a palabras relevantes y entregar títulos precisos.” (Andriolo, 2012).

Para entrenar a los periodistas muchos medios han realizado cursos de formación e incluso han elaborado manuales propios dependiendo de las necesidades

y los objetivos de la empresa, pero contar con conocimiento, aunque sean básicos, sumará en las características de un periodista digital.

De manera que se podrían agrupar algunas claves para lograr un texto limpio, correcto y efectivo en la web:

- Estructurar el texto de manera concisa: redactar una noticia que cuente una estructura correcta, con datos claves y con la información precisa es vital. Importante evitar las frases sin sentido y que “adornen” el texto, porque los lectores en la web no tienen tiempo que perder.

- Titular llamativo: un buen titular será el apoyo ideal para atraer a más lectores sobre todo desde las redes sociales.

- No olvidar el SEO: en la web es fundamental darle al posicionamiento web el valor que merece. Por ello es fundamental analizar cómo buscaran los usuarios la información para determinar y optimizar cuáles serán las palabras o frases claves.

## CAPÍTULO VI

### Profesionales integrales

*(adecuarse y actualizarse en cuanto a las herramientas tecnológicas, idiomas)*

Si bien es cierto que tener la rapidez necesaria para publicar un evento noticioso a los pocos minutos de que suceda, verificarlo con la rigurosidad necesaria, darle contexto y redactar de la manera más correcta y limpia posible, otorga a un periodista digital muchas ventajas en los medios de la actualidad, existen también otros conocimientos y habilidades que podrían empujarlos unos escalones más arriba.

La transformación de las salas de redacción tradicionales a las integradas han influido directamente en los cambios de las rutinas periodísticas y les ha sumado labores a su perfil. Cárdenas (cit.) lo define así:

Los medios han logrado, bajo el proceso convergente, fusionar distintas áreas de la empresa periodística; aunque hay que agregar que no solo se trata de contenido, sino de las formas de dirigir, administrar, producir y distribuir el producto periodístico. Evidentemente las rutinas profesionales han cambiado. Dependiendo de distintos factores, los medios dentro de ese proceso de convergencia han asumido acciones diversas. Medios que han integrado la sala de redacción coordinada por una mesa, donde las fuentes son tratadas por todos los periodistas; para algunos un proceso de integración total.

Es por eso que el ciberperiodismo se necesita de profesionales polivalentes que además de saber cómo transmitir una noticia imaginen otras maneras de narrar un hecho y de conectar con el público de una manera innovadora. Bucarito K. (cit.) resumen las habilidades de un periodista 2.0 de la siguiente manera:

El periodista digital debe tener conocimientos teóricos básicos que no han variado desde el inicio de la profesión y que apuntan a la cultura general, sentido ético y nociones legales, pero también debe adquirir conocimientos y habilidades derivados del uso instrumental de las TIC: storytelling, nociones de programación, tecnologías emergentes, tratamiento de la información (bases de datos, análisis de información para generar valor), mercadeo digital, seguridad e

integridad de la información, indicadores de gestión digital, gerencia de proyectos e idiomas, especialmente inglés (lectura y redacción).

Ahora bien, sobre las herramientas y aptitudes que debe manejar, al menos de manera básica, un periodista digital se incluyen:

- Sistemas de gestión de contenidos, como por ejemplo Wordpress, uno de los más utilizados por los medios digitales en Venezuela.

- Edición de fotografía digital y video: Photoshop para imágenes y FinalCut o Adobe Premier para videos.

- Manejo de redes social a profundidad: conocer las búsquedas avanzadas de las redes sociales, cómo programar contenido, entender las estadísticas de estas herramientas.

- Procesar bases de datos: agrupar datos y darles contexto y forma es una habilidad bastante útil en el ciberperiodismo.

- Pensar en la multimedialidad valiéndose de softwares (infografías, gráficos, videos animados) que permitan organizar datos e informaciones.

- Conocimientos intermedios del inglés.

A pesar de que no existe una receta exacta y única para combinar de manera armoniosa y conveniente todo lo anteriormente dicho, es cierto que aún la industria del ciberperiodismo en Venezuela aún está en vías de desarrollo. Ante esto la labor de los periodistas es aprovechar cada uno de los puntos mencionados anteriormente para permitirle a los lectores el acceso a un periodismo digital de calidad.

## REFERENCIAS

- Andriolo, E. (05 de marzo de 2012). *¿Cómo escribir para medios digitales? Aprenda más sobre técnicas de redacción para la web*. Obtenido de Knight Center for Journalism in the Americas: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-9223-%C2%BFcomo-pensar-el-texto-para-los-medios-digitales-sepa-mas-sobre-tecnicas-de-escritura-pa>
- Bedei, C. (03 de octubre de 2018). *Consejos y técnicas para verificar información por tu cuenta*. Obtenido de Ijnet: <https://ijnet.org/es/story/consejos-y-tecnicas-para-verificar-informacion-por-tu-cuenta>
- Bucarito K., R. (30 de octubre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Campos, L. F. (29 de octubre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Cárdenas, É. (01 de 11 de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- García O., P. (15 de septiembre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Gonzalo, P. (09 de febrero de 2017). *Cómo verificar una noticia: 6 pasos fundamentales*. Obtenido de Periodismo ciudadano: <https://www.periodismociudadano.com/2017/02/09/como-verificar-una-noticia-6-pasos-fundamentales/>
- Jara, M. (15 de marzo de 2018). *Las bases de un buen fact-checking y una escala justa*. Obtenido de En la lupa: <https://www.enlalupa.cl/2018/03/las-bases-de-un-buen-fact-checking-y-una-escala-justa/>
- Monnerat, A. (20 de abril de 2017). *La apuesta por el fact-checking: periodistas crean más iniciativas para verificar el discurso público y revelar noticias falsas*. Obtenido de Knight Center of Journalism in the Americas: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-18251-la-apuesta-por-el-fact-checking-periodistas-crean-mas-iniciativas-para-verificar-el-di>

Paz, M. (21 de diciembre de 2015). *Los siete pasos de verificación de “El Polígrafo”*.

Obtenido de Puro Periodismo: <http://www.puroperiodismo.cl/?p=26380>

Soma Comunicación. (19 de abril de 2017). *Fact Checking o la verificación de datos*.

Obtenido de Soma Comunicación: <https://somacomunicacion.com/fact-checking-o-la-verificacion-de-datos/>

## **CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Para poder estudiar a profundidad la transformación del periodismo tradicional al digital se analizaron diversas teorías relacionadas con el tema que incluyeron tanto posiciones de autores venezolanos y foráneos, como entrevistas a periodistas expertos y cuya experiencia en los medios pasó por dicha transformación.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación se llegaron a varias conclusiones. El objetivo principal de la investigación fue el diseño un manual para periodistas venezolanos que ofreciera directrices y recomendaciones para su óptima adaptación en su ejercicio profesional como periodista digital. Dicha meta se cumplió a cabalidad ya que, por medio de las entrevistas y una exhaustiva revisión bibliográfica, se agruparon todos los lineamientos para conformar y estructurar un documento que ayudará a los periodistas interesados en realizar de manera exitosa sus labores en los medios digitales venezolanos.

En cuanto a los objetivos específicos se lograron determinar las diferencias entre las rutinas periodísticas de los medios tradicionales con los digitales y con ello se cumplió a cabalidad con lo expuesto en el primero. Acerca de este punto se puede concluir que:

- La principal diferencia entre ambos es la inmediatez con la que un periodista puede transmitir la información hoy en día y la manera en la que esta es capturada: en vivo y directo pero a distancia, lo cual reduce los costos de las coberturas y además disminuye significativamente los tiempos de entrega.

- Las redacciones centralizadas han transformado las rutinas periodísticas y, a consecuencia de ello, el periodismo especializado ha ido desapareciendo para darle entrada a la necesidad de los medios de ser el primero en publicar el evento noticioso, sin ofrecerle al lector un abordaje profundo de los hechos.



- Si bien la cantidad y la calidad de las fuentes es más amplia, los medios digitales venezolanos prefieren fuentes conocidas o famosas para aumentar sus visitas por el beneficio económico que estas les generan.

- Algunos estabones de las cadenas de mando han desaparecido en las redacciones integradas, tal es el caso de los jefes de secciones.

En cuanto al segundo objetivo específico que se refería al perfil deseado de un periodista digital y las competencias necesarias para su trabajo la web, se pudo determinar que:

- Un periodista digital de saber adaptarse a los cortos tiempos de entrega, las nuevas tecnologías y los formatos y nuevas narrativas con las que se cuentan ahora las historias.

- Entender que a las bases fundamentales del periodismo se le suman ahora la necesidad de verificar cada información y ser más precisos que nunca antes con cada dato publicado.

- La formación en cuanto al periodismo de datos es fundamental en el mundo digital. Saber cómo agrupar, analizar y procesar los datos para convertirlos en una información importante y relevante para el lector es vital para el crecimiento del ciberperiodismo.

- La necesidad de un periodista con una redacción limpia y correcta continúa en los medios digitales sumado a los conocimientos de SEO, multimedialidad, gerencia de proyectos, mercadeo digital, redes sociales, edición de video, audio y fotografía y softwares para integrar información, son de gran utilidad.

- Las habilidades para el trabajo en equipo y a distancia son hoy más esenciales que nunca antes.

- El manejo de un segundo idioma como el inglés siempre será beneficioso para un periodista digital.

- El conocimiento y el manejo correcto de las herramientas y equipos tecnológicos con los que cuenta la redacción le garantiza al periodista independencia y autonomía en sus labores, además de sumarle experiencia a su rol en la redacción.

Las recomendaciones que se desprenden de esta investigación apuntan a la necesidad de los periodistas venezolanos a recibir una formación adecuada y especializada en relación al periodismo digital. Se considera alarmante la poca oferta académica, tanto en pregrado como es posgrado, de cátedras que enseñen a sus estudiantes a desarrollarse en los medios digitales.

## REFERENCIAS

- Andriolo, E. (05 de marzo de 2012). *¿Cómo escribir para medios digitales? Aprenda más sobre técnicas de redacción para la web*. Obtenido de Knight Center for Journalism in the Americas: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-9223-%C2%BFcomo-pensar-el-texto-para-los-medios-digitales-sepa-mas-sobre-tecnicas-de-escritura-pa>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación* (5 ed.). Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (2002). *Cómo se elabora el proyecto de investigación* (6 ed.). Caracas: BL. Consultores Asociados Servicio Editorial.
- Barja, L. (2016). *El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena*. Trabajo de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Bedei, C. (03 de octubre de 2018). *Consejos y técnicas para verificar información por tu cuenta*. Obtenido de Ijnet: <https://ijnet.org/es/story/consejos-y-tecnicas-para-verificar-informacion-por-tu-cuenta>
- Briones, G. (1996). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES.
- Bucarito K., R. (30 de octubre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Campos, L. F. (29 de octubre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Cárdenas, É. (01 de 11 de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)
- Carrasco, G., & Naranjo, D. (2017). Periodismo digital en Venezuela: el dilema del tráfico y la calidad. *Comunicación: estudios venezolanos de la comunicación*(178), 60-71. Recuperado el 15 de septiembre de 2018, de Comunicación. Fundación Centro Gumilla:

<http://comunicacion.gumilla.org/periodismo-digital-en-venezuela-el-dilema-del-trafico-y-la-calidad/>

Carrasco, G., & Naranjo, D. (2017). Periodismo digital en Venezuela: el dilema del tráfico y la calidad. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*(178), 60-71.

Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Colegio Nacional de Periodistas. (2013). *Código de Ética del Periodista Venezolano*. Obtenido de [http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original\\_codigoeticafinal.pdf](http://cdn1.cnpven.org/archivos/80/original_codigoeticafinal.pdf)

De Oteyza, C. (2002). *Los desafíos de la escritura multimedia*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

Espacio Público. (07 de agosto de 2018). *La agonía de los periódicos en Venezuela*. Obtenido de <http://espaciopublico.org/la-agonia-de-los-periodicos-en-venezuela/#.W-Co7GdRfIU>

García O., P. (15 de septiembre de 2018). (M. A. Silva, Entrevistador)

Gómez-Calderón, B., Roses, S., & García-Borrego, M. (2017). Los nuevos perfiles profesionales del periodista desde la perspectiva académica española. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 191-200.

Gonzalo, P. (09 de febrero de 2017). *Cómo verificar una noticia: 6 pasos fundamentales*. Obtenido de Periodismo ciudadano: <https://www.periodismociudadano.com/2017/02/09/como-verificar-una-noticia-6-pasos-fundamentales/>

Jara, M. (15 de marzo de 2018). *Las bases de un buen fact-checking y una escala justa*. Obtenido de En la lupa: <https://www.enlalupa.cl/2018/03/las-bases-de-un-buen-fact-checking-y-una-escala-justa/>

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

- Marina, J. (2006). *Anatomía del miedo*. Lectulandia.
- Márquez, H. (28 de marzo de 2018). *Medios digitales toman el relevo de informar en Venezuela*. Obtenido de El Estímulo: <http://elestimulo.com/blog/medios-digitales-toman-el-relevo-de-informar-en-venezuela/>
- Mercado, S. (1997). *Cómo hacer una tesis*. México: Limusa.
- Meso Ayerdi, K. (2002). *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2002mesojunio5103.htm>
- Monnerat, A. (20 de abril de 2017). *La apuesta por el fact-checking: periodistas crean más iniciativas para verificar el discurso público y revelar noticias falsas*. Obtenido de Knight Center of Journalism in the Americas: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-18251-la-apuesta-por-el-fact-checking-periodistas-crean-mas-iniciativas-para-verificar-el-di>
- Núñez, F. (2006). *10 años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006*. (M. Rojano, Ed.) Caracas: Centro de Investigación de la Comunicación. CIC - UCAB.
- Oliva, C. (abril-junio de 2014). *El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento*. Obtenido de Aposta. Revista de Ciencias Sociales: <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/coliva2.pdf>
- Paz, M. (21 de diciembre de 2015). *Los siete pasos de verificación de "El Polígrafo"*. Obtenido de Puro Periodismo: <http://www.puroperiodismo.cl/?p=26380>
- Peña, M. E., & Robles, M. (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Peñaloza, P. P. (2006). *10 años de periodismo digital en Venezuela. 1996 - 2006*. (M. Rojano, Ed.) Caracas, Venezuela: Centro de Investigación de la Comunicación. CIC - UCAB.

- Pérez, P. (20 de abril de 2016). *El periodismo en la era digital*. Obtenido de El País: [https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302\\_620130.html](https://elpais.com/elpais/2016/04/13/opinion/1460540302_620130.html)
- Romero, L. (2006). *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. VII Congreso Nacional Periodismo Digital. (F. Sabés, Ed.) Huesca, España: Asociación de la Prensa de Aragón.
- Sandoval, M. (enero de 2001). *La formación a distancia de periodistas digitales: una propuesta para el uso de la videoconferencia*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/136sandoval.htm>
- Scolari, C., Micó, J., Navarro, H., & Pardo, H. (2008). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer*, 37-60.
- Soma Comunicación. (19 de abril de 2017). *Fact Checking o la verificación de datos*. Obtenido de Soma Comunicación: <https://somacomunicacion.com/fact-checking-o-la-verificacion-de-datos/>
- Tendencias Digitales. (2018). *Penetración y usos del Internet en Venezuela*. Obtenido de <https://tendenciasdigitales.com/web/wp-content/uploads/2018/04/Penetraci%C3%B3n-y-usos-de-internet-en-Venezuela-2018.pdf>
- Valarino, E., Yáber, G., & Cemborain, M. S. (2010). *Metodología de la investigación: paso a paso*. México: Editorial Trillas.
- Vargas Cordero, Z. R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165.

**ANEXOS**

**ANEXO 1**

**GUÍA DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO  
JUICIO DE EXPERTOS**

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

**PRESENTACIÓN**

Respetado profesional:

Dada la valiosa experiencia que usted posee y su extensa formación profesional y conocimiento del área en cuestión para este trabajo especial de grado, le solicitamos por favor realice la validación del presente instrumento siguiendo las instrucciones que se anexan y para lo que se le hace llegar el título de la investigación, objetivo general y objetivos específicos, tabla de operacionalización de variables e instrumentos de recolección de información

De antemano le agradecemos su valiosa colaboración para la realización de este trabajo.

Atentamente,

María Alejandra Silva



## **TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

Manual de migración digital para el periodista venezolano

## **OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### ***Objetivo General***

Diseñar un manual para periodistas venezolanos que ofrezca directrices y recomendaciones para su óptima adaptación en su ejercicio profesional como periodista digital.

### ***Objetivos Específicos***

- Analizar las diferencias entre las rutinas pasadas (periodismo impreso) y las actuales (periodismo digital) para la comprensión de las necesidades de los periodistas que aún no son digitales.
- Determinar, con expertos, el perfil deseado de un periodista digital, para la definición de las competencias necesarias en el trabajo en medios web.
- Estructurar un manual de migración para periodistas que sirva de guía para para su óptima adaptación al ejercicio.

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA EL TRABAJO  
ESPECIAL DE GRADO “MANUAL DE MIGRACIÓN DIGITAL PARA EL  
PERIODISTA VENEZOLANO”**

El presente instrumento tiene único objetivo obtener información útil y necesaria para el Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Especialista en Periodismo Digital titulado *Manual de migración digital para el periodista venezolano* realizado por María Alejandra Silva con la asesoría de Pedro García Otero.

Toda la información que usted suministre será utilizada única y exclusivamente para fines académicos y será un valioso aporte para dicha investigación y, esperamos, para el periodismo digital en Venezuela, por tanto, le agradecemos de antemano su colaboración para la recolección de datos fidedignos y confiables.

**INSTRUCCIONES:** A continuación se le presentarán una serie de preguntas las cuales deberá responder basándose tanto en sus conocimientos académicos como en su experiencia profesional y personal. Le agradecemos contestar todas y cada una de las preguntas sin saltar ninguna.

¡Muchas gracias!

Nombre:

Edad:

Profesión:

Años en el ejercicio:

Lugares en los que ha trabajado:

1. En su opinión, ¿cuáles son las diferencias básicas entre un periodista de medios impresos y un periodista digital?
2. ¿Qué diferencias encuentra usted entre las rutinas periodísticas en medios impresos y en medios digitales?
3. ¿Qué diferencia hay en la selección de las fuentes entre el periodismo tradicional y el digital? ¿Qué criterios privaban antes y cuáles privan ahora?
4. ¿Cómo utilizaba la tecnología el periodista que trabajaba en medios impresos antes de la era digital?
5. ¿Influía la tecnología en sus labores e investigaciones? De ser negativa la respuesta, ¿cómo investigaba el periodista hace 20 años o más?
6. ¿Cómo considera usted debe utilizar el periodista la tecnología y las herramientas que ofrece ésta para sus labores en la web?
7. ¿Cómo eran las cadenas de mando en los impresos y cómo son ahora? ¿Algunas diferencias que resaltar?
8. Así como en la actualidad se dispone de las métricas para conocer el impacto, ¿cómo el periodista sabía antes del impacto de su trabajo en la colectividad?
9. ¿Qué necesita el periodismo digital de los periodistas venezolanos? ¿Está completamente preparado el periodista venezolano para valerse del mundo digital? De ser negativa la respuesta, ¿qué le falta para alcanzar la excelencia?
10. ¿Qué herramientas digitales – programas, aplicaciones, etc - necesita conocer de forma obligatoria el periodista digital?
11. Basándose en sus conocimientos y experiencia, ¿qué conocimientos y habilidades debe tener un periodista digital?

12. ¿Cuáles son las competencias necesarias para la óptima labor de los periodistas digitales?

13. ¿Qué herramientas debe manejar un periodista digital para realizar su labor con éxito?

14. ¿Cómo logra interactuaba antes el periodista con su público? ¿Era posible? ¿A través de qué medio?

15. ¿Qué implicaciones tiene la interactividad del usuario en el trabajo del periodista digital?

16. ¿Cómo ha influido en el cambio a periodismo digital los aspectos éticos del periodista – plagio?

17. ¿Qué cambios implica para el periodismo digital la existencia de las redes sociales? ¿Cómo se verificaba la información antes y cómo se hace ahora?

## **INSTRUMENTO PARA DETERMINAR LA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO**

### **INSTRUCCIONES:**

1. Pertinencia de los ítems del instrumento con los objetivos y variables

Marque en cada cuadro:

(S): Suficiente

(MS): Medianamente suficiente

(I): Insuficiente

En caso de marcar MS o I pase a la parte de observaciones y justifique su respuesta.

2. Coherencia de los ítems del instrumento con los indicadores

Marque en cada cuadro:

(S): Suficiente

(MS): Medianamente suficiente

(I): Insuficiente

En caso de marcar MS o I pase a la parte de observaciones y justifique su respuesta.

3. Redacción y lenguaje. Coloque en cada cuadro:

(C): Claro

(MC): Medianamente claro

(Co): Confuso

En caso de marcar MC o Co pase a la parte de observaciones y justifique su respuesta.

## GUÍA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Instrumento	Pertinencia			Coherencia			Lenguaje			Observaciones
	S	M S	I	S	M S	I	C	M C	Co	

Datos de Identificación del Experto:

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

C.I. N°: \_\_\_\_\_

Profesión: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Firma