



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

**Creación de una Serie de Podcasts para la Sección
Multimedia del Diario El Universal**

**Trabajo Especial de Grado para optar al Título de
Especialista en Periodismo Digital**

Autor (a): Beatriz Cruz Salazar

Tutor (a): Milfri Aída Pérez Macías

Caracas, febrero de 2012

Carta de aprobación del tutor

Caracas, de de 2011

Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

Coordinación

Presente

Por este medio le comunico que he revisado el anteproyecto titulado _____

que está presentando el alumno(a) _____, C.I. _____

el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación

por parte de la Coordinación de la Especialización.

Se suscribe atentamente,

_____ / _____

(Nombre y Firma del Tutor del Trabajo Especial de Grado)

C.I. _____

DEDICATORIA

A Dios, por brindarme la fortaleza necesaria para seguir adelante y por ayudarme a alcanzar las metas que en la vida me he propuesto.

A mi familia, a mi mamá, papá y hermana, por siempre estar presente y colaborar en los momentos que más se les necesita, porque nunca me dijeron no cuando los necesité.

A mi futuro esposo, Billy Russo, por siempre tener una palabra de aliento, por recordarme que nada es imposible en esta vida y por estar siempre conmigo a pesar de las distancias.

AGRADECIMIENTOS

A el Diario El Universal, mis jefes y coordinadores, por brindarme la oportunidad de realizar la Especialización en Periodismo Digital.

A mi tutora, la incansable Milfri Pérez, por su paciencia, por sus buenos consejos y por aceptar dirigir este Trabajo Especial de Grado.

A mis compañeros de la especialización y de El Universal, Lesslie, Adriana, Gleybert y Miguel porque entre todos fue más fácil salir adelante.

A la profesora María Eugenia Peña de Arias, que gracias a sus esquemas, entregas y constantes revisiones permitió que este Trabajo de Grado tomara buen rumbo.

A nuestra coordinadora de la Especialización de Periodismo Digital, Marianne Robles de Salas, porque siempre estuvo allí, dispuesta a responder las preguntas y las inquietudes de última hora.

RESUMEN

El proceso de convergencia de redacciones por el que atraviesa actualmente el diario El Universal, con sede en Caracas, Venezuela, requiere de la colaboración y los aportes innovadores que puedan brindar los periodistas que forman parte de la plantilla de este medio de comunicación social. El presente Trabajo Especial de Grado de la Especialización de Periodismo Digital viene a contribuir con la diversificación de los distintos formatos multimedia que ya se ofrecen a los usuarios de la página web www.eluniversal.com.

A partir de la realización de una serie de tres podcasts y del registro del proceso de producción de los mismos, los periodistas que deseen trabajar con este formato podrán usar este Trabajo de Grado como guía para conocer los pasos básicos que se deben tomar a la hora de producir podcasts.

Dentro de esta investigación se desglosan las tareas de pre producción, producción, edición y publicación de estos archivos de audio, que serán de utilidad para las personas interesadas en seguir usando los podcasts como un nuevo formato periodístico dentro del portal en Internet de El Universal.

Palabras clave: Podcast, Multimedia, Web, Periodismo Digital, El Universal.

TABLA DE CONTENIDOS

Carta de aprobación del tutor.....	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimientos.....	4
Resumen.....	5
Tabla de Contenidos.....	6
Introducción.....	8
Capítulo I: Marco Teórico Referencial.....	13
1.1 Retos del nuevo periodismo digital.....	13
1.2 El podcast y sus inicios.....	18
1.3 Tecnología aplicada al periodismo.....	27
Capítulo II: Marco Contextual.....	35
2.1 Historia de El Universal.....	35
2.2 Descripción de la situación a atender.....	37
Capítulo III: Diseño Metodológico.....	40
3.1 Planteamiento del problema.....	40
3.2 Tipo de investigación aplicada.....	40
3.3 Objetivos.....	41
3.3.1 Objetivo general.....	41

3.3.2 Objetivos Específicos.....	41
3.4 Justificación.....	41
3.5 Procedimiento.....	43
Capítulo IV: Propuesta	46
4.1 Estructuración de guiones.....	47
4.2 Entrevistas Realizadas.....	48
4.3 Diseño de Guiones.....	49
4.4 Resultado de los guiones.....	50
4.4.1 Tema 1: Migración de médicos al exterior.....	50
4.4.2 Tema 2: Retrasos en remodelaciones de los hospitales..	53
4.4.3 Tema 3: Médicos Integrales Comunitarios.....	57
4.6 Alojamiento en el Directorio.....	64
4.7 Estilo y Extensión.....	70
4.7.1 Género informativo.....	73
4.7.2 Género interpretativo.....	73
4.7.3 Género de opinión.....	74
Conclusiones.....	75
Recomendaciones.....	78
Fuentes Consultadas.....	80

INTRODUCCIÓN

La tecnología definitivamente cambió nuestras vidas. Cambió el método para curar las enfermedades, la forma de relacionarnos con los demás, la manera de comprar, de leer libros y también cambió el modo en que los medios de comunicación trabajan y presentan la información a los lectores.

De la necesidad de adaptarse a los cambios tecnológicos surge este Trabajo Especial de Grado. A través de esta investigación se desarrolló una serie de podcasts que serán empleados a futuro como modelo dentro de la página web del diario El Universal, amén de complementar los recursos multimedia que hasta el momento se han aplicado en el portal informativo.

El desarrollo de este TEG se enmarcó en la línea de trabajo correspondiente a la Producción de Contenidos Informativos para Medios de Comunicación en Internet de la Especialización de Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. De acuerdo con lo establecido en el Manual de Proyectos, esta disciplina de trabajo abarca las investigaciones relacionadas con el lenguaje periodístico en los medios de comunicación digital y la aplicación de nuevos formatos.

Según la temática planteada, la investigación realizada entra dentro de la categoría de Investigación y Desarrollo. Valarino, Yáber y Cemborain (2010,69-70) la definen como aquella que “tiene como propósito indagar en las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización, para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella”.

El objetivo principal de este Trabajo Especial de Grado era realizar una serie de tres podcasts para ser utilizados como modelo entre los periodistas de El Universal que deseen ofrecer información a la audiencia a través de este formato. Para alcanzar esa meta, en principio se requirió realizar una

investigación para determinar la plataforma en la que se iban alojar o publicar los podcasts.

Con apoyo de los líderes del proyecto de integración y de Sistemas se establecieron las normas básicas técnicas que servirán de guía a los periodistas a la hora de desarrollar podcast, así como también se determinaron y establecieron los géneros básicos a utilizar con este formato.

Se trata de un acercamiento y una serie de sugerencias sobre este formato informativo, más no se pretende hacer una camisa de fuerza para los periodistas que deseen trabajar con podcasts. El registro del proceso de producción de podcasts, por su parte, también servirá como guía a los periodistas de este diario.

Es cierto que el portal www.eluniversal.com ya cuenta con una sección de “Sonidos” dentro del área Multimedia, sin embargo, la mayoría de los recursos utilizados corresponden a pequeños extractos de entrevistas que se colocan para apoyar el material escrito. Hasta el momento no se realiza un esfuerzo en la pre-producción y producción del material auditivo para que éste pueda ser consumido por el usuario de la página sin necesidad de leer el texto que lo acompaña. Tampoco existe la posibilidad de descargar los sonidos para escucharlos en un dispositivo móvil, solo se cuenta con la opción del streaming para escuchar los sonidos.

A través de los podcasts se espera que la audiencia de www.eluniversal.com tenga más opciones para consultar la información, de allí la relevancia de este TEG. El consumidor no necesitará estar frente a la computadora para sentirse actualizado, pues una vez publicados, los podcast podrán ser descargados automáticamente a un dispositivo MP3. Al permitir la diversificación de los formatos se puede aumentar la audiencia que a diario utiliza El Universal, dentro y fuera de Venezuela, para mantenerse al día sobre las noticias del país.

La realización de este trabajo de grado se ajusta a las necesidades actuales del diario El Universal que se encuentra en un proceso de integración de las redacciones impresa y digital. Con este proyecto el diario tendrá más oportunidades para atraer a la audiencia y diversificarla.

El desarrollo de este TEG también tiene especial importancia, pues a pesar de que son pocos los periódicos en Venezuela que se han dedicado al desarrollo de podcast, en el resto del mundo los diarios y cadenas de noticias llevan años explorando el formato. Incluso, como han señalado algunos estudiosos del tema, la generación de podcasts pueden abrir las puertas a nuevas maneras de hacer publicidad.

Hace siete años que en el mundo digital se está hablando del podcast y del podcasting. De acuerdo con Mariano Cebrián (2008), la palabra podcasting se deriva de la fusión entre las palabras Ipod (cápsula) y broadcasting (radiodifusión). El primero en acuñar el término fue Ben Hammersley, quien en su columna de tecnología en el diario inglés The Guardian hacía referencia de este nuevo formato de transmisión de información que estaba de moda entre los blogueros.

Una de las razones que hacen especial al podcast es la capacidad que tiene la audiencia de descargarlo a su dispositivo de reproducción de audio móvil, además de la facilidad de actualización que ofrece la tecnología del RSS. Este recurso bien puede ayudar a El Universal a mantener más de cerca a su audiencia. “El podcast se fundamenta en la tecnología RSS (Really Simple Syndication) o formato de archivo para la distribución sindicada de contenidos, gracias a la cual, mediante los correspondientes lectores se ponen a disposición de los usuarios que deseen suscribirse los contenido de una web, en este caso, los contenidos de un archivo de audio” (Cebrián, 2008, pág. 198).

Uno de los objetivos de este TEG era establecer una clasificación de los géneros que se pueden usar con los podcasts. Y es que así como sucede en la radio, el podcast también se puede clasificar según el género periodístico que se emplee. Juan Díaz Sánchez (2009) establece categorías en las que destaca el género del monólogo, donde incluye la noticia, el informe, la crónica, el editorial y el comentario. En segundo lugar el autor habla de los géneros de diálogo, donde por supuesto reviste de vital importancia la entrevista.

El estudio sobre el impacto del podcast y su uso por parte de los medios de comunicación ha llamado la atención de varios investigadores hispanos. En “La Voz de la Werb 2.0”, tesis de doctorado para la Universidad de Cataluña desarrollada por Toni Sellas Güell, se estudia el contexto en el que nació el podcast, la influencia que ha tenido en los medios de comunicación tradicionales y el impacto entre los productores independientes.

Otros investigadores han tocado el tema del podcast en distintas guías dirigidas precisamente a periodistas interesados en las herramientas digitales. En “Periodismo 2.0”, Mark Briggs hace un paseo entre los formatos de audio, los equipos y el software necesario para realizar podcast, así como también analiza ciertos ejemplos de diarios norteamericanos que innovaron con la utilización de podcast en sus versiones digitales. Ambas investigaciones internacionales sirvieron para entender la magnitud del impacto del podcast y sus usos dentro del gremio periodístico.

En Venezuela no existen referencias concretas de publicaciones sobre el uso del podcast como herramienta en medios de comunicación. Sin embargo, el Manual de Estilo Multimedia de www.eluniversal.com, Trabajo Especial de Grado desarrollado por Milfri Pérez, sirvió de insumo para esta investigación, pues allí se definen las líneas y el estilo que deben emplear los contenidos multimedia que se produzcan para el diario.

Este trabajo de grado, junto al aporte específico que se hará a www.eluniversal.com, espera convertirse en referencia para futuras investigaciones.

En el capítulo a continuación se ahondará un poco más en los conceptos básicos que forman parte de este Trabajo Especial de Grado.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Retos del nuevo periodismo digital

La aparición de Internet supuso un cambio en la manera de construir las noticias, sobre todo por la inmediatez y la posibilidad de interactuar que ofrece la red a los usuarios. A su vez, las herramientas tecnológicas y digitales han hecho posible que un medio de comunicación, a pesar que tenga 100 años dedicado a la información impresa, hoy esté en capacidad de producir sus propios videos y de generar una serie de contenidos multimedia que hace algunos años atrás no serían de su competencia.

El paradigma que definía a los medios de comunicación del pasado está cambiando. Está cambiando porque para un periódico ya no solo es necesario aumentar la venta de las ediciones impresas, ahora la prioridad es diversificarse en función de los usuarios, buscar las alternativas para hacer llegar la información a los consumidores, pero además hacerlo por medio del formato y la plataforma que más le convenga al lector.

Salaverría y Negredo (2008) establecen que a través de la diversificación multiplataforma los medios de comunicación pueden precisamente diversificar sus audiencias. Los autores definen la producción periodística multiplataforma como la que alude a aquellos procesos tecnológicos y editoriales que se orientan a la generación de contenidos para su posterior consumo a través de múltiples medios o dispositivos de recepción. “Esta es una oportunidad de regeneración para las empresas periodísticas, puesto que les permite comenzar a distribuir contenidos elaborados profesionalmente a audiencias muy fragmentadas” (Salaverría & Negredo, 2008, pág. 54).

La multimedialidad es otro elemento que -aunque no es propio del periodismo digital, pues los periódicos combinan desde hace muchos años formatos como lo son el texto y las fotos y la televisión hace lo mismo con la imagen y el sonido- se ha potenciado con el desarrollo de los medios en la web.

En los últimos años, de acuerdo con Salaverría y Negrodo, los medios de comunicación han hecho un esfuerzo para alcanzar un alto grado de multimedialidad. “Los medios aspiran a comunicar sus contenidos combinando de manera efectiva códigos comunicativos textuales, sonoros y gráficos. En ese reto los medios online han demostrado ser una plataforma tecnológica que supera a cualquiera de sus medios predecesores” (Salaverría & Negrodo, 2008, pág. 55).

Guillermo Franco, por su parte, deja claro el papel que ha jugado la tecnología para el negocio de los medios de comunicación.

“Se ha vuelto un lugar común decir que con Internet cualquiera puede ser un editor, que no se requiere una rotativa de 10 millones de dólares para producir y distribuir contenido. También se ha vuelto un lugar común decir que cada vez más el periodismo se está produciendo fuera de los medios tradicionales. Esos lugares comunes (que no por comunes son falsos) sirven para demostrar que es el entorno tecnológico, y no el medio, el que está redefiniendo el perfil y las habilidades de los periodistas” (Briggs, 2007, pág. 8).

En *La Prensa sin Gutenberg*, Jean Francois Fogel y Bruno Patiño señalan que Internet cambió la manera de ejercer la profesión periodística. “En Internet ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores” (2007, pág. 15).

Las empresas periodísticas, como se entendían en el pasado han cambiado. Para Salaverría y Negredo antes las reglas estaban claras: la prensa escrita se dedicaba a la interpretación, la televisión al entretenimiento y la radio tenía su fortaleza en la inmediatez. Pero la aparición de Internet cambió las cosas. “Internet es el metamedio. Es una plataforma de comunicación que ha subsumido a los medios tradicionales y comienza a alumbrar medios periodísticos propios” (Salaverría & Negredo, 2008, pág. 21).

Lo cree también el sociólogo Manuel Castells, quien ha investigado el impacto que ha tenido Internet en todo el engranaje de la sociedad y también en los medios de comunicación.

Lo que Internet sí está haciendo es convertirse en el corazón articulador de los distintos medios, de los multimedia. Es decir, de ser el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde pasa, qué podemos ver, qué no podemos ver y ser, por tanto, el sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia. Esto es lo que Internet está configurando (...) Está cambiando los medios de comunicación, y en particular, contra lo que la gente cree, los medios de comunicación escritos (Castells, 2005, pág. 226).

El cambio no ha sido fácil. Hablar de Internet puso a temblar a más de un medio de comunicación. Los medios impresos siempre han sido los más temerosos ante el avance de la tecnología, pues desde el punto de vista de muchos, un periódico impreso puede ser un bien prescindible, si se toma en cuenta que en la web la información se puede consultar en cualquier portal, sin ningún tipo de censura o restricción. Por eso, desde que apareció Internet se ha especulado sobre la desaparición de los medios impresos.

Desde el punto de vista de Pisani y Piotet, los medios de comunicación reaccionaron lentamente ante la aparición de ese fenómeno llamado Internet.

Solo algunos periódicos, sin tener muy claro qué querían lograr, se sumergieron en la World Wide Web, argumentando que era la opción para sobrevivir en el futuro.

“Al principio los periódicos consideraron la web como una amenaza para el papel. Olvidando que la primera Biblia de Gutenberg era enorme y muy difícil de manejar, los dueños de la tinta insistieron en la comodidad del soporte tradicional y en el hecho de que lo escrito permanece y resiste al paso del tiempo” (Pisani & Piotet, 2009).

Estaban en lo cierto los medios cuando vieron a Internet como una amenaza. Sabían que venían cambios, sobre todo porque la participación cada vez más abierta de los llamados webactores puso, y sigue poniendo para muchos, en entredicho el trabajo del periodista.

La situación actual de los medios tradicionales tiene mucho que ver con el hecho de que todos sus niveles de actividad están amenazados. La digitalización y la dinámica relacional han trastornado la producción, organización y distribución de la información, y cuestionan las relaciones entre los periodistas y la audiencia, así como la función social de aquéllos (Pisani & Piotet, 2009).

La forma de distribuir las noticias cambia con Internet, no solo su formato. La participación incluso ha modificado la manera en la que se deben administrar los cambios en los medios de comunicación. Así lo afirman Fogel y Patiño:

En Internet, la audiencia lleva las riendas. Su comportamiento determina la suerte de cada renovación de un medio de comunicación de masas, de una clase nunca antes conocida, literalmente, de un medio anterior a Gutenberg. Esto constituye

la incertidumbre inherente al momento histórico que vive la prensa en la actualidad (Fogel & Patiño, 2007, pág. 167).

Un proceso de cambio se está gestando y las opciones que ofrece Internet para el manejo de la información parecen ser infinitas. Cada día aparecen nuevos formatos que -solos o combinados- permiten manejar y distribuir las noticias de manera distinta.

Esa infinidad de formatos ha sido analizada por Franco (2007), quien señala que:

Una simple galería de fotos puede contar una historia. Una galería de fotos sincronizada con audio puede contar una historia. Un fragmento de audio puede contar una historia o complementar otra. Un fragmento de video también lo puede hacer (...) Contenido que el usuario puede manipular también puede contar historias. El inventario se hace infinito (Briggs, 2007, pág. 7).

Otra de las características de este proceso de transformación es que los medios ya no se quedan únicamente con el papel que tradicionalmente desempeñaban. Cebrián (2008) explica que aquella ciberprensa que partió de los periódicos o revistas impresas poco a poco ha ido asumiendo las peculiaridades propias de otros medios, como la radio o la televisión. “Es una tendencia a convertirse en un multimedia, aunque sin perder sus peculiaridades; se incorporan los recursos de los demás medios, pero sin perder la expresividad del suyo” (Cebrián, 2008).

El reto de los periódicos en Internet entonces es salir adelante en un medio que mezcla en uno solo todos los formatos que habíamos conocido por separado. Olga Álvarez de Armas, explica en Periodismo Digital, Periodistas Digitales y Empresas Multimedia que:

Nos encontramos antes que nada con un medio, Internet, con una capacidad de comunicación a la que no solo no le vemos un final sino que aún ni siquiera vislumbramos a dónde puede llegar, que no es prensa, ni es radio ni es televisión y que sin embargo es texto y fotografías como es la prensa (no podremos llamarle "prensa" porque no hay nada que pensar...), es radio y es televisión (Álvarez, 2004).

Fogel y Patiño van más allá, aseguran que Internet supone el fin del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. “Sometido a la omnipresencia de un nuevo medio, despojado, poco a poco, de la competencia con los distintos soportes, revisa cada día un poco más su relación con la audiencia. La prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia” (Fogel & Patiño, 2007, pág. 15).

Ante tantos cambios también han surgido nuevas definiciones sobre los medios de comunicación. Xosé López (citado en Cebrián, 2008) sostiene que los “cibermedios” son aquellos emisores de contenido que tienen voluntad de mediación entre los hechos y el público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet.

Dentro de ese lenguaje multimedia el podcast ha nacido como opción complementaria a la información escrita que manejan los periódicos, aunque también ha sido protagonista en portales de radios digitales y en blogs de aficionados. A continuación un acercamiento a este formato.

1.2 El podcast y sus inicios

Hablar de sonidos en la web hoy resulta muy natural, sin embargo, en sus inicios las computadoras solo era capaces de reproducir “bips” para generar

advertencias a los usuarios. El desarrollo de la tecnología cambió esa posibilidad y como señalan Coorough y Shuman (2005) el sonido es capaz de añadir otra dimensión a un sitio web multimedia.

El empleo del sonido complementa de manera importante la información que se ofrece en las páginas web.

Si se utiliza bien, (el sonido) es un elemento extremadamente potente que puede estimular respuestas emocionales que nunca se activarían por medio de solamente texto y gráficos. El sonido se debe usar de forma selectiva y apropiada siempre que ayude a transmitir el mensaje deseado (Coorough & Shuman, 2005).

Pero con el paso del tiempo el uso del audio en Internet se ha diversificado. Ya no se usan solamente para colocar un ambiente musical en una página web o para incluir una narración. Uno de los formatos que ofrece la tecnología a la web, y en especial a los blogs y medios de comunicación es el podcasting.

De acuerdo con Mariano Cebrián (2008), la palabra podcasting es un acrónimo procedente de las palabras Ipod (cápsula) y broadcasting (radiodifusión). Con más detalle, Gallego (2010) señala que el podcasting es el resultado de la fusión de dos tecnologías ya implantadas, como lo son el audio digital y el RSS.

Esta unión permite la distribución y recepción automatizada de archivos de audio comprimido tras una suscripción por parte del usuario a través de un agregador –software o web– que facilita la actualización y descarga. Una vez recibido este archivo puede ser reproducido tanto en equipos estables como en

reproductores portátiles o teléfonos móviles (Gallego, 2010, pág. 14).

Lo que diferencia al podcast de la descarga que puede hacer cualquier usuario de un sonido en la web es que “el creador del contenido puede syndicar su mensaje y al oyente le permite suscribirse a ese contenido y consumirlo con tranquilidad” (Gallego, 2010, pág. 34). No existen ataduras para consumir los podcast, sus actualizaciones se reciben automáticamente y además se pueden escuchar sin necesidad de estar sentado frente a la computadora.

Fue Ben Hammersley, en el 2004, uno de los primeros en usar este concepto de Podcasting en su columna en la sección de Tecnología de The Guardian, información que fue posteriormente colgada en la página web guardian.com.uk. Hammersley refleja en su artículo Audible Revolution el nacimiento de un nuevo género, que para el momento estaba siendo explotado por los bloggers.

Con el beneficio de la retrospectiva, todo parece bastante obvio. Reproductores de MP3, como el iPod de Apple, en muchos bolsillos, software de producción de audio baratos o gratuitos, y el weblogging como una parte establecida de la Internet, suman todos los ingredientes para un nuevo boom en la radio amateur. Pero, ¿cómo llamarlo? ¿AudioBlogger? ¿Podcasting? ¿GuerillaMedia? (Hammersley, 2004).

El periodista de The Guardian, a pesar que no tenía idea del efecto que crearía en los medios de comunicación la aparición del podcast como formato informativo, señalaba que la libertad otorgada al oyente de poder elegir cuándo y dónde escuchar su programación favorita estaba resultando muy popular.

El consumo de podcast ha ido en aumento con el paso de los años. De acuerdo con los datos de la encuesta realizada por Mary Madden y Sydney Jones del Instituto Pew Internet & American Life Project, entre febrero y abril del 2006 solo 7% de los usuarios de Internet descargaba los podcast para luego escucharlos con calma. Un estudio posterior, correspondiente a agosto del 2006, indicó que 12% de las personas que navegan por la web estaba haciendo uso de este formato. Finalmente, para mayo del 2008, el número de usuarios de Internet que había descargado podcast ya se encontraba en 19%.

La proliferación de equipos de audio digital portátil contribuyen al aumento de los consumidores de este tipo de información, según detallan los investigadores del Pew Internet & American Life Project. Y así como la demanda ha crecido, el catálogo de opciones también. En noviembre del 2006 el directorio Podcast Alley contaba con 26 mil podcast y un millón de episodios. Dos años después la cifra se duplicó, a más de 43 mil podcast y más de dos millones de episodios. Los podcast que hablan de tecnología son los más comunes en la web, seguidos de comedia, religión, y negocios.

“Get podcasts, served fresh daily,” (Obtenga podcasts, servidos frescos a diario) es un eslogan que usó la compañía iTunes para atraer a los lectores de los diarios Wall Street Journal o The Economist con servicios de distribución de noticias a través del podcast. “Instead of getting your morning newspaper delivered to your doorstep, you can get your daily podcast delivered to your iTunes desktop” (En vez de recibir a diario su periódico en la puerta de su casa, usted puede conseguir su podcast diario entregado a su escritorio iTunes) (Madden & Jones, 2008, pág. 2).

La suma de varios elementos técnicos derivó en la creación del podcast. Uno de ellos es el audio digital. El formato de compresión de audio más generalizado en la actualidad es el MP3. El Moving Picture Experts Group –

Audio Layer 3, de acuerdo con Coorough y Shuman (2005), es una tecnología que utiliza la compresión de archivo capaz de alcanzar una calidad de audio similar a la de los discos compactos y cuenta con el beneficio que es lo suficientemente pequeño para distribuirse a una velocidad que se ajusta los tiempos que exige la web.

Y es que en la web la calidad del sonido, sea cual sea, debe ser manejada con cuidado. “La calidad del sonido afectará la credibilidad y eficacia del sitio web. Los entornos y el equipo de grabación y reproducción tienen un inmenso impacto en la calidad del sonido” (Coorough & Shuman, 2005).

John Watkinson, autor de El Arte del Audio Digital, es citado por Gallego Pérez para explicar las razones que hicieron populares a las técnicas de compresión de sonido. Watkinson apunta que la compresión debe ser entendida como el proceso por el cual la información de audio es transformada para que ocupe una menor cantidad de datos. Agrega que de esta manera se permite extender el tiempo de reproducción de un dispositivo de almacenamiento y en algunos casos puede permitir una transmisión más rápida que el tiempo real establecido por la banda ancha.

Otra de las características particulares del podcast, según Cebrián, es que se basa en la tecnología RSS.

Se fundamenta en la tecnología RSS (Really Simple Syndication) o formato de archivo para la distribución sindicada de contenidos, gracias a la cual, mediante los correspondientes lectores se ponen a disposición de los usuarios que deseen suscribirse los contenido de una web, en este caso, los contenidos de un archivo de audio (Cebrián, 2008, pág. 198).

¿Pero qué significa RSS y cuáles son sus beneficios? En simples palabras Fogel y Patiño detallan que el RSS encuentra la información en Internet en

función del contenido y no solo del lugar en el que esté situado. “Vigila actualizaciones y nuevas versiones. Reúne todo en unas páginas que dirige hacia el internauta. Utilizando títulos y descripciones de ficheros, también trata el sonido y la imagen” (Fogel & Patiño, 2007, pág. 114).

En los inicios la tecnología RSS tenía más relación con las actualizaciones de textos, pero a medida que se empezó a desarrollar, los archivos de audio y video también pasaron a formar parte de los contenidos sindicados. Netscape, como señala Gallego (2010) fue el primero en desarrollar en 1999 un portal basado en el RSS en el que aparecían los principales titulares y los links. “Este contenido supone un gran cambio en la distribución de contenidos, puesto que de repente se le ofrece al usuario una gran cantidad de información indexada de una forma rápida y gratuita” (Gallego, 2010, pág. 38).

Antes de la llegada del RSS, dice Cebrián, los usuarios se veían obligados a ingresar a las páginas de los cybermedios para obtener la información más reciente. “A partir de su integración a Internet al usuario le llega cada novedad sin necesidad de navegar. El medio o fuente le envía un aviso o se lo transmite a su punto de acceso y cuando lo abra obtendrá inmediatamente la última noticia o documento escrito, visual o sonoro” (Cebrián, 2008, pág. 158). De esta manera en los sistemas que tiene conexión constante a Internet, los contenidos se actualizan cada vez que el medio los envía.

La posibilidad de descargar los podcast a un dispositivo móvil de audio o a la propia computadora personal, sumada a la actualización y anuncio que el usuario recibe a través del RSS, suponen un beneficio y la comodidad para el usuario.

Desde el punto de vista del receptor, por lo tanto, el podcasting significa capacidad de decidir, recepción automática y portabilidad. Y desde el punto de vista del emisor, el podcasting

elimina las barreras a la generación de contenidos sonoros. La distribución de audio en Internet no es una novedad de este siglo, pero sí lo es su combinación con la sindicación web (Güell, 2008, pág. 184).

Para el desarrollo de podcast hay otro elemento clave que resulta determinante, desde el punto de vista de Gallego. El investigador señala que, además de los formatos de compresión de sonidos, la conexión de banda ancha ayudó en particular al desarrollo de este nuevo formato de distribución de información.

La popularización de la banda ancha –ADSL, Cable– que cada vez está más presente en los hogares españoles es el primer motor de desarrollo del consumo multimedia en Internet. En pocos años hemos pasado de los módems de 14,4 kbit/s a las velocidades dadas en las ofertas de las nuevas líneas ADSL de 20 Mbit y como elemento añadido se han desarrollado las redes móviles de banda ancha con tarifas planas de acceso de Internet Móvil cada vez más accesibles (Gallego, 2010, pág. 41).

Una vez más vemos como los avances tecnológicos ayudan a la creación y al éxito de ciertos formatos, incluso, según establecen Francis Pisani y Dominique Piotet, la banda ancha ha obligado a los medios a diversificar su oferta. “Los usuarios reciben tanto imágenes en movimiento como sonido o texto. Los soportes de mezclan o convergen, como se suele decir. (...) Una cadena de televisión añadirá texto (lo más fácil). Un periódico incorporará fotos, y luego videos y podcast (sonidos), e infografías, etc” (Pisani & Dominique, 2009, pág. 238).

Según el estudio del instituto Pew Internet & American Life Project, realizado en el 2008 sobre la descarga de podcast, las personas que cuentan con banda ancha son más propensos a descargar podcasts, sobre todo si cuentan con esta tecnología en sus hogares. Los resultados de la encuesta aplicada a 1.533 usuarios de Internet apuntan que 22% de los usuarios que descargan podcast lo hace a través del servicio de banda ancha en casa, mientras que 8% lo hace a través de la conexión vía módem en el hogar.

Desde el punto de vista técnico, resulta esencial entender la diferencia que existe entre el formato que tiene el podcast y el streaming. En su artículo Conociendo el Audio y Video Streaming, Daniel Martín Maldonado hace referencia a este método de reproducción. “Cuando se habla de Streaming nos referimos a ver y oír un archivo directamente desde un sitio web con la particularidad de que no es necesario descargarlo en su totalidad antes de ser escuchado” (Maldonado, 2008).

El audio a través de la web se puede descargar o reproducir a través del streaming. De acuerdo con Coorough y Shuman: “Un archivo de audio que se descarga se tiene que guardar por completo en el ordenador antes que se pueda reproducir. Es decir, el archivo no se puede escuchar hasta que se haya transferido por completo el ordenador del usuario”, (Coorough & Shuman, 2005, pág. 328).

Dentro de la clasificación que hace El Universal sobre los formatos multimedia, establece la diferencia entre los sonidos que se consumen por descarga o aquellos que cuya transmisión se realiza a través del streaming:

-Audio en *streaming*: Grabaciones de sonidos que contienen información de interés público. Se reproducen mientras se está conectado a la página Web que transmite el sonido.

-Podcast/videocast: Sonidos y videos digitales descargables para ser escuchados en algún dispositivo (I-pod) o un computador al momento que desee el usuario. Pueden ser producidos o no (Pérez, 2010).

Pero si bien es cierto que el streaming es un proceso más avanzado para el consumo de audio, la descarga no deja de tener sus beneficios. José Antonio Gelado (2007) señala que frente al streaming el podcasting ofrece independencia, movilidad y libertad de horario. “Se puede oír desde cualquier dispositivo móvil que reproduzca MP3, en cualquier lugar, sin limitaciones de cobertura o conexión a la red, y en cualquier momento, porque ya está grabado” (Gelado J. A., 2007, pág. 165).

En cuanto a la calidad de sonido, los archivos descargables suelen ser más nítidos que los que se consumen a través del streaming. Lynch y Horton señalan que la velocidad de la transmisión de datos en el caso del streaming es más baja, pues se requiere ofrecer el material en tiempo real. En cambio, a través de la descarga, los datos resultan ser de mejor calidad para el consumidor.

Lo interesante de esta tecnología, es cómo los medios de comunicación y otras empresas han transformado un elemento que en sus inicios tan solo estaba en mano de los aficionados, para convertirlo en una fuente de información y en una nueva manera de transmitir información.

Como ha ocurrido en otros movimientos surgidos en Internet, el podcasting tiene un origen amateur e independiente, que progresivamente ha ido dando paso a una vertiente comercial y profesional (...) con la progresiva profesionalización han surgido empresas que apuestan por el podcasting como medio de comunicación con capacidad de generar ingresos (Gelado J. A., 2007, pág. 164).

A continuación se aborda el uso que le han dado los medios de comunicación a los podcast.

1.3 Tecnología aplicada al periodismo

De acuerdo con el Manual de Estilo Multimedia de El Universal (Pérez, 2010) los sonidos son definidos como audios que contienen información de interés público y se pueden generar a través de un guión o por medio de audios editados.

De acuerdo con las pautas establecidas previamente en la guía para generación de elementos multimedia de El Universal, los sonidos son de utilidad cuando otorgan credibilidad a un hecho noticioso, cuando dan la oportunidad a la audiencia de corroborar la información emanada por los propios protagonistas de la noticia, así como también agrega información extra, pues revela el tono, la voz y la intencionalidad del protagonista.

Si bien no se encuentra definido el empleo del podcast entre los elementos multimedia, en el Manual de Estilo Multimedia de El Universal se asoma la posibilidad de utilizar el sonido para apoyar distintos géneros. “El sonido puede servir para desarrollar los géneros informativos de uso común en El Universal como: entrevista corta, perfil, análisis, reseña y opinión” (Pérez, 2010, pág. 105).

Los sonidos actualmente empleados en la página de El Universal se distribuyen a través de la tecnología streaming. En particular, Pérez recomienda no superar los 6 minutos de grabación, en vista que el promedio de permanencia de un usuario en una página web es de 4 minutos.

Sobre la duración de los podcast hay variadas opiniones. En un acercamiento que hizo el periodista Iván García (2006) sobre esta tecnología, señalaba que si bien no existen reglas que limiten su extensión, lo más recomendable es grabar archivos entre 15 y 30 minutos. Por su parte, Brian Casel apunta que: “De 30 a 50 minutos es una buena longitud para un episodio. Algunos prefieren episodios de menos de 20 minutos cada uno. Una vez más, la consistencia es la clave. Si su audiencia espera un podcast de 45 minutos, no es bueno presentar uno de 15” (Casel, 2011).

En este proceso de creación la planificación de los contenidos multimedia resulta esencial para obtener un buen resultado. “En primer lugar debemos pensar en los destinatarios de nuestro podcast y en los temas que vamos a tratar. También tenemos que definir el tipo de podcast que vamos a realizar y los medios para llevarlo a cabo” (Gelado J. A., 2007, pág. 172).

Gelado recomienda establecer un nombre llamativo para el podcast, así como también chequear si el dominio que se piensa utilizar ya ha sido ocupado por otra persona, pero sobre todo hace hincapié en la generación de un guión, similar al usado en la radio, para así tener un esquema general de lo que se quiere decir en el podcast.

“El guión de un podcast puede ser más o menos amplio y detallado en función del estilo y el contenido. Incluso, si es puramente un ejercicio de improvisación, el guión puede ser unas simples notas con los titulares a desarrollar” (Gelado J. A., 2007, pág. 174). El autor también hace referencia a la necesidad de contar con un guión, para tener una idea de los temas a tratar y el tiempo que se estima emplear en cada apartado.

Muy similar a lo que sucede en radio, se recomienda usar en el guión una serie de indicaciones para el control y el montaje del podcast y el texto que compete al locutor o locutores. “En un podcast realizado por una sola persona puede parecer poco útil utilizar las indicaciones a control, pero

suponen una gran ayuda a la hora de grabar, así como en el proceso de montaje” (Gelado J. A., 2007, pág. 174).

La construcción de una sección de podcast para cualquier medio de comunicación pasa por definir géneros y la frecuencia de acuerdo con la línea editorial y la audiencia del medio de comunicación.

¿Y qué se entiende por línea editorial? De acuerdo con el Semanario Extra, de origen argentino, “la línea editorial de un periódico es el conjunto de valores y criterios que guían una redacción en los arbitrajes que hace frente a los temas de actualidad. La manera de jerarquizar la información, el ángulo con el que se la toma, el punto de vista y el tono escogidos son varios elementos que constituyen a definirla” (Extra, 2011)

En este contexto vale la pena rescatar las experiencias de otros medios que se han adentrado en la generación de podcast. Las opciones de uso del podcast son variadas, también la manera en la que se producen. De acuerdo con el investigador José A. Gelado:

Algunos periódicos de Estados Unidos han lanzado podcasts en los que a primera hora de la mañana resumen a sus posibles lectores las principales noticias con las que sale la edición del día para animar las ventas, sobre todo entre los menos habituados a adquirir un periódico. En España, el diario El Mundo ofrece una locución automatizada de la portada y algunas noticias de la edición online (Gelado, 2006, pág. 184).

En el proceso de producción de podcast la posibilidad de alojar los archivos de audio en servidores que funcionan de manera gratuita supone otro beneficio importante para los medios de comunicación.

Este fenómeno tiene también un potencial importante desde la óptica del emisor, dado que permite a cualquier persona

convertirse en un creador y distribuidor de contenidos sonoros periódicos, con un coste bajo y con la capacidad que ofrece Internet de llegar a una audiencia que, en potencia, es universal (Güell, 2008, pág. 192).

También es esencial el manejo de la tecnología de edición de audio en el proceso de creación de los podcast. La generación de contenidos de parte de una redacción que aún no maneja el formato implica la necesidad de desarrollar una pequeña guía de la construcción de los micros de audio.

Uno de los programas más recomendados y más usados por los productores de podcast en el mundo es Audacity, envista de que se trata de un programa gratuito y que se puede descargar desde la web. Apple también desarrolló el programa GarageBand, que a diferencia de Audacity es pago.

Ambos programas permiten a la persona no solo grabar, sino también editar el audio, cortar los comentarios innecesarios, las risas que se pueden generar y que no aportan nada al contenido, así como también permite eliminar ciertos sonidos de fondo que no se hayan previsto y que se hayan colado de manera inesperada en la grabación.

En principio se creía que el uso del podcast se limitaba a los medios de comunicación que tenían el audio como fortaleza, tal es el caso de la radio. No obstante, los límites entre la radio, la televisión y los medios impresos cuando se habla de Internet parecen difuminarse.

Los medios de comunicación impresos, en particular los periódicos, también han incorporado el podcasting a la oferta de sus webs. Fundamentalmente lo utilizan como promoción del periódico. Adelantan los titulares en sus podcasts para que vayan directamente a sus lectores reales y otros potenciales (Cebrián, 2008, pág. 206).

Cada vez con más naturalidad los periódicos incluyen entre sus opciones multimedia los podcast con contenido informativo y de entretenimiento. El objetivo, como siempre en la carrera de los medios de comunicación, es ampliar la audiencia que ya posee:

La prensa ya durante los últimos años ha incorporado con normalidad los podcasts con documentos sonoros de los hechos, con lo cual pasa también a competir con las ofertas radiofónicas. Se busca con ello llegar a otros públicos no lectores, pero interesados por la audición y que puedan hacerlo en momentos que no disponen para la lectura como en los trayectos al trabajo o en cualquier otra circunstancia (Cebrián, 2008, pág. 206).

Tradicionalmente el trabajo de los periodistas de medios impresos se limitaba a escribir y presentar una noticia lo más completa y mejor escrita posible. Pero el ámbito de acción ahora se amplía. De acuerdo con Mark Briggs (2007) los periodistas tienen la posibilidad de mejorar los textos periodísticos si se apoyan en la edición de archivos de audio.

Un reportero de periódico puede fácilmente producir clips de audio en más de la mitad de las historias que entrega. Eso puede sonar muy ambicioso si usted no ha editado o publicado audio para la Web antes. Pero una vez lo haga un par de veces, se convertirá en algo natural para usted (Briggs, 2007, pág. 82).

Según Briggs el periodista debe tomar en cuenta ciertos elementos a la hora de trabajar en la producción de podcast. Apunta que en principio hay que considerar el tiempo de grabación, el formato del archivo en el que se está trabajando, la compatibilidad del computador y la capacidad y facilidad de transferencia de los archivos de grabación.

Sobre la periodicidad del formato, Briggs señala que “usualmente, el podcast muestra una especie de programación con nuevos capítulos disponibles, ya sea esporádicamente o a intervalos planeados, diaria o semanalmente” (Briggs, 2007, pág. 95). Con respecto al horario en el que se es presentado, Casel apunta que lo más importante es mantener la coherencia. “La gente aprecia un horario regular, e incluso un día normal de la semana” (Casel, 2011).

La radio, con todos los años de experiencia que lleva, es el modelo por antonomasia para la generación de podcast. “Los formatos que son usados en la producción de podcast son similares a los que se desarrollan en los programas de radio convencionales, con anfitriones que entrevistan a personajes o que colocan música e introducen audios pregrabados” (Briggs, 2007, pág. 95)

Los géneros también son similares. De acuerdo con Miguel Tortello, un podcast bien puede reproducir los géneros radiales. Se puede usar para narrar noticias, para emitir opiniones, para generar reportajes y por supuesto para el uso de los géneros dialógicos, mejor conocidos como entrevistas.

En la presentación publicada a través de Slideshare Tortello especifica los tres principales géneros periodísticos que se suelen explotar por medio de los podcast en Internet:

1. Informe: Género informativo utilizado para aportar datos que desarrollan y explican el argumento central de una noticia o hecho.
2. Reportaje: Es de los géneros más ricos utilizados en la información radiofónica. Puede combinar la narración y los recursos sonoros para ambientar la información: testimonio, sonido ambiente de los hechos, música, etc.

3. Entrevista: Es uno de los géneros periodísticos que mejor se adapta al medio radiofónico. Es uno de los géneros más utilizados, ya que, a través del montaje, ofrece múltiples posibilidades expresivas (Tortello, 2009).

Juan Díaz Sánchez (2009) clasifica los géneros periodísticos usados por el podcast en dos categorías. Una de ellas es la de los géneros del monólogo, donde incluye la noticia, el informe, la crónica, el editorial y el comentario. En segundo lugar deja a los géneros del diálogo, donde destaca por excelencia la entrevista.

En cuanto a su tipología, Díaz Sánchez agrega otra clasificación: los podcast pueden ser informativos, interpretativos o de opinión. Al referirse a los informativos, el autor señala que:

El resultado, al hacer uso de este género, será óptimo, pero no tendrá el mismo grado de proximidad con el oyente si no se combina con otros géneros. Los podcasters se dedicarán a la mera exposición de datos, a la extracción de declaraciones de las entrevistas realizadas y la interacción con el oyente no será tan alta como en otros podcasts (Sánchez, 2009, pág. 36).

En el podcast de tipo interpretativo se incluyen los géneros de crónicas y reportajes, mientras que el último género el autor se dedica a reproducir su opinión a los usuarios. Díaz Sánchez considera en su investigación que la mayoría de los podcast que circulan en la web son de opinión.

Pero a pesar de las categorías, el autor asegura que en el podcast no suele haber tanta rigurosidad en su uso:

Los géneros periodísticos se erigen como estructuras estables a través de las cuales se hace posible una sólida clasificación de los podcasts. Sin embargo, como se ha indicado en este

punto, no deben ser entendidos por separado, puesto que estos programas no están sujetos a ningún tipo de rigurosidad y se pueden combinar unos géneros con otros (Sánchez, pág. 38).

En el capítulo a continuación, correspondiente al Marco Contextual, se harán un análisis del contexto que rodea al Diario El Universal, medio para el cual se desarrolló este Trabajo Especial de Grado.

CAPÍTULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Historia de El Universal

En 102 años de trabajo El Universal ha acumulado mucha experiencia en la producción de material impreso, siendo uno de los periódicos de más antigüedad en la escena venezolana. Pero este diario también fue pionero cuando lanzó su versión digital. El portal www.eud.com se presentó en la escena virtual en el año 1996 y desde entonces ha pasado por varios procesos de rediseño, de acuerdo con las exigencias del público y las nuevas necesidades del periodismo.

Consientes de la importancia del mercado web, El Universal también acompañó su aparición en Internet con portales de ventas y alquiler, así como páginas para la búsqueda de empleo, como es el caso de www.cvfuturo.com, www.autofuturo.com y www.porlapuerta.com.

Desde siempre la renovación y actualización del producto de acuerdo con el mercado ha sido prioridad para la empresa. Bien lo apunta el manual para nuevos ingresos preparado por la Gerencia de Recursos Humanos, en el que se establece como misión de la empresa la “captura de nuevas audiencias de contenido buscando una posición de liderazgo en mercados hispano parlantes con productos innovadores, de alta calidad y rentables, mediante la generación eficiente de contenido multimedia, la efectiva gestión de audiencias y la excelencia de nuestra gente”.

Asimismo, entre los valores que representan a la empresa destacan la pasión por el trabajo, respeto y la verdad, sentido de oportunidad, compromiso con la excelencia y desarrollo integral del personal.

A partir del 2007 la empresa se planteó como una prioridad la integración de las redacciones digital e impresa, además del reimpulso de la página web, con la intención de ampliar la audiencia, pero también para contrarrestar el impacto que la disminución de la publicidad en la versión impresa había generado. Además, el contexto del país también había puesto cuesta arriba el proceso de obtención de divisas para la adquisición de papel, poniendo en peligro la edición impresa. “En la web se vio una oportunidad de negocios a medida que conseguir el papel se hacía cada vez más cuesta arriba” (Comunicación personal, 17 de junio, 2011).

Hasta ese momento trabajaban de manera aislada los periodistas que escribían para el papel y los que producían información que se publicaba a través www.eluniversal.com. Incluso, físicamente, ambas redacciones estaban separadas por completo. El proceso de convergencia de las redacciones supuso una mudanza, una discusión amplia sobre los detalles tecnológicos que suponía el cambio, además de una redefinición de las condiciones de trabajo, las cuales fueron analizadas por los delegados sindicales de la empresa.

Se estaba hablando de un nuevo modelo de periodismo, de nuevas necesidades y de nuevas exigencias que supondría la página web. Nació de esta manera un nuevo modelo de periodista, un proceso que se vio acompañado de la generación de programas de capacitación. Por ejemplo, de plantearon sesiones de entrenamiento para el manejo de EUPublish, la herramienta diseñada por los programadores para la publicación de avances, noticias y contenido multimedia en la página web.

Para acompañar este proceso de cambios y actualización tecnológica se creó el departamento Multimedia, conformado por periodistas especialistas en el área audiovisual, con amplia experiencia en la edición de videos, sonidos y fotografía. De esta manera se fortaleció el proceso de producción

de los distintos formatos multimedia a través de los cuales se ofrece la información a la audiencia.

En el caso específico de los sonidos, el portal www.eluniversal.com únicamente ofrece la posibilidad de consultar audio a través de streaming. Se utilizan pequeños extractos de entrevistas y micros informativos para apoyar la información, sin embargo no suele haber un trabajo de producción previo para la generación de este tipo de material.

La opción de descarga de sonido, y por ende los podcasts, no forman parte de la oferta multimedia de www.eluniversal.com, a pesar de que muchos medios de comunicación en el resto del mundo empezaron a desarrollar esta técnica informativa hace varios años atrás para ampliar el alcance dentro de la audiencia.

2.2 Descripción de la situación a atender

A diario los periodistas de las distintas secciones llegan a la redacción con información valiosa en sus grabadores que solo sirve para transformarla en textos. Tal como quedó claro en capítulo anterior, en medio de la convergencia de las redacciones digitales y escritas, los podcasts surgen como una opción para complementar el trabajo periodístico que es publicado en la web.

En el resto del mundo, medios de comunicación de gran influencia, como BBC Mundo o El Universal de México, han encontrado en los podcast un nicho para desarrollar la información a partir del formato auditivo. En particular, este Trabajo de Grado se enfocará en la producción de una serie de podcasts modelo que tendrán como objetivo fundamental complementar la variedad de formatos informativos que actualmente maneja la versión digital del periódico. También se espera motivar al resto de los colegas en la producción de los mismos.

Para el diseño de la sección será vital el apoyo de los miembros de la Mesa de Edición y de los encargados de desarrollar la versión web y los contenidos multimedia que son publicados en el periódico. A través de su experiencia y puntos de vista se podrán generar las pautas mínimas que debería cumplir un podcast para ser alojado en la página de El Universal.

En el proceso de realización de los podcast estarán directamente relacionados los periodistas de la sección y los editores, quienes deben dar el visto bueno sobre el contenido que se emitirá en las grabaciones, así como sucede con las informaciones que a diario son publicadas en las versiones impresa y digital.

Fuera de las fronteras de la empresa, será vital el apoyo de los que sirven como fuente de información para la obtención de datos, denuncias, testimonios o reconocimientos.

Dentro de este contexto, vale la pena resaltar el carácter gratuito que tendrá para el periódico la realización de este tipo de material. En Internet hay distintas herramientas para la producción de podcast que funcionan sin necesidad de pagar algún monto. No es secreto para nadie la grave situación económica de los medios de comunicación, pero a través de este Trabajo Especial de Grado se ofrecerá un beneficio y un complemento a la edición digital del periódico sin necesidad de hacer grandes inversiones económicas.

A la hora de producir los podcasts, las fuentes de información externas (entrevistados) son las más importantes. Quien suscribe este Trabajo Especial de Grado labora en la sección Caracas de El Universal, así que resulta posible obtener de primera mano el material sonoro con el que se trabajará en el diseño de los podcasts.

Asimismo, la reciente creación de un estudio para la transmisión de Video Chats será beneficiosa para la grabación de los podcast, pues el área reúne

las condiciones necesarias en cuanto a equipamiento tecnológico y a condiciones físicas para garantizar que se produzca un sonido de calidad. En este proceso, el apoyo del personal especialista que labora en el Departamento Multimedia puede ser de gran ayuda a la hora de grabar y editar los podcast.

Como se señaló anteriormente, para la realización de este Trabajo de Grado no se tiene previsto ningún tipo de inversión. En caso de que la plataforma de www.eluniversal.com no esté preparada para colgar este tipo de material, existen servicios gratuitos (Podomatic, Poderato) que permiten alojar un podcast en la Web sin costo alguno.

Si bien hasta el momento los podcasts no han sido asumidos por El Universal como un formato informativo, para el desarrollo de este TEG el Manual de Contenidos Multimedia, presentado recientemente por Milfri Pérez, servirá de insumo y guía para la preparación y edición del material auditivo, pues establece pautas básicas para la preparación de sonidos a publicarse en www.eluniversal.com.

A partir de este Trabajo Especial de Grado los periodistas, y no solo los miembros del departamento Multimedia, tendrán una guía de los lineamientos para la generación de podcasts dirigidos a la página web de El Universal.

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Planteamiento del problema

El desarrollo de los medios de comunicación en esta era digital supone la utilización y aprovechamiento de nuevos formatos que la tecnología pone a nuestra disposición. Aunque los podcast no nacieron precisamente para darle un uso periodístico, muchos medios de comunicación se han aventurado y aprovechado este formato para transmitir noticias, reportajes y hasta editoriales.

Ante la ausencia de podcasts dentro de la galería de opciones multimedia que ofrece www.eluniversal.com este trabajo de grado contempla la creación de tres podcast modelo con la intención de registrar el proceso de creación y diversificar los formatos multimedia que se ofrecen en la versión digital del diario El Universal.

3.2 Tipo de investigación aplicada

De acuerdo con la temática planteada, la investigación a realizar entra dentro de la categoría de Investigación y Desarrollo. Valarino, Yáber y Cemborain (2010,69-70) la definen como aquella que “tiene como propósito indagar en las necesidades del ambiente interno o entorno de una organización, para luego desarrollar una solución que pueda aplicarse a ella”.

En este sentido, la realización de podcast vendrá a complementar las opciones multimedia que hasta el momento ofrece el diario El Universal en su página web. Si bien en la sección multimedia se ofrecen sonidos complementarios de noticias y entrevistas, la opción para descargar archivos

de audio informativos no existe hasta el momento, a pesar de que los grandes medios de comunicación como el NY Times o El Universal de México han experimentado con este formato en sus páginas web.

La intención, más allá de colocar un audio, es crear un micro que sea independiente, que no requiera estar adosado a un texto y que se pueda consumir sin necesidad de tener un contexto que lo explique.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo general

- Crear tres podcasts modelo para la sección multimedia del Diario El Universal.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la plataforma en la que se publicarán los podcasts.
- Definir las características técnicas de los podcasts producidos para El Universal. (Duración, entradas, salidas)
- Definir las pautas editoriales de los podcasts producidos para El Universal. (Géneros)
- Registrar el proceso de producción y la metodología aplicada para los podcasts.

3.4 Justificación

La evolución del periodismo en esta era digital supone la exploración de los nuevos formatos que ha puesto la tecnología a nuestro beneficio. La información impresa fue por muchos años la única opción para la prensa, sin embargo, con el desarrollo de aplicaciones multimedia se han diversificado los formatos con los cuales se hace llegar la información a los usuarios de los medios de comunicación.

Al evaluar las opciones que ofrece el diario El Universal en su versión web se observa que, a pesar de que se han desarrollado videos propios para complementar la biblioteca multimedia, aún no se ha tomado la iniciativa de grabar podcasts y colgarlos en la web como parte la oferta digital.

En Venezuela, el periódico deportivo Líder parece ser uno de los únicos medios que ofrece dentro de sus opciones multimedia una sección de podcasts. Sin embargo, al analizar las publicaciones se notó que a pesar de que se ofrecen podcast, el audio solo se puede escuchar si la persona tiene conexión a Internet, es decir, no se pueden descargar y esa es una de las premisas básicas del podcast.

En el resto del mundo bien son conocidos los casos de El Universal de México, así como también lo ha hecho la cadena de noticias BBC Mundo, que de lunes a viernes resume en 15 minutos las noticias principales del día y los análisis de expertos para ser descargados a través del formato de podcast. A través de este trabajo de grado se espera eliminar ese vacío que existe entre los formatos multimedia y ofrecer una nueva alternativa a los interesados en escuchar las noticias y análisis de temas en específico a través del podcast.

Como se señaló anteriormente, hasta la fecha, en Venezuela, pocos medios impresos han utilizado los podcasts en sus versiones digitales, así que al ofrecer este formato El Universal tomaría la delantera frente a la competencia. Incluso, desde el punto de vista de marketing, los podcasts podrían suponer más ingresos económicos si la empresa accede a colocar patrocinantes dentro de estas grabaciones. Así lo hizo el periódico The Naples Daily News que en sus podcast y vodcast diarios incluye además de información mensajes patrocinados y promociones a otros productos del mismo periódico.

Tras la realización de este TEG queda demostrado que el desarrollo de los podcasts resulta totalmente factible para los periodistas que actualmente se encuentran en la redacción, pues solo hace falta contar con archivos de audio y desarrollar un guión para proceder a grabar y posteriormente colocar en la web entre las ofertas multimedia.

Además de aprovechar las nuevas tecnologías, proponer un proyecto que pueda aumentar el tráfico o el interés de los usuarios del portal www.eluniversal.com, este trabajo de grado permitirá ahondar y ampliar los conocimientos personales y técnicos sobre la edición de archivos de audio. Puede llegar a ser una experiencia similar a la de trabajar en radio, así que representa una oportunidad de crecimiento no solo académico, sino de experiencia profesional.

3.5 Procedimiento

Objetivos	Actividades	Producto	Recursos necesarios	Tiempo estimado
Determinar la plataforma en la que se publicarán los podcast	Entrevista a programadores y encargados de la página www.eluniversal.com	Conocer la capacidad y el soporte de la página para este tipo de descargas	Grabadora	1 semana
	Consultar en Internet recomendaciones para usar distintas	Establecer qué site ofrece las	Computador a	2 semanas

	plataformas para alojar podcast	mejores condiciones para alojar podcast de manera gratuita		
Definir las características técnicas de los podcast producidos para El Universal. (Duración, entradas, salidas)	Entrevistas a productores de podcast y especialistas en el área multimedia. Consultas al manual de Estilo Multimedia de El Universal. Estudiar y explorar en la web los podcasts que ofrecen otros medios de comunicación para establecer reglas básicas comunes a seguir	Establecer la duración promedio de un podcast y determinar los lineamientos que deberían tener los podcasts producidos para el periódico	Grabador Manual de Estilo Multimedia Computadora	2 semanas
Definir las pautas editoriales de	Consultar textos correspondientes a la producción de	Establecer normas y géneros a	Bibliografía sobre géneros	2 semanas

<p>los podcast producidos para El Universal. (Géneros: entrevista, editorial, análisis, resúmenes)</p>	<p>material sonoro para medios de comunicación.</p>	<p>explotar a través de este formato</p>	<p>periodísticos Grabador</p>	
<p>Registrar el proceso de producción y la metodología aplicada para los podcast.</p>	<p>Escoger tema a desarrollar a través de la serie de podcast.</p> <p>Generar guión para la grabación de los podcasts.</p> <p>Grabar y editar podcasts.</p> <p>Alojar podcast en la web y colocarlos en la página www.eluniversal.com</p>	<p>Serie de tres podcast que servirán de modelo a los periodistas para la producción posterior</p>	<p>Grabador Computadora Editor de Sonido Apoyo Multimedia</p>	<p>3 Semanas</p>

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Los medios de comunicación se han visto obligados a diversificar la manera en la que ofrecen la información a la audiencia. La aparición de Internet logró que los periódicos, los canales y cadenas de televisión, y las emisoras de radio dieran ese paso. La competencia no es similar a la de hace unos años atrás, cuando cada medio se encargaba de su plataforma particular: la información escrita, audiovisual o sonora.

En medio de este proceso de transformación han surgido numerosos formatos multimedia. El Universal, que actualmente se define como un medio multiplataforma, ha desarrollado una sección multimedia en la que incluye, slideshows, reportajes multimedia, videos, sonidos, fotogalerías, infografías y video chats.

En este Trabajo Especial de Grado se desarrolló una serie de tres podcasts con la intención de complementar la oferta multimedia que hasta el momento ofrece este medio de comunicación. Si bien la página www.eluniversal.com ya ofrece sonidos a su audiencia, se espera que a través de los podcasts, los usuarios tengan la oportunidad de descargar el audio y escucharlo a través de los dispositivos móviles de MP3.

Desde el punto de vista de los periodistas, la generación de podcasts no pretende ser una carga adicional de trabajo, sino una nueva manera de entregar la información. Es decir, lo ideal sería que el reportero ofreciera en su pauta semanal al menos un podcast, para de esa manera mantener actualizada la sección.

El objetivo principal de este Trabajo Especial de Grado es realizar una serie de podcasts que sirvan de modelo para los periodistas que deseen realizar propuestas informativas a través de este formato.

Las primeras decisiones que se deben tomar en el proceso de creación y grabación de un podcast corresponden a la elección de un tema y a la generación de los guiones que permitirán que el proceso de grabación se realice de manera limpia y rápida. A continuación la explicación de la metodología que fue empleada para la realización de este Trabajo Especial de Grado.

4.1 Estructuración de guiones

El primer paso para la elaboración de los podcast fue la estructuración de los guiones que sirvieron de orientación para su posterior grabación. Antes de iniciar el proceso de redacción se procedió a realizar un arqueo de fuentes dentro de los principales medios de comunicación del país (El Universal, El Nacional y Últimas Noticias) con la intención de identificar el tema a desarrollar y conocer los últimos detalles noticiosos de cada uno de estos. En este caso, se propuso realizar la serie acerca de las condiciones que han alejado a los médicos venezolanos del ejercicio en los hospitales públicos.

Hace más de tres años que los galenos iniciaron una serie de protestas por las condiciones en las que deben laborar, el estado físico de los centros de salud, por el déficit de medicamentos e insumos y por la inseguridad que rodea a los hospitales. En el segundo trimestre del 2011 la situación se tornó aún más conflictiva, pues los médicos tomaron la decisión de realizar paros escalonados para exigir mejoras en su ambiente de trabajo.

Son muchas aristas las que tiene el conflicto médico, sin embargo, se escogieron tres para desarrollar los podcasts. Vale la pena resaltar que cada una de las grabaciones se hizo tomando en cuenta los datos que para el momento de la producción de los podcast (noviembre 2011) eran noticia.

Una vez obtenida la información base se procedió a la realización de las entrevistas a los especialistas. Esas consultas sirvieron para obtener información actualizada de los aspectos tratados. También fueron de utilidad en el momento de la edición de los podcasts, pues la intención era incorporar la voz de los especialistas entrevistados para de esa manera romper un poco con la monotonía que supone un podcast grabado por un solo narrador. En cada uno de los podcast se incorporó al menos un segmento del audio de esas conversaciones realizadas de manera presencial y por medio de la vía telefónica.

4.2 Entrevistas Realizadas

Para el levantamiento de la información se escogieron entrevistados que de alguna manera tuvieran relevancia y participación dentro del gremio. A continuación una breve identificación de los profesionales consultados para la elaboración de este Trabajo Especial de Grado.

María Yanes: Médico especialistas en Nefrología. Representante de la Sociedad Médica del hospital José Ignacio Baldó de El Algodonal. Actualmente es una de las voceras de los centros públicos de salud en las mesas técnicas de trabajo que se instauraron con los funcionarios del Ministerio de la Salud y otros entes del gobierno para analizar la crisis que afecta a los principales hospitales. Por su rol en las conversaciones con el gobierno, la especialista brindó un detallado análisis de los avances de las obras de infraestructura.

Douglas León Natera: Presidente de la Federación Médica Venezolana. El especialista ofreció información actualizada de las cifras de médicos que han migrado del país en los últimos cinco años. Como representante gremial y

conocedor de la causa este entrevistado mostró un panorama general de los principales motivos que generan el éxodo de los galenos venezolanos.

Ana Carvajal: Médico especialista en Infectología. Secretaria de la Red de Sociedades Científicas Médicas Venezolanas, organización gremial que según su misión “tiene como norte armonizar y expresar las ideas de los médicos especialistas venezolanos, agrupados en sus Sociedades Científicas reconocidas por la Federación Médica Venezolana y que poseen postgrados universitarios reconocidos legalmente”. Esta organización, junto a otras que representan a los médicos, se ha pronunciado en contra de la integración de los Médicos Integrales Comunitarios a los hospitales tras la adecuación de la Ley del Ejercicio de la Medicina aprobada el pasado 17 de noviembre del 2011.

Luis Gaslonde: Médico especialista en Medicina Interna. Jefe de Servicio de Medicina Interna del Hospital Vargas y Director de la Comisión de Postgrados de Medicina de la Universidad Central de Venezuela. Este especialista hizo un análisis de las debilidades y fortalezas del programa de Medicina Integral Comunitaria, que para enero del 2012 prevé graduar su primera cohorte de más de ocho mil médicos.

4.3 Diseño de Guiones

A la par del proceso de estructuración de los guiones, se hizo un trabajo de transcripción e identificación (pietaje) de los extractos que en audio se iban a introducir dentro de los podcast. Para efectos del guión, los sonidos que se incorporaron al podcast fueron identificados en letras cursivas, con la intención de diferenciarlos del resto del texto que iba a ser leído por el narrador.

En cada uno de los podcast se colocó una introducción, con una breve identificación del diario El Universal, esto con la intención de crear filiación entre los usuarios y la marca a la que se quiere representar a través de la grabación de este material. El texto escogido dice: “Podcast El Universal, tus noticias de siempre, ahora en audio”.

Una vez establecida la introducción y la identificación del medio de comunicación, se prosiguió con la estructura base de los guiones. Cada uno de los podcast incluye un título y cuerpo. Tomando en cuenta los principios básicos de los géneros periodísticos, en el primer párrafo o lead se incluye una presentación del tema a tratar, que permite ubicar al usuario dentro del contexto que se pretende presentar.

En cada uno de los párrafos subsecuentes se ofrece información detallada de las causas y consecuencias de cada uno de los temas analizados. A continuación se presenta una breve sinopsis y los guiones que fueron preparados para la grabación de los podcast.

4.4 Resultado de los guiones

4.4.1 Tema 1: Migración de médicos al exterior.

Sinopsis: Fuera de nuestras fronteras los médicos han conseguido oportunidades de trabajo. España, Portugal y Estados Unidos son los principales países que han recibido a los profesionales que han abandonado Venezuela para tener más oportunidades. Se calcula que en los últimos diez años al menos siete mil médicos han viajado a otras naciones para continuar sus estudios de especialización e iniciar sus carreras en otras latitudes.

Guión #1

Introducción: Podcast El Universal, tus noticias de siempre, ahora en audio.

Título: Diáspora médica: migración de profesionales.

Cuerpo: Durante los años 80 y 90 no era alarmante que los médicos venezolanos salieran del país a estudiar especializaciones, pues la mayoría tenía la firme intención de regresar y ejercer su carrera, pero ahora la situación ha cambiado. Desde hace cinco años los galenos graduados en nuestras universidades iniciaron un éxodo con miras a instalarse en otras naciones que les garantizan mejores condiciones de trabajo, beneficios y seguridad.

De acuerdo con las cifras manejadas por la Federación Médica Venezolana en los últimos cinco años siete mil profesionales de la medicina han salido de manera definitiva de nuestras fronteras, dejando los hospitales nacionales con un grave déficit de personal. España, Canadá, Portugal y Estados Unidos se han convertido en los principales países receptores de médicos venezolanos.

Douglas León Natera, presidente de la Federación Médica, asegura que 50% de los galenos venezolanos han abandonado los centros de atención pública.

(Inicio audio, Min. 13:06) De los hospitales se nos ha ido más de la mitad de los médicos. De la mitad 58% se ha ido al exterior, el otro 41% se queda en Venezuela, 22% se dedica al trabajo en clínicas y hospitales y 19% hace trabajo informal como taxistas, nada que ver con medicina. (...) Es un tema que nos preocupa mucho, este país no estaba acostumbrado a ver sus médicos migrar, el médico nuestro que estudiaba afuera y regresaba. Todo aquel que migraba lo recibíamos de vuelta con los brazos abiertos, se le recibía su reválida y ellos se integraban". (Fin Audio, Min: 15:09).

A pesar de la crisis que afecta a la comunidad europea, España se ha convertido en el principal destino de nuestros médicos. El idioma y las facilidades que se ofrecen para homologar los títulos han hecho de esta nación una de las más buscadas por los galenos venezolanos. A eso se le debe sumar el beneficio que representa un sueldo en euros. De acuerdo con los recientes estudios de la consultora Eurogalenus, publicados en la revista 'Medical Economics', el salario promedio de un médico especialista en tierras ibéricas se aproxima a los 40 mil euros anuales, lo que equivale a 18 mil bolívares mensuales.

El tabulador que maneja la Federación Médica detalla que un médico residente venezolano recibe un sueldo promedio de 3 mil bolívares mensuales. La exclusividad que exige formar parte de un postgrado de especialización médica hace imposible que estos profesionales puedan obtener ingresos extras con un segundo trabajo.

Las condiciones en las que se encuentran los hospitales es otro de los problemas que motivan a los profesionales a buscar empleo en otras naciones. Desde el 2007 se iniciaron una serie de remodelaciones en los principales centros de salud de Caracas y el interior del país. Hoy en día, hay casos, como el del hospital Vargas, donde después de cuatro años de obras, las remodelaciones apenas tienen 60% de avance.

La inseguridad que se vive en los centros de salud públicos también ahuyenta al personal médico. En el 2009 la noticia de un médico apuñalado dentro del Hospital Domingo Luciani de El Llanito encendió la alerta de los galenos. Más recientemente, en agosto del 2011, una estudiante de Medicina de la Universidad de Carabobo fue interceptada y asesinada al salir de la guardia nocturna que realizaba en el hospital Universitario Ángel Larralde de Naguanagua.

Dentro de las redes sociales los médicos que han decidido migrar han generado una serie de comunidades y recursos de apoyo. En Facebook se consiguen grupos como Médicos Venezolanos en el Exterior y Médicos Venezolanos en Barcelona, a través de los cuáles se genera información de interés para los que buscan probar suerte en otras latitudes y las experiencias de los que ya se atrevieron.

Fuentes consultadas:

Douglas León Natera. Federación Médica Venezolana.

<http://www.elmundo.es/elmundosalud/2005/09/15/medicina/1126778435.html>

<http://www.federacionmedicavenezolana.org/fmv2010/COMPARACIONDESU-ELDOS.pdf?phpMyAdmin=e30ec5ecaf76b23604b3d58660ccf494>

<http://www.elperiodiquito.com/article/34354/Asesinaron-a-estudiante-de-la-UC-para-robarla-en-Naguanagua->

http://www.eluniversal.com/2009/03/19/sucgc_art_apunalado-medico-en_1311244.shtml

4.4.2 Tema 2: Retrasos en remodelaciones de los hospitales.

Sinopsis: En el 2007 el gobierno nacional inició una serie de rehabilitaciones en los principales hospitales de la capital como parte de la Misión Barrio Adentro 3. Tras cuatro años de remodelaciones el hospital Vargas de San José sigue sin quirófanos y emergencia, el José Ignacio Baldó de El Algodonal permanece con el edificio de atención pediátrica clausurado y en el JM de los Ríos siguen esperando porque se inicien las remodelaciones de

la Emergencia, que no han avanzado porque aún no se han terminado las labores en otras áreas como la lavandería.

Guión #2

Introducción: Podcast El Universal, tus noticias de siempre, ahora en audio.

Título: Remodelaciones de nunca acabar, una deuda con los hospitales.

Cuerpo: En el año 2007 la misión Barrio Adentro III se planteó la remodelación de los principales hospitales de Caracas y el interior del país. En El Algodonal, Hospital Universitario, José Gregorio Hernández de Los Magallanes de Catia, J.M de los Ríos, Vargas y Lídice se iniciaron las labores para rehabilitar las principales salas de atención de pacientes, y aunque el plazo de entrega era en promedio seis meses para cada obra, la burocracia y las irregularidades terminaron extendiendo los trabajos por varios años.

Uno de los casos más preocupantes es el del hospital Vargas. A finales del 2007 en el edificio correspondiente a la emergencia de adultos e infantiles, quirófanos y laboratorios se iniciaron una serie de remodelaciones que llevaron a su clausura total. A cuatro años del inicio de esas obras, los trabajos de rehabilitación del edificio apenas tienen 60% de avance. Al menos tres contratistas han pasado por el lugar y cada una de estas derrumbó parte de los avances que había hecho su predecesora.

Las consecuencias de los retrasos han sido evidentes en la atención de los pacientes. En este centro de salud las cirugías de emergencias se redujeron 94%, mientras que las electivas disminuyeron 69%. El volumen de pacientes hospitalizados también decreció en 60%. Las condiciones de este centro de

salud son solo un ejemplo de lo que se ha sufrido en otros hospitales por la falta de celeridad en las obras.

Esos retrasos en las remodelaciones, junto a las deudas que mantiene el Ministerio de Salud con los galenos, fueron el detonante de un conflicto que se inició en junio del 2011 y se extendió por tres meses en los principales hospitales de la capital.

María Yanes, médico especialista de El Algodonal, recuerda que el diálogo con las autoridades del gobierno se logró gracias a la presión mediática que ejercieron los profesionales de la salud desde sus puestos de trabajo.

(Inicio audio, Min. 12:02). El gobierno apareció cuando metimos las cámaras en los hospitales claves como el algodonal, eso catapultó mucho que las obras de remodelación se apuraran en el hospital. Eso fue un impacto mediático grande, logramos meter las cámaras y a partir de ahí fue que el gobierno reaccionó. (Fin de Audio, Min. 12.30).

Yanes, quien además coordina la comisión de infraestructura de las mesas de trabajo establecidas por el gobierno nacional desde el pasado mes de septiembre, agrega que se han alcanzado acuerdos de importancia sobre la culminación de las obras. Asimismo, detalla que ahora se implantará una nueva normativa de gestión hospitalaria en la que los directores están en la obligación de establecer contacto directo con las sociedades médicas, jefes de servicios y representantes de los trabajadores, quienes estarán encargados de realizar contraloría social.

(Inicio audio. Min. 2:40) Esa es una normativa que analizamos con España y la ministra de salud en las mesas y si eso se aprueba ese es un gran logro, porque es la única manera de hacer un seguimiento a las obras de

remodelación (...). Eso es importantísimo, porque no son solo obras de infraestructura, sino también a la compra de medicamentos (Fin audio, Min. 3:10).

Actualmente, en la página web del Ministerio de Salud se pueden consultar las obras que fueron contratadas durante el 2011. Seis hospitales de Caracas, entre ellos el Materno Infantil de El Valle que lleva más de 10 años en construcción, fueron beneficiados con recursos.

Sin embargo, hay remodelaciones que tendrán que esperar un poco más en vista de que hay contratistas que siguen bajo investigación. En diciembre del 2010 la Ministra Eugenia Sader tomó la decisión de rescindir el contrato de al menos 70 empresas contratistas que habían iniciado remodelaciones en los hospitales tras haber sido contratadas por la Fundación de Edificaciones y Equipamiento Hospitalario, Fundeeh. De esas investigaciones es poco lo que se sabe.

Antes de finalizar el 2011 los 20 galenos que representan a los distintos hospitales de la región capital se reunirán con los funcionarios del Ministerio de Salud y los demás organismos del Estado que se comprometieron a hacer seguimiento de los avances en las obras de los hospitales. Ese día se realizará una evaluación general de las rehabilitaciones. No obstante, los médicos esperan que las mesas de diálogo se mantengan hasta que se solventen la mayoría de los problemas de infraestructura que afectan a los centros de salud.

Fuentes consultadas

María Yanes, Sociedad Médica El Algodonal.

<http://www.eluniversal.com/caracas/111104/obras-limitan-capacidad-operativa-del-hospital-vargas>

<http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/obrascontratadas%20fundeeh2011.pdf>

<http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/contratacin%20obras%20fundeeh%202011.pdf>

<http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/cartel%20notificacin%20kharely%20pulgar%20listo.pdf>

4.4.3 Tema 3: Médicos Integrales Comunitarios.

Sinopsis: En el 2007 el Consejo Nacional de Universidades aprobó la creación de la carrera universitaria Medicina Integral Comunitaria. Se tiene previsto que para enero del 2012 se gradúe la primera cohorte de médicos comunitarios. En noviembre la Asamblea Nacional aprobó la reforma de la Ley del Ejercicio de la Medicina, para permitir a los médicos comunitarios prestar servicio dentro de los hospitales. La adecuación de la ley ha generado controversia y rechazo dentro del gremio.

Guión #3

Introducción: Podcast El Universal, tus noticias de siempre, ahora en audio.

Título: Médicos Integrales Comunitarios. Un debate abierto.

Cuerpo: Más de ocho mil Médicos Integrales Comunitarios están por recibir su título universitario y la cercanía del acto que los reconoce como médicos

ha generado un intenso debate dentro del gremio. La carrera, cuyo programa de estudios fue aprobado por el Consejo Nacional de Universidades en el 2007, generó polémica desde sus inicios por su contenido y por los recursos que emplean para su formación.

Originalmente estaba planteado que los médicos comunitarios sustituyeran a los galenos que vinieron de Cuba para trabajar en los módulos de atención primaria de Barrio Adentro. De hecho, parte de las clases son impartidas por los médicos cubanos en los módulos, Centros Integrales de Diagnóstico y Clínicas Populares.

Pero el pasado 17 de noviembre la Asamblea Nacional aprobó, con el apoyo de la mayoría oficialista, la reforma de la Ley del Ejercicio de la Medicina. Tras la adecuación del texto legal, los Médicos Integrales Comunitarios ahora tienen la oportunidad de trabajar en los hospitales, una potestad que hasta el momento estaba únicamente reservada para los médicos cirujanos graduados en universidades venezolanas y los doctores en Ciencias Médicas.

Desde los centros de salud los profesionales de la medicina alzaron su voz. La Academia Nacional de la Medicina se pronunció en contra de la reforma de la ley, así como también lo hizo la Federación Médica Venezolana. Por su parte, la Escuela de Medicina José María Vargas de la UCV difundió un comunicado en el que indicaba que 80% de los estudiantes de Medicina Integral que realizaron prácticas clínicas en los principales hospitales de la ciudad obtuvieron una evaluación “poco satisfactoria”.

Ana Carvajal, representante de la Red de Sociedades Médicas Científicas, advierte que los hospitales son la cúspide de la pirámide de atención sanitaria, así que se requieren médicos capacitados. En su opinión, los rectores y las autoridades universitarias deberían reevaluar el programa de formación de los médicos comunitarios antes de integrarlos a los hospitales.

(Inicio audio, Min. 16:53) Los hospitales deben tener insumos y recurso y gente preparada porque en los hospitales necesitamos especialistas bien formados. Esa es una de las cosas que hemos dicho sobre los médicos comunitarios, no es que estamos en contra de ellos, sino que fueron formados para trabajar en otro nivel de atención, inclusive en el la atención primaria necesitamos médicos bien preparados, los médicos de familia que son los que formamos desde hace años en Venezuela y están excelentemente preparados para trabajar en los ambulatorios y los módulos. (Fin audio. Min. 17:12)

La legalidad de los títulos que se otorgarán también está en entredicho, según las denuncias realizadas por investigadores. José Félix Oletta, ex ministro de Salud, denunció que en la Gaceta Oficial número 38.833 solo se autoriza a la Universidad Bolivariana de Venezuela a expedir los títulos correspondientes al programa, pero la realidad es que las universidades Rómulo Gallegos, de los Llanos Ezequiel Zamora, Francisco de Miranda, Rafael María Baralt y de la Fuerza Armada tienen la carrera entre sus opciones de estudio.

De acuerdo con Luis Gaslonde, director de la comisión de Postgrados de Medicina de la Universidad Central de Venezuela, el programa de formación está cargado de seminarios y teoría, la cual se enseña a través de CDs. El especialista señala que como resultado de este enfoque los Médicos Integrales tienen debilidades en la generación de la historia clínica y en el diagnóstico de los pacientes.

La orientación comunitaria es una de las fortalezas que Gaslonde observa en la carrera de Medicina Integral, sin embargo, advierte que es poco el contacto que tienen los estudiantes de esa carrera con los pacientes. Recomienda, para mejorar la capacitación de los alumnos, iniciar los

programas de pasantía en los hospitales al menos en el tercer año de la carrera y no en el quinto, como se viene haciendo.

La posibilidad de que los médicos comunitarios participen en los postgrados de especialización médica también preocupa a los representantes del gremio. Al respecto, el director de la Comisión de Postgrados asegura que uno de los requisitos establecidos por la UCV para concursar por un postgrado es tener el título de médico cirujano y además haber cumplido con el artículo 8 de la Ley de Medicina, que se refiere a la realización de prácticas en zonas rurales con menos de 5 mil habitantes. Solo con una modificación del baremo interno de la Universidad estos profesionales tendrían la oportunidad de cursar una especialización, iniciativa que hasta el momento no está prevista.

Fuente:

Ana Carvajal, Red de Sociedades Médicas Científicas.

Luis Gaslonde, presidente de la Comisión de Postgrados de Medicina de la Universidad Central de Venezuela.

<http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/sancionada-ley-de-ejercicio-de-la-medicina.aspx>

<http://www.lapatilla.com/site/2011/11/17/reforma-a-ley-del-ejercicio-de-la-medicina-hoy-a-segunda-discusion/>

<http://www.monografias.com/trabajos82/ley-ejercicio-medicina/ley-ejercicio-medicina.shtml>

<http://www.eluniversal.com/caracas/111031/medicos-comunitarios-no-pueden-cursar-postgrados>

<http://www.eluniversal.com/2011/05/02/medicos-comunitarios-bajo-lupa.shtml>

4.5 Grabación y Edición de los Podcasts

Una vez escritos los guiones se procedió con la grabación del audio correspondiente a cada podcast. Con el apoyo de una grabadora digital y un micrófono se realizó el registro del audio. Varias pruebas fueron realizadas previamente con la intención de que el locutor tuviera una lectura más fluida y acompasada.

Para el audio de identificación de El Universal se empleó una voz femenina, mientras que el guión fue grabado con una voz masculina. De esa manera se crea una diferenciación que hace que el producto final sea un poco más dinámico.

En la identificación del medio de comunicación se colocó una pista de audio en el fondo. En cada uno de los tres podcast se usó el mismo sonido para introducir a los podcast. Posteriormente, para cada uno de los podcast se escogió una melodía de fondo diferente.

Para la selección de la música apropiada se visitaron varios portales de Internet que ofrecían material para la grabación de podcast. Gran parte de las páginas consultadas exigían el pago de un costo mensual o anual para la descarga de material. Para cumplir con una de la gratuidad, una de las premisas iniciales de este Trabajo Especial de Grado, se decidió descargar la música de la página web www.jamendo.com que se define como una “comunidad de música libre, legal e ilimitada, publicada bajo licencias Creative Commons”.

Las normas establecidas por Creative Commons para los audios descargados señalan que el consumidor es “libre de copiar, distribuir y

comunicar públicamente la obra, además de remezclar o transformar la obra”. Para poder hacer uso de estas pistas se solicita “reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra)”. Asimismo, en caso de que se transforme la obra, o se genere una obra derivada Creative Commons señala que “sólo se puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a la original”.

Tomando en cuenta los requisitos establecidos por la página web www.jamendo.com al momento de alojar los podcasts en el directorio se tomó la previsión de atribuir el sonido a los autores y creadores.

Tres de los audios empleados fueron descargados de este sitio web. Para la elección de las melodías se tuvo cuidado de que no se tratara de música que de alguna manera distrajera la atención del lector. Asimismo, se prefirieron los sonidos instrumentales, evitando la incorporación de canciones con letra y voces, para así crear un resultado final más limpio.

Una vez obtenida la música a utilizar para el fondo de continuó con el proceso de edición del audio. Existen varios programas para la grabación y edición de sonido a disposición del público. En este caso se utilizó GarageBand, un editor de audio de creado por Apple que permite crear podcasts, editar, incorporar efectos en voces, eliminar ruidos de fondo o voces, agregar música y colocar hilo musical de fondo.

La interfaz de GarageBand ofrece tres canales para la edición y creación de audio. En el canal principal se ubicó al narrador principal. En la voz secundaria se colocaron las grabaciones hechas de las entrevistas realizadas previamente para complementar la información. El tercer canal correspondía a los jingles o pistas que se usaron de fondo musical.

En cuanto a la voz del narrador principal, se usaron varios de los efectos de edición que ofrece este programa. Dentro de la categoría “Podcasting” se escogió el estilo de proyección de audio “Male Narrator” (Narrador Masculino) para hacer más nítida la voz de la grabación. Asimismo, de las opciones que ofrece la barra de edición se empleó el Potenciador de Voz y dentro del ecualizador visual, se utilizó la opción Reducción de las “S”. De esta manera el resultado es un poco más claro y una voz más diáfana.

La fuente de entrada escogida varió de acuerdo con el material previamente grabado. En el caso del narrador principal se colocó en “estéreo” en vista de que se realizó con un grabador digital con dos entradas de sonido. En el caso de los entrevistados se utilizó la fuente de entrada “mono”, pues algunas se trataban de grabaciones fueron hechas por vía telefónica con una sola entrada de audio. Asimismo, se aplicó el estilo Live Performance para los entrevistados con la intención de eliminar los ruidos de fondo.

Con el objetivo de eliminar los silencios entre párrafos y de las entrevistas grabadas, cada uno de los tracks de audio pasaron por un proceso de edición. Este proceso de adecuación y edición se inició con la narración principal, por ser la más larga y la que requería más trabajo. Luego le siguieron los extractos de las entrevistas, que gracias al trabajo previo de pietaje ya estaban identificadas con minutos y segundos.

En el caso de las pistas musicales que se colocaron de fondo, se emplearon las herramientas de Fade In y Fade Out para suavizar las entradas y las salidas de las melodías, de manera ascendente y descendente, respectivamente. En el caso de los entrevistados, también se tomó la previsión de disminuir el volumen de la música de fondo para así tener más atención sobre las opiniones de las personas allí reflejadas.

Una vez consolidado el proceso de grabación y edición se procedió a guardar los proyectos. Originalmente, el programa GarageBand ofrece la

posibilidad de alojar los podcast creados directamente en el programa iTunes, por ello tiene una extensión de sonido especial compatible con MAC. Pero tomando en cuenta que los podcast producidos se alojaron en un directorio gratis en Internet se tomó la precaución de exportar los archivos de audio desde GarageBand en formato MP3. De esa manera no existe necesidad de usar programas para convertir el audio. Con esa extensión pueden ser subidos directamente al directorio escogido.

4.6 Alojamiento en el Directorio

El próximo paso, una vez grabado y editado el podcast, corresponde al alojamiento del audio en un portal o un directorio de podcast. Con la intención de evitar costos y trabajo extra a los programadores de www.eluniversal.com se procedió a hacer una revisión de los principales servidores que alojan podcasts de manera gratuita.

Se realizaron pruebas para establecer las características técnicas de los principales servicios que permiten alojar podcast de manera gratuita. Tras el registro se procedió a subir un archivo de prueba y así constatar las condiciones que ofrecen estos portales. Los portales escogidos fueron: www.podomatic.com y www.poderato.com

A continuación, una tabla en la que se exponen las diferencias de ambos portales en sus características básicas:

Características	PODERATO	PODOMATIC
Capacidad	1 GB de espacio gratis	500 MB de espacio gratis
Diseño	Permite diseñar el sitio de manera gratuita.	Cuenta con plantillas básicas, sin embargo,

	Ofrece plantillas y opción de personalizar fondo y colores	para hacer otro tipo de cambios se necesita pagar
Proceso de alojamiento	Sencillo	Sencillo
Gratuito	Sí	Sí
Servicio Profesional	Tiene la opción de contratar un servicio más avanzado con capacidad de 3, 5 y 10 GB, a un precio anual de 80, 120 y 240 dólares anuales respectivamente	Permite aumentar la capacidad a 2, 2.5, 5 y 15 GB. Los precios son 100, 135, 225 y 450 dólares anuales respectivamente
Idioma	Español	Inglés
Genera código embed	No en la versión gratuita	Sí
Etiquetas	No, solo permite colocar categorías	Sí permite

Una vez analizadas estas características se decidió que el portal más adecuado para colocar los podcast de El Universal es www.podomatic.com. A pesar de que Poderato ofrece mayor capacidad a los usuarios que abren una cuenta de manera gratuita, Podomatic genera el código “embed”, necesario para colocar los podcast en la sección multimedia de www.eluniversal.com.

El proceso en esta página resulta bastante sencillo y solo toma unos minutos alojar los podcasts. En primer lugar se debe colocar un título y una breve descripción para que la audiencia conozca de qué se trata el podcast que va a escuchar. En este caso se agregó la sinopsis que se adjuntó previamente a

cada gui3n, con la intenci3n de ubicar al usuario dentro del tema que se va a escuchar.

En la siguiente ventana, el usuario debe cargar el archivo de audio correspondiente al podcast. La carga se hace directamente con la extensi3n MP3. Ese proceso suele durar unos minutos. Posteriormente, el usuario tiene la oportunidad de colocar una fotograf3a, acorde con el tema que se est3 tratando para identificarlo gr3ficamente. Para este Trabajo Especial de Grado se escogieron tres fotograf3as para cada uno de los podcast, de esa manera se mejora la presentaci3n.

Para obtener las fotograf3as, los periodistas pueden usar el mismo material que los reporteros gr3ficos del peri3dico han registrado. De esa manera se evitan problemas de atribuci3n de las im3genes que sean tomadas de p3ginas web.

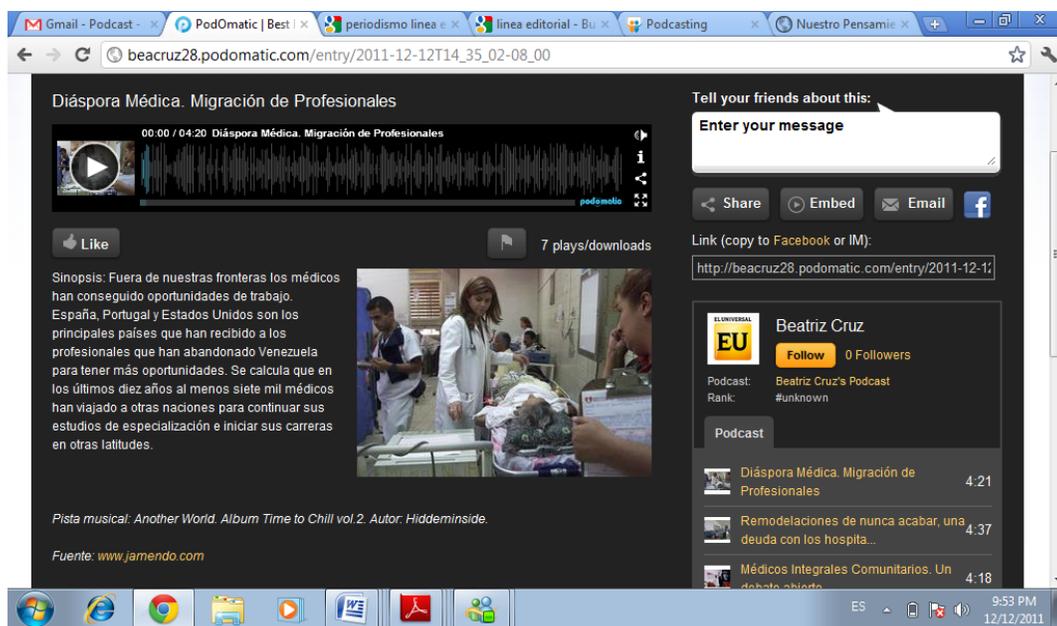
Para mejorar el proceso de b3squeda Podomatic ofrece la opci3n de colocar etiquetas (tags) acordes con el tema que se est3 tratando. De esta manera, el podcast se podr3 posicionar mejor en los buscadores. El 3ltimo paso corresponde a la publicaci3n y posteriormente ofrece opciones para enviar el anuncio de la actualizaci3n a trav3s de correo electr3nico.

A continuaci3n una demostraci3n de la presentaci3n generada dentro de Podomatic con las herramientas que se acaban de exponer.

Podcast 1: Diáspora Médica. Migración de Profesionales

Duración: 4 minutos, 21 segundos.

http://beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T14_35_02-08_00



The screenshot shows a web browser window with the URL http://beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T14_35_02-08_00. The page title is "Diáspora Médica. Migración de Profesionales". The main content area features a podcast player with a play button and a progress bar showing 00:00 / 04:20. Below the player is a "Like" button and a "7 plays/downloads" indicator. A synopsis in Spanish is provided: "Sinopsis: Fuera de nuestras fronteras los médicos han conseguido oportunidades de trabajo. España, Portugal y Estados Unidos son los principales países que han recibido a los profesionales que han abandonado Venezuela para tener más oportunidades. Se calcula que en los últimos diez años al menos siete mil médicos han viajado a otras naciones para continuar sus estudios de especialización e iniciar sus carreras en otras latitudes." To the right of the synopsis is a photograph of medical professionals in a hospital setting. Below the synopsis, the musical track is identified as "Pista musical: Another World. Album Time to Chill vol.2. Autor: Hiddeminside." and the source is cited as "Fuente: www.jamendo.com". On the right side of the page, there is a section for social media sharing with a "Tell your friends about this:" prompt, an "Enter your message" input field, and buttons for "Share", "Embed", "Email", and "Facebook". Below this is a "Link (copy to Facebook or IM):" field containing the URL. Further down, there is a "Podcast" section for "Beatriz Cruz" with a "Follow" button and "0 Followers". A list of other podcast episodes is visible, including "Diáspora Médica. Migración de Profesionales" (4:21), "Remodelaciones de nunca acabar, una deuda con los hospita..." (4:37), and "Médicos Integrales Comunitarios. Un debate abierto" (4:18). The browser's taskbar at the bottom shows the system tray with the date and time: "ES 9:53 PM 12/12/2011".

Podcast 2: Remodelaciones de nunca acabar. Una deuda con los hospitales.

Duración: 4 minutos, 37 segundos.

http://beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T14_53_59-08_00

The screenshot shows a web browser window with the URL http://beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T14_53_59-08_00. The page content includes:

- Podcast Player:** A player for the podcast "Remodelaciones de nunca acabar, una deuda con los hospitales." with a duration of 00:00 / 04:36. It shows a play button and a waveform.
- Synopsis:** "Sinopsis: En el 2007 el gobierno nacional inició una serie de rehabilitaciones en los principales hospitales de la capital como parte de la Misión Barrio Adentro 3. Tras cuatro años de remodelaciones el hospital Vargas de San José sigue sin quirófanos y emergencia, el José Ignacio Baldó de El Algodonal permanece con el edificio de atención pediátrica clausurado y en el JM de los Ríos siguen esperando porque se inician las remodelaciones de la Emergencia, que no han avanzado porque aún no se han terminado las labores en otras áreas como la lavandería."
- Image:** A photograph of a hospital ward with a sign that reads "Cubículos Inhabilitados por Infraestructura".
- Share and Social Media:** Options to "Like", "Share", "Embed", "Email", and "Facebook". A "Tell your friends about this" section with an "Enter your message" input field.
- Podcast Profile:** A profile for "Beatriz Cruz" with a "Follow" button and "0 Followers". It lists the podcast as "Beatriz Cruz's Podcast" with a rank of "#unknown".
- Podcast List:** A list of other podcasts, including "Diáspora Médica. Migración de Profesionales" (4:21), "Remodelaciones de nunca acabar, una deuda con los hospita..." (4:37), and "Médicos Integrales Comunitarios. Un..." (4:18).
- Footer:** "Pista musical: The forest of lights. Album Time to Chill vol.2. Autor: Hiddeminside".

The browser's taskbar at the bottom shows the system clock as 9:51 PM on 12/12/2011.

Podcast 3: Médicos Integrales Comunitarios. Un debate abierto.

Duración: 4 minutos, 18 segundos.

http://beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T15_12_25-08_00

The screenshot shows a web browser window with the URL beacruz28.podomatic.com/entry/2011-12-12T15_12_25-08_00. The page title is "Médicos Integrales Comunitarios. Un debate abierto." The main content area features a podcast player with a progress bar at 00:00 / 04:17. Below the player is a "Like" button and a "3 plays/downloads" indicator. A synopsis follows: "Sinopsis: En el 2007 el Consejo Nacional de Universidades aprobó la creación de la carrera universitaria Medicina Integral Comunitaria. Se tiene previsto que para enero del 2012 se gradúe la primera cohorte de médicos comunitarios. En noviembre la Asamblea Nacional aprobó la reforma de la Ley del Ejercicio de la Medicina, para permitir a los médicos comunitarios prestar servicio dentro de los hospitales. La adecuación de la ley ha generado controversia y rechazo dentro del gremio." An image shows a group of people at an event with a banner for "08 de Octubre Día del Médico Integral Comunitario". Below the synopsis is a "Pista Musical: End Theme. Morcheeba." and buttons for "Comments" and "Add to Playlists". On the right side, there is a "Tell your friends about this:" section with an "Enter your message" input field, "Share", "Embed", and "Email" buttons, and a Facebook link. Below this is a profile for "Beatriz Cruz" with a "Follow" button and "0 Followers". A "Podcast" section lists other episodes: "Díspora Médica. Migración de Profesionales" (4:21), "Remodelaciones de nunca acabar, una deuda con los hospita..." (4:37), and "Médicos Integrales Comunitarios. Un..." (4:18). The Windows taskbar at the bottom shows the system clock as 9:52 PM on 12/12/2011.

4.7 Estilo y Extensión

Determinar la duración de los podcast y los géneros a emplear es otro de los objetivos de este Trabajo Especial de Grado. Para conocer las características los podcasts que producen otros medios de comunicación se hizo una revisión y un resumen:

<p>CNN Interviews: Promedio 5 minutos de duración, hay podcasts de 8, 4 y 3 minutos, varían un poco de acuerdo con el material informativo. El género más explotado en este podcast es la entrevista.</p>
<p>RCN Radio Podcast: Todos los podcasts duran exactamente 5 minutos. Son reporteros de la radio que hacen pequeños avances sobre una noticia que haya sido importante en el día.</p>
<p>Venezuela Analysis Audio Podcast: Tienen una duración más extensa, por lo general se acerca a los 10 minutos, pero no hablan de un solo tópico, sino que abordan varias noticias, como un resumen.</p>
<p>Front Page NYTimes: Resumen de las noticias que ocupan la primera plana de ese diario. Dura un promedio de 7 minutos y hace una lectura de las principales noticias de la edición. También usan archivos de audio para complementar la información ofrecida, de los entrevistados que son consultados para la edición impresa. También cuentan con una serie de podcast temáticos, que se actualizan una vez a la semana de acuerdo con un calendario específico. Por ejemplo, los miércoles son de “Around Broadway”, mientras que los martes son de “Bits: Tech Talk”.</p>
<p>Grupo Reforma: Entre los medios de comunicación consultados el Grupo Reforma de México ofrece una gran variedad de podcast. Por ejemplo, en la sección Coordinadas de la Economía, el promedio de duración de los archivos de audio es de tres minutos. No obstante, el de Nuevas Bandas es más extenso pues incluye música. Cuentan con secciones de salud, economía, sexo, fútbol, gastronomía, tecnología e incluso chistes. Cada una</p>

de las emisiones tiene un día a la semana en el que son promocionados.

El Universal México: En la sección de podcast este diario mexicano varía mucho la longitud de los micros de audio. En el caso de los referidos al cine, Cinerama, cada uno de los podcast tiene una duración promedio de 18 minutos, hay otros más cortos, como es el caso de Finanzas de Bolsillo, que dura la mitad. También cuentan con un resumen de noticias, similar al de NY Times, que dura máximo 2 minutos (esta es obviamente la más actualizada) y una sección de editorial.

Las condiciones técnicas son otro factor a tomar en cuenta cuando se habla de la extensión de cada podcast. Robert Gómez, líder del proyecto de integración de redacciones de El Universal, considera que puede haber podcast de hasta un minuto de duración (sin contar la introducción y el cierre). Gómez apunta que debido a las características técnicas de las conexiones en Venezuela no es apropiado extender la duración de cada podcast.

“Hay que pensar en función de las características técnicas que tenemos en Venezuela, la velocidad de descarga y el acceso a la banda ancha. Un podcast de un minuto te da la oportunidad de decir mucho y además ese proceso técnico de descargarlo no ocupará mucha memoria al usuario y tampoco le ocupará mucho tiempo de descarga, porque al final esos elementos terminan siendo disuasivos”. (Comunicación personal, 17 de junio, 2011).

Para podcasts que requieren un poco más de profundidad en el tema, Gómez agrega que una duración adecuada puede ser tres minutos. Así lo señala refiriéndose a los podcasts en los que se pretenda abordar un tema, estilo reportaje o a través de una entrevista a un personaje.

Isaías Elías Blanco, profesor de la cátedra Producción de Contenidos Multimedia de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila, considera por su parte que hablar de un podcast de 20 minutos puede llegar a ser una exageración. De acuerdo con su experiencia, actualmente, los podcasts informativos duran un promedio de cinco minutos. (Comunicación personal, 11 de mayo, 2011).

Vale la pena destacar que varios de los podcasts que se consultaron durante el proceso de investigación previa al Trabajo Especial de Grado resultaron ser programas de radio que luego son alojados en la web para que la audiencia los descargue y pueda consultarlos en la medida de sus posibilidades. Es decir, estos podcast no poseen el formato de micros informativos que se desea ejecutar para El Universal, son programas que contienen pausas musicales e incluso tienen varios entrevistados.

Asimismo, en lo referente a la extensión en tiempo de los podcasts, vale la pena resaltar el apartado que habla de los sonidos en el Manual de Estilo Multimedia de El Universal desarrollado por Milfri Pérez en el 2010 para su Trabajo Especial de Grado para esta especialización. “La duración máxima recomendada para los sonidos publicados en El Universal es de 6 minutos, aunque es importante señalar que el tiempo promedio de permanencia de los usuarios en una página Web es de 4 minutos”. (Pérez, 2010)

Tomando en cuenta todos los elementos ya referidos, se decidió que los podcasts producidos para www.eluniversal.com deben tener una duración que oscile entre tres y seis minutos.

Como se señaló al inicio de este capítulo, la posibilidad de producir podcasts no debe ser vista como una carga extra de trabajo para el periodista. “Si bien la estructura de la redacción actualmente sigue orientada en su mayoría a la producción de material informativo para la versión impresa, lo ideal sería que cada uno de los reporteros tuviera la oportunidad de proponer podcast en la

medida que el material con el que cuentan sea valioso para reproducirlo a través de este formato”. (Robert Gómez, comunicación personal, 17 de junio, 2011). El papel del Departamento de Multimedia en estos casos se limitaría a dar apoyo técnico a la hora de grabar o editar el material.

En cuanto a su presentación, los podcast pueden ser seriados, como es el caso que se desarrolla en este Trabajo Especial de Grado, en el que se ofrecen tres podcasts para abordar tres aristas de un tema en común. No obstante, no se desea limitar la posibilidad de ofrecer podcasts de manera independiente, es decir, en una sola entrega.

Sobre los géneros a desarrollar a través de los podcasts y tomando en cuenta el material analizado en el Marco Teórico la producción de los podcast puede estar dividida de acuerdo con la manera en la que se presentan estos micros de audio. Para ello se estableció una diferenciación de tres géneros básicos:

4.7.1 Género informativo

Dentro de este apartado está contemplado el desarrollo de podcasts de noticias y micros de servicio público, como por ejemplo, cómo tramitar una visa o cuáles son los procedimientos para hacer una carpeta para Cadivi.

4.7.2 Género interpretativo

Corresponde a los podcasts que se desarrollen bajo la perspectiva del reportaje, en el que además se incluyan otros recursos sonoros, como citas de ciertos entrevistados. En este apartado también pueden ser incluidas las crónicas o las entrevistas como tal. Se recomienda entrevistas estilo ping-pong para mantener a la audiencia alerta. (Robert Gómez, comunicación personal, 17 de junio, 2011).

4.7.3 Género de opinión

En este género, tal como lo dice la palabra, se incluyen aquellos podcasts en los que el autor desee emitir su opinión, bien sea bajo el formato de un editorial o una columna.

CONCLUSIONES

A partir del año 2007 el Diario El Universal asumió el reto de iniciar el proceso de convergencia de sus redacciones. Hasta aquel momento, un equipo encargado de actualizar la página web, trabajaba de manera casi independiente con respecto a los profesionales dedicados a la generación del contenido para la versión impresa.

Pero la visión del periodismo hecho dentro de El Universal empezó a cambiar cuando se propuso crear una sola redacción, sin distinciones. A partir de allí los periodistas “de papel” vieron la necesidad de adecuarse y actualizarse en materia de producción de contenidos para múltiples medios y plataformas.

A través de este Trabajo Especial de Grado se logró diversificar la oferta multimedia que hasta el momento tenía la página www.eluniversal.com. Con la introducción de los podcast se suma un nuevo formato a los recursos ya existentes, como lo son los reportajes multimedia, fotogalerías, sonidos, videos e infografías.

El principal aporte de esta investigación es la generación de tres podcast modelos que pueden servir de base e inspiración para los periodistas que deseen realizar podcasts para la página web de El Universal como parte de sus labores diarias.

A partir de este Trabajo de Grado se puede también cambiar la mirada de los periodistas frente a la producción de contenidos para ser ubicados en la sección de Multimedia, un trabajo que hasta el momento depende en un porcentaje importante de los miembros del equipo Multimedia de El Universal.

Una de las claves del proceso de integración de las redacciones es el cambio de mentalidad que supone para los periodistas y editores. Robert Gómez, quien dirigió desde sus inicios la convergencia dentro de El Universal

considera que es necesario cambiar la dinámica diaria que está aplicando el periodista en este momento. El reportero, y no el Departamento de Multimedia, debe ser el interesado en proponer trabajos que se puedan adaptar a otras plataformas que no sean únicamente el papel.

“Por ahora la estructura de la redacción está orientada hacia el papel, porque es lo que hay que cerrar a diario. Debemos comenzar a trabajar en una nueva sinergia, para que de verdad se sienta la integración, el periodista debe reconocer la cualidad de la información que tiene y debe saber en qué plataforma se va a implementar mejor” (Comunicación personal, 17 de junio, 2011).

En medio de la evidente crisis económica que afecta a los medios de comunicación, la gratuidad y la funcionalidad de los recursos a utilizar son elementos que pesan a la hora de tomar una decisión. Pensando en la disminución de costos y en integración de los podcast dentro de www.eluniversal.com se decidió hacer un análisis comparativo de las principales plataformas para alojar podcasts que se ofrecen en el mercado.

A través de este análisis se logró alcanzar el primero de los objetivos específicos planteados en esta investigación. Con la elección del portal www.podomatic.com se cumplió con el primer paso, que era determinar la plataforma en la que se publicarán los podcast.

El análisis de las características técnicas que aplican otros medios de comunicación con más experiencia en la elaboración de podcast fue fundamental para lograr definir una serie normas base que deben ser tomadas en cuenta a la hora de producir un podcast.

Asimismo, para cumplir con el segundo objetivo, que corresponde a la definición de las características técnicas de los podcast producidos para El Universal, también se consultaron especialistas en la materia. Isaías Elías Blanco, profesor de la cátedra Producción de Contenidos Multimedia detalla

que si bien es cierto que en sus inicios los podcast fueron lo más parecido a un programa de radio, que incluso se podían extender por horas, actualmente los micros informativos de audio no superan los cinco minutos (Comunicación personal, 11 de mayo, 2011).

En el caso particular de este Trabajo Especial de Grado los podcast grabados entran dentro del género interpretativo, sin embargo, no se quiso cerrar las puertas a la posibilidad de que se generen dentro de El Universal podcasts enmarcados dentro del género meramente informativo y el de opinión.

Transcribir y registrar paso a paso el proceso de creación de los podcast constituye un aporte fundamental en sí mismo. A partir de esa guía general se pueden desprender nuevas iniciativas para la producción de podcast. El texto que corresponde al registro de creación servirá perfectamente como una guía ilustrativa de los elementos y pasos a tomar en cuenta a la hora de generar un podcast.

Al finalizar este Trabajo Especial de Grado se llegó a la conclusión de que los podcasts constituyen para El Universal una nueva ventana para la presentación de información en medio de esa búsqueda constante que deben tener los periodistas interesados en innovar y en multiplicar las posibilidades y las maneras de llegar a los usuarios de la página web www.eluniversal.com.

RECOMENDACIONES

Con la intención de ampliar la propuesta inicialmente hecha en este Trabajo Especial de Grado se recomienda realizar una guía práctica, dirigida a los periodistas, que pueda ser utilizada en caso de que se pretenda realizar una serie de talleres de actualización y capacitación con los reporteros que forman parte de la plantilla de El Universal.

Los datos de los pasos a seguir pueden ser extraídos del capítulo correspondiente a la Propuesta. Sería ideal que el material práctico se reprodujera de manera impresa o se distribuyera por medio de la Intranet para que los periodistas manejen los conceptos y las herramientas básicas requeridas en la realización de podcasts, y así, de esa manera, motivar a los reporteros a ofrecer material que mantenga actualizado el canal de podcasts de El Universal.

Para complementar y llamar la atención de los usuarios a escuchar este material se propone la realización, con apoyo del Departamento de Diseño, de un botón que desde la página principal de www.eluniversal.com invite a las personas a consultar los podcasts. Actualmente de la radio posee un pequeño segmento dentro del home principal para así llamar la atención de los interesados.

Otra de las posibles aristas y propuestas de trabajo que se desprenden de esta investigación es la posibilidad de analizar a fondo los géneros que se pueden explotar a través del audio. En este Trabajo Especial apenas se tocó el tema, pero la ampliación de este enfoque representaría un aporte importante para el periódico y sus trabajadores.

Finalmente, para investigaciones futuras, se recomienda diseñar la sección de podcasts de El Universal. De esa manera se pueden establecer nuevas categorías de acuerdo con las fuentes tradicionales de información y de esa

manera motivar aún más, a los periodistas de las distintas fuentes, a colaborar con la actualización de esta sección multimedia.

FUENTES CONSULTADAS

Álvarez, O. (2004). *Hipertext.net*. Recuperado el 10 de Enero de 2011, de Anuario Académico sobre Documentación Digital y Comunicación Interactiva: <http://www.hipertext.net/web/pag215.htm>

Blanco, I. E. (11 de Mayo de 2011). Entrevista Personal. (B. C. Salazar, Entrevistador)

Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital*. Austin: Centro Knigh para el Periodismo de las Américas.

Carvajal, A. (24 de Noviembre de 2011). Entrevista Personal. (B. C. Salazar, Entrevistador)

Casel, B. (25 de Marzo de 2011). *7 Tips for Launching a Successful Podcast*. Recuperado el 17 de Mayo de 2011, de Mashable: <http://mashable.com/2011/03/25/podcasting-tips/>

Castells, M. (2005). Internet y la Sociedad Red. En D. d. Moraes, *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder* (págs. 203 - 228). Barcelona: Icaria Editorial.

Cebrián, M. (2008). *La Radio en Internet*. Buenos Aires: La Crujía.

Coorough, C., & Shuman, J. (2005). *Multimedia para la Web*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

Diccionario de Publicidad. (2010). Recuperado el 15 de Enero de 2011, de Publidirecta: http://www.publidirecta.com/dicc/diccionario_de_publicidad_l.php

El editor de audio libre y multiplataforma. (2011). Recuperado el 14 de Enero de 2011, de Audacity: <http://audacity.sourceforge.net/?lang=es>

Europa Press. (15 de Septiembre de 2005). *Los médicos catalanes son los que menos ganan y los gallegos los que más*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de El Mundo de España: <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2005/09/15/medicina/1126778435.html>

Extra, S. (julio de 2011). *Semanario Extra*. Recuperado el 9 de Diciembre de 2011, de Nuestro Pensamiento: <http://semanarioextra.com.ar/diario/?p=345>

Federación Médica Venezolana. (Mayo de 2011). *Ejemplos en el tabulador de médicos*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de Federación Médica Venezolana:

<http://www.federacionmedicavenezolana.org/fmv2010/COMPARACIONDESUELLOS.pdf?phpMyAdmin=e30ec5ecaf76b23604b3d58660ccf494>

Fogel, J. F., & Patiño, B. (2007). *La Prensa sin Gutenberg, el periodismo de la era digital*. Madrid: Punto de Lectura.

Gallego, J. I. (2010). *Podcasting: Nuevo modelo de distribución para los contenidos sonoros*. Barcelona: Editorial UOC.

García, I. (2006). PodCast, la radio de todos en Internet. *20minutos.es* .

Gelado, J. A. (2007). Cómo producir un podcast. En O. I. Orduña, J. L. Antúnez, J. A. Gelado, J. A. Del Moral, & R. Casas Alatraste, *Web 2.0. Manual (no oficial) de uso*. (págs. 159 - 187). Madrid: ESIC Editorial.

Gelado, J. A. (2006). De los Blogs al Podcasting. ¿Continuidad o Disrupción? En J. M. Cerezo, *La Blogósfera Hispana: Pioneros de la Cultura Digital* (págs. 180-189). Madrid: Fundación France Telecom España.

Gómez, R. (17 de Junio de 2011). Entrevista Personal. (B. C. Salazar, Entrevistador)

Güell, T. S. (2008). *La voz de la web 2.0: Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora*. Catalunya: Universitat Internacional de Catalunya.

Hammersley, B. (2004). Audible Revolution. *The Guardian*, 27.

La Patilla. (17 de Noviembre de 2011). *AN aprobó nueva reforma de la Ley de Ejercicio de la Medicina*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2011, de La Patilla: <http://www.lapatilla.com/site/2011/11/17/reforma-a-ley-del-ejercicio-de-la-medicina-hoy-a-segunda-discusion/>

Lynch, P., & Horton, S. (2008). *Web Style Guide Online*. Recuperado el 5 de Mayo de 2011, de Basic Design Principles for Creating Web Sites: <http://www.webstyleguide.com/index.html>

Madden, M., & Jones, S. (Agosto de 2008). *Pew Internet Project Data Memo*. Recuperado el 15 de Mayo de 2011, de Pew Internet & American Life Project: http://www.pewInternet.org/~media//Files/Reports/2008/PIP_Podcast_2008_Memo.pdf.pdf

Maldonado, D. M. (8 de Mayo de 2008). *QDiario Magazine*. Recuperado el 11 de Enero de 2011, de Conociendo el Audio y el Video Streaming: <http://www.aplicacionesempresariales.com/conociendo-el-audio-y-video-streaming.html>

Ministerio de Salud. (7 de Diciembre de 2010). *Cartel de Notificación*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2011, de Ministerio del Poder Popular para la Salud: <http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/cartel%20notificacin%20kharely%20pulgar%20listo.pdf>

Ministerio de Salud. (2011). *Obras contratadas en convenios 2011*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2011, de Ministerio del Poder Popular para la Salud: <http://www.mpps.gob.ve/images/stories/pdf/obrascontratadas%20fundeeh2011.pdf>

Natera, D. L. (1 de Diciembre de 2011). Entrevista Personal. (B. C. Salazar, Entrevistador)

Pérez, M. (2010). *Manual de Estilo Multimedia El Universal*. Caracas: UMA.

Pérez, M. (2010). *Manual de Estilo Multimedia El Universal*. Caracas: El Universal.

Pisani, F., & Piotet, D. (2009). *La Alquimia de las Multitudes*. Barcelona: Paidós.

Rodríguez, G. (19 de Marzo de 2009). *Apuñalado médico en hospital de El Llanito*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de El Universal: http://www.eluniversal.com/2009/03/19/sucgc_art_apunalado-medico-en_1311244.shtml

Rosales, L. (21 de Agosto de 2011). *Asesinaron a estudiante de la UC para robarla en Naguanagua*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de El Periodiquito: <http://www.elperiodiquito.com/article/34354/Asesinaron-a-estudiante-de-la-UC-para-robarla-en-Naguanagua->

Salaverría, R., & Negrodo, S. (2008). *Periodismo Integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol90.

Salazar, B. C. (31 de Octubre de 2011). *"Médicos comunitarios no pueden cursar postgrados"*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2011, de El Universal: <http://www.eluniversal.com/caracas/111031/medicos-comunitarios-no-pueden-cursar-postgrados>

Salazar, B. C. (2 de Mayo de 2011). *Médicos Comunitarios bajo lupa*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2011, de El Universal: <http://www.eluniversal.com/2011/05/02/medicos-comunitarios-bajo-lupa.shtml>

Salazar, B. C. (4 de Noviembre de 2011). *Obras limitan capacidad operativa del hospital Vargas*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2011, de El Universal: <http://www.eluniversal.com/caracas/111104/obras-limitan-capacidad-operativa-del-hospital-vargas>

Sánchez, J. D. (Septiembre de 2009). *Panorama del Podcast Español*. Guadalupe, Murcia, España.

Tortello, M. (Junio de 2009). *Podcasting*. Caracas, Miranda, Venezuela.

Últimas Noticias. (17 de Noviembre de 2011). *Sancionada Ley de Ejercicio de la Medicina*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2011, de Diario Últimas Noticias: <http://www.ultimasnoticias.com.ve/noticias/actualidad/politica/sancionada-ley-de-ejercicio-de-la-medicina.aspx>

Yanes, M. (2 de Diciembre de 2011). *Entrevista Personal*. (B. C. Salazar, Entrevistador)