

**República Bolivariana de Venezuela
Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA DIGITAL EN CARACAS

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

Autor (a): Magaly Pedroza
Tutor (a): María E. de Arias

Caracas, julio de 2009

Carta de aprobación del tutor (TEG)

Caracas, 06 de julio de 2009

Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

Coordinación

Presente.-

Por este medio, comunico formalmente que he revisado el TEG titulado

Perfil Profesional del Periodista Digital en Caracas

que está presentando el alumno(a) Magaly Pedroza, C.I. 6.342.573
el cual avalo y considero reúne los requisitos para su presentación y evaluación
por parte de la Coordinación de la Especialización.

Adicionalmente, recomiendo para su evaluación como jurados a los profesores:

1. Marianne Robles
2. Laura Contreras

(Indicar: Nombre, Grado Académico, Institución de Procedencia y teléfono de contacto).

Se suscribe atentamente,

María Eugenia de Arias

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

C.I. 10.345.519

DEDICATORIA

A Milagros Ávila, mi tía querida... a la que cariñosamente en la familia llamamos “La Tía Nena”. Por ser ese Ángel que me ayuda a ponerme de pie cada vez que mis alas se olvidan de cómo volar. Por ser esa columna que me sostiene cuando pierdo la fuerza. Porque siempre me demostraste con hechos, que los sueños se pueden alcanzar.

Este logro es tuyo también.

Quien te quiere,

Margaret

RECONOCIMIENTO

A mi Dios por acompañarme siempre.

A mi familia por ser paciente y bondadosa conmigo, y demostrarme tanto apoyo cada vez que me trazo una meta.

A la profesora Alda Da Silva por abrirme las puertas de la Universidad Monteávila.

A María Eugenia, mi tutora, quien estuvo dispuesta a escucharme y a sugerirme soluciones. Gracias por tu apoyo, me hiciste el camino más grato.

A mis compañeras de clases: Kysbert y Francy quienes con su juventud y ocurrencias me hicieron recordar una vez más; que cuando nos convertimos en estudiantes, vivimos una de las mejores y más gratas experiencias, como seres humanos.

A mi amiga Francis por su ayuda, mil gracias...

ÍNDICE GENERAL

	pp.
PORTADA	i
CARTA DE APROBACIÓN DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
RECONOCIMIENTO	iv
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO	9
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
Enunciado del problema en estudio	16
Objetivos de la Investigación	16
Justificación	16
Viabilidad	19
Motivación	19
II. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	21
El periodismo como profesión	21
El estudio de los perfiles profesionales en Caracas	25
El Periodista Digital	32
III. MARCO METODOLÓGICO	37
Tipo y estrategia de Investigación	37
Características de la población	38
Técnicas para la recolección de la información	39
Instrumentos para la recolección de la información	39

IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	47
Características generales de los periodistas	47
Preparación en periodismo digital	48
Experiencia en el área y condiciones laborales	49
Percepción de la profesión de periodista digital	52
Labor del periodista digital	53
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
VI. BIBLIOGRAFÍA	58

Anexo 1 Validación de expertos

Anexo 2 Encuestas respondidas

**Universidad Monteávila
Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información
Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA DIGITAL EN CARACAS

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

Autor (a): Magaly Pedroza
Tutor (a): María E. de Arias
Julio 2009

RESUMEN

La siguiente investigación lleva por título “Perfil Profesional del Periodista Digital en Caracas” y tiene como objetivo principal identificar el perfil profesional del periodista digital en Caracas, el cual incluye: situación socio demográfica, situación laboral, preparación académica, destrezas y competencias y los valores del periodista digital.

Se realizó la investigación a través de un instrumento de recolección de información (encuesta), el cual constaba de preguntas dirigidas a periodistas que laboran en los diferentes medios de comunicación digitales. El número total de encuestas obtenidas fueron veintidós (22), de una población total de noventa y un periodistas. Los resultados de las encuestas se vaciaron en una base de datos en Excel, se procesaron los mismos obteniendo frecuencias simples por pregunta y se presentan en forma de gráficos con su respectiva explicación. En el capítulo III se explican las limitaciones de la investigación.

Entre las conclusiones de la investigación están: en su mayoría los periodistas digitales son de sexo femenino. Los periodistas digitales no poseen estudios de post grado en periodismo digital y consideran que la preparación en la universidad fue deficiente. Tampoco han asistido a cursos de formación y capacitación en periodismo digital y consideran que aprendieron el oficio de una forma “auto didacta”. Por último, el ingreso del periodista digital está ubicado aproximadamente en Bs. 2.000,00 mensual.

Palabras clave: periodista, medio de comunicación, medio digital, periodista digital, Internet, Web.

INTRODUCCIÓN

En la época actual todas las profesiones humanas están sufriendo cambios, debido a la era de la globalización y las telecomunicaciones, que está viviendo el mundo en general. Uno de estos ejemplos emblemáticos lo representa el periodismo, sus profesionales tienen la misión de informar a través de los medios de comunicación, ya sean estos audiovisuales o impresos. Sin embargo, con el uso y masificación de Internet, ya no sólo el periodista es el encargado de informar, comunicar e interpretar los hechos. Cualquier usuario puede convertirse en un informador potencial, haciendo que el periodista asuma nuevos retos y defina un nuevo rol en el ejercicio diario de su profesión.

Tomando en consideración lo anteriormente señalado, sin duda ha cambiado el modo de trabajo, e Internet como medio, está generando un nuevo tipo de periodista, el periodista digital, quien es el profesional del periodismo encargado de integrar diversos recursos como texto, imagen, video y sonido, utilizando como herramienta principal el Internet. Es evidente que la profesión está tomando nuevos rumbos, y es así como este profesional se ha convertido en un productor interactivo y multimedia. La profesión siempre ha estado ligada a la búsqueda y procesamiento de información, constituyéndose el Internet no sólo en un medio para conocer y acercarse a lo que dicen otros periódicos y una vía para obtener fácilmente datos y documentos fundamentales o complementarios para el ejercicio diario de la profesión, sino que también facilita el acceso a actores sociales.

Dentro de este orden de ideas, el tema del periodista digital ha sido poco estudiado en Venezuela, sin embargo hay autores con un marcado interés por el argumento, entre los que se destacan, Jesús María Aguirre y Miladys Rojano, quienes han realizado algunas investigaciones nutriendo el tema. Sin embargo, este sigue siendo explorado e interesante, constituyéndose en una razón para que se proponga como tema de investigación con el título de “El Perfil Profesional del Periodista Digital en Caracas”, la cual presenta una caracterización del periodista digital, en

cuanto a preparación académica, destrezas y competencias, experiencia laboral, condiciones laborales, formación en periodismo digital, entre otras. En la mencionada investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta, validada por expertos en el tema, dicha encuesta fue aplicada a veintidós periodistas digitales quienes laboran en los diferentes medios de comunicación digitales del país. Es preciso considerar por otra parte que el periodismo en Internet revolucionó los conceptos básicos del periodismo impreso, estando presente no sólo en las páginas de periódicos, televisión y radio en línea, sino también en otros sitios como los teléfonos celulares.

En dicha investigación se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta, validada por expertos en el tema. Dicha encuesta fue aplicada a veintidós periodistas digitales que laboran en los diferentes medios de comunicación digitales de Caracas.

La investigación consta de cinco capítulos:

- **Capítulo I:** Planteamiento del problema: Contiene el enunciado del problema en estudio, los objetivos de la investigación, la justificación, la viabilidad y la motivación de la investigación.
- **Capítulo II:** Marco Teórico Referencial: el cual muestra el periodismo como profesión, el estudio de los perfiles profesionales en Caracas y el periodista digital.
- **Capítulo III:** Marco Metodológico: Contiene el tipo y la estrategia de investigación, las características de la población, las técnicas de recolección de información, instrumentos para la recolección de información, el tratamiento estadístico utilizado y la forma de presentación de resultados.
- **Capítulo IV:** Presentación de resultados: En este capítulo se muestran los resultados obtenidos una vez aplicados los instrumentos: características generales de los periodistas, preparación en periodismo digital, experiencia en el área y condiciones laborales, percepción de la profesión y labor del periodista digital.



RIF J-30647247-9

- **Capítulo V:** Conclusiones y Recomendaciones. Por último, se encuentra la bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es el perfil profesional del periodista digital en Caracas?

Hasta hace poco los periodistas eran “los que informaban”, “los profesionales de la información”. Pero con la aparición del medio digital estas afirmaciones han perdido todo fundamento.

El periodismo ha experimentado sucesivos cambios a lo largo de su historia. Cambios que afectan a la profesión y a los profesionales. Y todos estos cambios casi siempre vienen marcados por los avances tecnológicos. Es la tecnología la que marca, en muchos casos, los ciclos evolutivos de determinados avances y la que acorta la duración de los mismos cada vez a mayor velocidad.

Ahora bien, en comparación con la cada vez más abundante bibliografía que aborda el tema de la prensa digital, es mucho más limitado el número de aportaciones que centran su interés en el análisis de la incidencia de Internet en la práctica profesional del periodismo o las expectativas que crea el nuevo medio entre los profesionales. Esta ausencia de trabajos que expliquen el proceso de cambio que significa la presencia y uso de Internet en las redacciones de los diarios impresos, televisivos, radiales, especializados tales como diarios científicos, universitarios, institucionales, ambientalistas, ecologistas y comunitarios, entre otros, no es exclusivo de nuestro país. Incluso en otros países hasta la fecha existen pocos estudios de este tipo, a pesar de estar mucho más avanzados en la formalidad del uso de la herramienta y aplicación para los medios de comunicación social.

En Venezuela, la realidad sobre la información y la generación de material bibliográfico referente al perfil del periodista digital es escasa. Sin embargo, contamos con personas interesadas en el tema.

1. Aguirre (2008), presentó su trabajo “El perfil de los periodistas graduados en Venezuela, caso Distrito Federal”, el cual muestra dos enfoques: uno orientado al análisis del cuerpo de trabajadores intelectuales que comparten un conjunto de valores, normas de comportamiento y capacidades particulares dentro de empresas productivas, respondiendo al punto de vista de la sociología de la organización y de las decisiones. El otro, dirigido al análisis de los contextos organizativos en los que laboran la mayor parte de los comunicadores, incluyendo los entornos social, político, económico y cultural. Ahora bien, en el análisis de las profesiones a partir de la construcción de un tipo ideal de profesión, se diferenciaron los oficios poco configurados y organizados sin bases legales o formales, denominados ocupaciones y los oficios altamente especializados con formación superior, articulados en gremios y con respaldo legal. Jesús María Aguirre es uno de los estudiosos que más ha investigado acerca de perfiles profesionales de los Comunicadores Sociales en Venezuela y el mundo de la comunicación social en general. Aguirre señala que existen nueve figuras vocacionales a las cuales pueden acceder los profesionales del área comunicacional. Este estudio será uno de los puntos de referencia para la realización de la presente investigación.

Adicionalmente Aguirre (1996) en su primera investigación denominada “El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas” toca los puntos del perfil ocupacional y los puestos de trabajo de los profesionales. En sentido general, el perfil se concibe como el conjunto de actitudes, conocimientos, destrezas y habilidades, características de un profesional. Otro enfoque más estricto considera que el perfil es la relación detallada de elementos de conducta que componen un trabajo. Desde el punto de vista interaccionista no hay contradicción entre tales planteamientos, ya que en el ejercicio profesional intervienen tanto las funciones y tareas ocupacionales, como los conocimientos y actitudes del hombre sobre sí y su entorno.

2. En abril de 2004 se realizó una investigación promovida por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) el Grupo Diario de América (GDA), y la Fundación

para el Nuevo Periodismo Hispanoamericano en más de 20 periódicos líderes que incluyen El Clarín de Argentina, El Nacional de Venezuela y O Globo de Brasil. El objetivo del estudio fue explorar la realidad del periodismo en línea o digital en Latinoamérica. Al observar y cotejar los hallazgos, se comprueba que coinciden con la realidad reciente de Venezuela.

En esta investigación se observa que el 68 por ciento de los “puntocom” de periódicos es manejado por ocho o menos periodistas. Las nóminas de periodistas de los “puntocom” representan entre el 5 y el 10 por ciento de la redacción total (impresos más online). Sólo el 10 por ciento de los “puntocom” de periódicos de América Latina dice actualizar 24 horas al día. El 61 por ciento lo hace entre 15 y 20 horas.

La mayoría de los periodistas de los “puntocom” de los periódicos de América Latina (87 por ciento) tiene entre 20 y 30 años.

Casi la mitad, el 46 por ciento, de los periodistas de las ediciones digitales de los periódicos ganan menos que los periodistas de las ediciones del papel. El 43 por ciento gana igual.

Más de la mitad (53 por ciento) de los periodistas de los “puntocom” de los periódicos de América Latina no tienen formación académica en periodismo digital. El 47 por ciento sí: 17 por ciento la obtuvo fuera del país mientras que el 30 lo hizo en el país.

El 61 por ciento de los programas académicos que se ofrecen en los países es a nivel de cursos o seminarios; el 13 por ciento a nivel de pregrado y 13 por ciento a nivel de postgrado.

Ninguno de los puntocom de periódicos latinoamericanos considera que la reportería sea el foco de su actividad periodística; la mayoría cree que lo es la edición y redacción de textos. Las principales competencias desarrolladas en la práctica son: a) Adaptación de noticias y artículos ya hechos; b) Redacción-para-plantillas y c) Lo mínimo de contenidos multimedia.

3. Patricia Noriega en la intervención que realizó en el Congreso de Periodismo Digital, efectuado en Maracay, en el año 2004, y auspiciado por la Universidad Bicentennial de Aragua, afirmó que “es necesario poder abrir un espacio de discusión nacional en torno al periodismo digital y ayudar a formar profesionales más especializados que manejen un lenguaje específico para la red”. Cabe destacar que este evento se realiza periódicamente desde el año 2004, siendo uno de los pioneros en el tema del presente estudio.

Por otra parte, las revistas del Centro Gumilla, también son fuentes de información valiosa, cuando se busca indagar sobre perfiles de periodistas y especializaciones en el campo de la comunicación social. A partir de la década de los noventa, esta publicación aborda el tema de Internet y todo lo que ese mundo representa para la comunicación, de manera permanente y actualizada.

4. Montes de Oca (2006), en su trabajo de ascenso aborda el tema del perfil del periodista de salud. El estudio pretende formular respuestas a interrogantes como: ¿Cuáles conocimientos son necesarios en los profesionales que deberían ejercer la labor de comunicar salud?, ¿Qué competencias específicas deberá tener un comunicador para tener éxito en su objetivo de comunicador sobre salud?, ¿Qué contenidos deben ofrecer las unidades y los programas de capacitación para que los profesionales de la comunicación para la salud desarrollen estas competencias?. Para esto aplica una metodología establecida por las Naciones Unidas y la Organización Panamericana de la Salud: el mapa funcional de competencias.

El producto de la investigación es un perfil de comunicador para la salud concebido como un articulador de lenguajes, procesos y actores, caracterizado por la ética, la responsabilidad social y el respeto hacia las diferencias. Se trataría, además, de alguien capaz de hacer seguimiento y evaluación de procesos, así como de participar en la mediación entre Estado y sociedad para impulsar el diseño y la ejecución de políticas públicas. Es, en síntesis, un profesional que atiende a los nuevos paradigmas que rigen tanto la comunicación y las ciencias sociales en generales, como la realidad sociopolítica venezolana.

Apoyados fundamentalmente en teorías de cambio del comportamiento, los investigadores en la comunicación para la salud buscaron diferentes formas de generar mensajes eficaces para modificar comportamientos que funcionaran como factores de riesgo para sufrir enfermedades y problemas de salud pública.

Debido a que el campo de acción de estos profesionales es más complejo y extenso, los mismos deben poseer habilidades y competencias mucho mayores que las tradicionales. Se trata de un profesional que estará obligado a superar los enfoques tradicionales de la comunicación en salud.

El comunicador en salud debe estar en condiciones de desarrollar habilidades complejas de comunicación, mantenerse actualizado a través de revistas biomédicas y bases de datos, conocer y manejar fuentes de información institucional de estadísticas sanitarias (nacionales e internacionales).

5. Méndez (2006), en su trabajo “El perfil del profesional de los periodistas económicos” resume una investigación realizada como tesis de licenciatura en la Universidad Monteávila, para generar, desde una base empírica, elementos para la definición del perfil profesional de los periodistas especializados laboralmente en la fuente económica, a partir de un estudio de opinión con una muestra de 28 periodistas de cinco diarios de Caracas.

Para elaborar un estudio sobre actitudes profesionales de los periodistas que cubren un área especializada se planteó apoyar la investigación sobre dos pilares fundamentales: la fuente y los perfiles. En este caso, se tomaron como bases la sección económica y los trabajos previos que se han realizado a escala nacional e internacional, sobre los modelos según los cuales los reporteros ejercen su profesión.

El objetivo planteado fue conocer cuál es el perfil de los periodistas que trabajan en las salas de redacción de Economía de los diarios editados en Caracas, tomando como base las investigaciones que se han publicado anteriormente sobre las figuras vocacionales. El estudio se realizó aplicando encuestas a los periodistas del área económica.

Luego del análisis de los resultados obtenidos en el proceso de consulta se observa un predominio notable del sexo femenino sobre el masculino. Asimismo, destaca el peso de los periodistas jóvenes, sobre todo de aquellos cuyas edades oscilan entre 25 y 35 años. La mayoría del grupo cuenta con entre 11 y 15 años de experiencia en el periodismo, pero no superan los diez años en la cobertura de la fuente económica. La minoría está constituida por los veteranos que tienen más de 15 años en el área.

Los reportes de la fuente económica no ejercen su labor de acuerdo con un único y específico modelo profesional, debido a que, como ha sido la constante en trabajos anteriores, los perfiles profesionales no son excluyentes. La manera de afrontar sus obligaciones depende, en gran medida, de las características de la información que deban publicar en un momento dado, la línea editorial del medio y los datos de la noticia.

El interés de los lectores fue, en última instancia, el detonante que impulsó la expansión de un nuevo ejercicio que estaba obligado a adaptarse a la naciente época de crisis. Desde entonces, los periodistas de Economía se esforzaron por dirigir sus trabajos al gran público: las amas de casa, los trabajadores y los estudios.

El motivo por el cual los profesionales decidieron trabajar en Economía responde en primer lugar a sus aspiraciones propias, seguido por la necesidad que tenían de comenzar a ejercer la profesión. Aun cuando los periodistas admiten tener mucha libertad en su lugar de trabajo, manifiestan inconformidad debido a los escasos beneficios económicos que se les ofrecen.

1.1. Enunciado del problema en estudio

¿Cuál es el perfil profesional del periodista digital en Caracas?

1.2. Objetivos de la Investigación

- Objetivo General:

Identificar el perfil profesional del periodista digital en Caracas.

- Objetivos Específicos:

1. Determinar el perfil sociodemográfico de los periodistas digitales en Caracas
2. Presentar las condiciones laborales en la que desempeñan su trabajo los periodistas digitales de Caracas.
3. Conocer la preparación académica de los periodistas digitales.
4. Mostrar las destrezas y competencias que tienen los periodistas digitales de Caracas.
5. Identificar los valores que sobre el periodismo digital revelan los periodistas digitales.

1.3. Justificación

Según Montes de Oca (2006) actualmente en Venezuela existen trece instituciones universitarias que dictan la carrera de pregrado en Comunicación Social. Seis de estas universidades se encuentran ubicadas en Caracas, Distrito Capital. Asimismo, cinco de estas casas de estudios ubicadas en nuestra capital, dictan estudios de postgrado para los comunicadores sociales.

Sin embargo, sólo en la Universidad Monteávila se pueden cursar estudios de especialización en Periodismo Digital. Todo lo anterior sirve para comprender lo incipiente que resulta el tema en nuestro país, a pesar que Internet y su utilización se ha masificado a nivel mundial. Este medio tecnológico sirve para realizar cualquier consulta y en el área menos sospechada. La inmediatez y la curva de obtener más información de menos, teoría última que señala que cualquier tema por desconocido y poco publicitado que este sea, puede ser abordado a través de Internet, nos obliga a aprender a usar la herramienta de manera formal.

Es importante conocer también la forma que se estructura la identidad del periodista en el país. Para ello Cuevas G. (1998) explica:

Esa conexión, imprescindible para el desarrollo de las disciplinas y ciencias afines a la Comunicación, se realizó en el siglo XXI, por varias vías. Una muy importante, es la vinculación entre las matemáticas y la información. Justamente, a un matemático, Shannon se debe, tal como ya se ha dicho, una nueva definición de la información, como dato reductor de la incertidumbre. A partir de allí, se puede avanzar en la perspectiva de clarificar la información y su relación con la información noticiosa, es decir, entender que cada vez que se da una noticia, debe ser, a su vez, una información. Debe cumplir con los factores que la hacen noticia: lo raro, lo novedoso, la actualidad y la preeminencia entre otros aspectos y al mismo tiempo deberá ser un dato reductor de incertidumbre. No toda información es una noticia, sin embargo, toda noticia deberá contener una información.

Si entendemos éste aspecto con precisión y claridad no caeremos en esas trampas que algunos malintencionados se la pasan esgrimiendo contra los periodistas, señalando que aspiramos controlar y monopolizar, con el ejercicio del periodismo, la Libertad de Expresión. Nada más falso que ese argumento invertido. Queremos, necesitamos y auspiciamos la libertad de expresión de todos, tal cual reza nuestro artículo 66 de la Constitución Nacional, somos profesionales al servicio del país, con deberes y derechos claramente establecidos.

Lo que pedimos es la más amplia de la libertad de expresión en el marco de lo ético, lo jurídico y lo espiritual. Conociendo y sabiendo de antemano que la libertad no es absoluta, sino relativa, y que será mayor en la medida en que nosotros seamos responsables, comprometidos, veraces, auto críticos, honestos y democráticos.

Para Díaz, J. (1998) los deberes de los periodistas siguen siendo los mismos, lo que cambia es el medio pero no la esencia del trabajo: buscar datos, realizar

entrevistas, recopilar y jerarquizar la información dispersa; elaborar contenidos y elementos informativos, Investigar los hechos, documentar lo ocurrido, buscar opiniones, recoger testimonios de los actores del contexto, dar información contrastada, narrar los hechos.

Para Cuevas G. (1998):

El reto de ser cada vez más responsable al hacer uso de la libertad de expresión es uno de los aspectos fundamentales, sin desconocer que hay un nuevo ámbito para el trabajo: la región, el país, el planeta. Estas reflexiones y consideraciones son de absoluta prioridad para el profesional del periodismo.

El reto está en lograr para los usuarios de los medios, información trascendente, crecedora, estimulante de la creatividad, la solidaridad y la espiritualidad.

Otro punto importante es el relativo al mercado de trabajo para el periodista digital. Con respecto a esto puede decirse que las empresas y los medios de comunicación están viviendo cambios, hay una nueva manera de comunicar y de enviar el mensaje. En el mercado laboral en el área de la comunicación social, existe la necesidad de contar con un nuevo perfil profesional. Para que los medios logren sobrevivir se necesita de una gran capacidad de creatividad, innovación e inversión económica.

Esta nueva realidad, hará que las empresas quieran buscar reclutar un profesional que pueda afrontar el reto que significa tener a la Internet como medio de comunicación. Internet ha generado el nacimiento de nuevos profesionales actualizados y actualizadores de medios tradicionales.

El periodista digital cumple con labores de: editor (gestionar y organizar contenido); especialista en búsqueda de información a través de la red; redactar contenido, entre otras tareas. Existe un inmenso campo de trabajo, para el periodista digital en Venezuela, que apenas empieza a surgir; pero que promete mucho para este profesional.

En el caso específico de este estudio, resulta importante investigar cuál es el perfil del periodista digital en Caracas para que, en investigaciones futuras, se pueda ir ahondando en el tema y coadyuvar en el desarrollo de la especialización a todo los comunicadores sociales en nuestro país.

1.4. Viabilidad

La investigación presenta los siguientes elementos que la hacen viable desde todos los puntos de vista:

- Recursos Técnicos: La investigadora posee computadora personal, la herramienta básica e imprescindible para la investigación como lo es Internet, y todos aquellos equipos asociados: impresora, escáner, acceso a fotocopidora, entre otros.
- Materiales: Acceso a todos los materiales necesarios para ejecutar la investigación, como por ejemplo: hojas blancas, diversos materiales de escritorio, dispositivos de almacenamiento masivo (cd, pen drive).
- Humanos: Se encuentran dados por la investigadora propiamente dicha y la tutora de la investigación.
- Económicos: La investigadora puede costear los gastos económicos que se deriven de la realización de la investigación.

1.5. Motivación

Internet se ha convertido en el medio de comunicación masivo a nivel planetario más innovador y avanzado del mundo. En la era globalizada en la cual vivimos dicha tecnología puede difícilmente ser desplazada en el tiempo y en el espacio. Sin embargo, la misma exige de actualizaciones frecuentes ya que día a día van surgiendo nuevas aplicaciones en la red.

El Internet ha penetrado a todas las ciencias, humanas y no; el periodismo no escapa a ello. Últimamente se observa la proliferación de “periodistas digitales”, quienes a través de un medio tan poderoso como lo es Internet pueden penetrar a un alto número de personas, comunicando mensajes, ideas, opiniones.

Internet revolucionó al periodismo. El periodista como profesional ha experimentado una metamorfosis en su quehacer diario. El periodismo digital en Venezuela es toda una innovación y hay muy poca bibliografía para documentar el tema. Por estas razones el periodismo digital para la autora de la presente investigación representa una novedad, así como la realidad donde la misma se desenvuelve.

Con esta investigación la autora pretende conocer la forma en que el periodista digital venezolano afronta el cambio, las condiciones que tiene para asumirlo, cuál es el perfil del periodista que trabaja en los sitios Web de los medios. En conclusión, plasmar la realidad del periodista digital y dejar un aporte a las nuevas generaciones de la comunicación social.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

A continuación se presenta el marco teórico de la investigación, el cual contiene los principales elementos teóricos que sustentan la misma. Dicho marco está dividido en las siguientes partes: El Periodismo como profesión, El estudio de los perfiles profesionales en Venezuela y el Periodista Digital. Es importante destacar que estos elementos son de referencia, ya que el tema de periodismo digital no ha sido estudiado en profundidad y no existen enunciados ni modelos teóricos desarrollados. El tema de periodismo digital ha sido entendido a través de estudios y posiciones de autores que han participado en diversas actividades académicas (por ejemplo, conferencias, ponencias, congresos).

2.1 EL PERIODISMO COMO PROFESIÓN

Según Canel M. (1999), una profesión:

es el conjunto de personas que se dedican de una manera habitual y constante a una misma tarea, regida por un estatuto, y con unos objetivos más o menos comunes. Por eso, ya desde el siglo XVIII, corporaciones y gremios han tratado de desarrollar sus respectivos estatutos profesionales dentro del marco del Estado y con las garantías de la ley. (pp. 25)

La perspectiva de Canel apunta hacia la búsqueda de la respuesta de si la comunicación es una profesión. Según esta, la Constitución Española recoge una serie de criterios para identificar una actividad como profesión: formación específica, titulación, colegiación, estatuto profesional, código deontológico, norma laboral y capacidad jurídica para combatir el intrusismo. Continúa Canel afirmando que muchos juristas y sociólogos han analizado a través de estos elementos a la comunicación, llegando a la conclusión que hay comunidad profesional si:



- a) los que ella pertenecen tienen una misma preparación, entendida en términos de titulación, lo que implica existencia de escuelas y facultades.
- b) Si entre sus miembros se da un índice importante de asocianismo, es decir, la pertenencia a la comunidad profesional adopta la forma de asociaciones que defienden los intereses profesionales colectivos.
- c) Si los que a ella pertenecen leen un mismo tipo de publicaciones especializadas en las que encuentran satisfechos sus intereses profesionales.
- d) Si entre los miembros de la comunidad se han establecido criterios comunes sobre el modo de llevar a cabo el proceso de recogida, selección y tratamiento de la información. Es decir, la comunidad profesional tiene unas pautas de lo que es el buen periodismo, noticia, edición, etc. Para que realmente pueda considerar que hay profesión, estos criterios o pautas han de ser formulados y adoptados por profesionales, y no por las posiciones económicas o políticas.
- e) Si los miembros de la comunidad tienen una percepción común sobre el papel que su actividad tiene en la sociedad.

Sin embargo, Canel M. (1999) considera que la profesión periodística

sólo puede ser definida en su propio quehacer, que es siempre rápido, innovador y difícil de codificar. La celeridad de los cambios tecnológicos, por ejemplo, hace más difícil codificar la práctica en una serie de actividades y decisiones fijas, por lo que los criterios y convenciones profesionales de la comunicación no pueden tener el mismo carácter permanente y estable que tienen los criterios de otras profesiones... La identidad de la profesión periodística no queda menoscabada por una definición amplia y flexible de su naturaleza. El periodista contemporáneo tiende a definir su papel de forma rica y plural. (Canel, 1999, pp.141)

En este punto es importante citar a Humanes. (2003) quien considera que existen una serie de elementos que marcan la diferencia entre una profesión y un oficio:

- a) un saber sistemático y especializado, transmitido por una institución académica, generalmente la universidad.
- b) un alto grado de autonomía en el ejercicio de la actividad profesional.
- c) una organización propia que regula internamente la profesión, sobre todo a través de un código ético.
- d) una cultura propia interiorizada en el proceso de socialización.
- e) prestigio social y legal reconocido. (pp 104)

Esta autora realiza también un recorrido por los orígenes del periodismo profesional, remontándose a no más de un siglo de vida, cuando en Roma se asiste al desarrollo de importantes publicaciones periódicas gracias a la imprenta.

La autora sostiene que el inicio de la profesionalización del periodismo data de segunda mitad del siglo XIX, como consecuencia del desarrollo industrial y los cambios sociales que se produjeron en Occidente para este momento. Luego, el periodismo moderno nace con el crecimiento de la población urbana (la cual se trasladaba a las grandes ciudades, producto de la revolución industrial), la ampliación de la participación política y la guerra de Secesión, marcando ésta última otra fase de profesionalización: los reporteros de guerra. Considera la autora que para la década de los veinte aparecen de manera explícita los elementos que caracterizan al periodismo como profesión: mejora de las condiciones económicas, mayor seguridad en el trabajo, formación profesional más intensa y aumento del número de redactores. Todas estas transformaciones afectaron la forma de hacer la noticia, la estructura de los medios de comunicación y la forma de trabajar de los periodistas.

Para esta autora el comunicador profesional es el resultado del proceso en el cual se fueron definiendo algunas características del periodista moderno:

1. La llegada del capital y los progresos técnicos hacen que el periodismo se convierta en el medio de vida principal de las personas que lo ejercían.

2. Personas que forman organizaciones profesionales como consecuencia de la nueva relación de dependencia de los informadores respecto a los editores y creación de instituciones dedicadas a la enseñanza de las técnicas periodísticas.
3. El periodista se ubica en un contexto distinto a la del literato o intelectual, debido al reportaje objetivo.

Humanes (2003) Afirma que el desarrollo del periodismo no fue lineal ni paralelo en todos los países. En los años ochenta comienza el debate sobre el periodismo como un oficio o una profesión. Tanto en Estados Unidos como en Europa se realizan debates sobre este punto, apoyando algunos autores al periodismo como profesión, otros desvirtuando su función. En España comienza la profesionalización del periodismo en las últimas décadas del siglo XIX, tomando en cuenta el retraso con el que este país se suma a los avances ocasionados por la revolución industrial y la modernización. En este momento el periodismo español cambia su camino: de una herramienta para acceder a la política se convierte en el camino para el asociacionismo.

Humanes (2003) realiza algunas precisiones sobre la consideración o no del periodismo como profesión:

- 1) Según sus características estructurales. El periodista sería aquel que se encarga de la transmisión de información, ofrece opiniones y entretenimiento en un medio de comunicación. Éste es el tipo de definición más habitual en las asociaciones profesionales y engloba varios elementos importantes: debe ser la ocupación principal, abarca los contenidos básicos de los medios e incluye la necesaria relación contractual con una empresa.
- 2) Según las expectativas normativas o funcionales que orientan los roles sociales de los periodistas, entendido el periodismo como parte del sistema social, su función sería hacer público lo que en él sucede. Desde un punto de vista ético, estaría al servicio del bien común. En este tipo de definiciones se incluirían también aquellas de los regímenes totalitarios, que consideran al periodista como funcionario del Estado.

- 3) Aquellas que presentan al periodista como una persona con cualidades innatas para las tareas informativas. Representa la visión más romántica e idealista del periodismo. (pp. 140)

La autora sostiene que una de las causas que no ha ayudado a definir al periodismo como profesión son los conflictos de roles entre los propios periodistas, quienes no han sabido desarrollar un modelo profesional único, incluyendo criterios universales sobre el método de trabajo y los fines de la profesión. Culmina alegando que el periodismo requiere una profesionalización intensiva, que incluya un modelo de toma de decisiones racional, donde el periodista se responsabilice de sus acciones como paso previo para alcanzar la categoría de profesional.

2.2 EL ESTUDIO DE LOS PERFILES PROFESIONALES EN VENEZUELA

A continuación se exponen tres autores quienes se han dedicado a investigar los perfiles profesionales en Venezuela: Jesús María Aguirre, Acianela Montes de Oca y Eduardo Méndez Sánchez.

Montes de Oca A. (2006) aborda el tema de los profesionales de la comunicación para la salud en Venezuela. La autora sostiene que esta disciplina:

ha quedado en manos de personas de buena voluntad –y en algunos casos de especialistas en diferentes disciplinas- pero con escasas competencias, que no han logrado obtener los mejores resultados del uso de la comunicación.

Por esto, una prioridad en los actuales momentos debería ser la adecuada formación de especialistas en comunicación para la salud.(pp. 8)

La autora realizó una investigación sobre el perfil profesional de los comunicadores de la salud en Venezuela, para responder preguntas como las siguientes: ¿cuáles conocimientos son necesarios en los profesionales que deberían ejercer la labor de comunicar salud?, ¿qué competencias específicas deberá tener un comunicador para tener éxito en su objetivo de comunicar sobre salud?, ¿qué contenidos deben ofrecer las universidades y los programas de capacitación para que

los profesionales de la comunicación para la salud desarrollen estas competencias?. La autora aporta a la presente investigación elementos para entender el papel que juega un comunicador social hoy en día en Venezuela, su perfil, sus retos.

Otro aporte importante de esta autora es el perfil propiamente dicho del comunicador para la salud en Venezuela, describiendo las características generales, las funciones, los valores y las actividades del mismo. A continuación un resumen de los elementos obtenidos en la investigación de Montes de Oca (2006) aplicables al periodista digital:

Perfil del Comunicador para la salud – Características Generales:

Es un profesional con ética y valores marcados, líder de opinión en su área, con formación científica y humanística; debe mostrar respeto por las diferencias, la multiculturalidad, capacidad para educar, conocimiento de las condiciones locales, clara responsabilidad social. Desde el punto de vista comunicacional, debe tener habilidad para trabajar en equipos, comunicarse eficazmente y para comprender contextos y audiencias.

Funciones sociales del comunicador para la salud:

Informar, fundamentalmente, aunque también debe ser un mediador –articulador de procesos y códigos comunicativos, así como un educador. La información que produzca debe ser oportuna, preventiva, concientizadora, educativa, de calidad, confiable, contextualizada, analítica, plural, útil y actualizada.

Valores del comunicador para la salud:

Los valores fundamentales del comunicador para la salud son la responsabilidad social, la ética y la capacidad de trabajo en equipo.

Actividades del comunicador para la salud:

El comunicador en salud debe estar en condiciones de desarrollar habilidades complejas de comunicación, mantenerse actualizado a través de revistas biomédicas y de bases de datos, conocer y manejar fuentes de información institucional de estadísticas sanitarias (nacionales e internacionales), vincularse con sociedades

científicas nacionales e internacionales, reflexionar sobre mensajes comunicacionales, modelos y prácticas de salud.

Además, deberá diseñar y ejecutar estrategias comunicacionales para todas las audiencias necesarias, definir y producir contenidos comunicacionales (ya sean divulgativos, periodísticos, producciones audiovisuales, electrónicas o multimedia), generar bases de datos de fuentes fiables, planificar, coordinar y ejecutar actividades comunicativas en entes públicos y privados, vincularse y trabajar en equipo con profesionales de los medios de comunicación social, desarrollar prácticas de comunicación organizacional y consultorías de comunicación, formar a comunidades organizadas en materia de comunicación, actuar como mediador-articulador entre comunidades y grandes públicos y entre diversos lenguajes, códigos y sistemas de comunicación. En el ámbito más específico del periodismo en salud, deberá ser capaz de hacer reporterismo y periodismo de investigación.

Méndez E. (2006) realiza una investigación para conocer el perfil de los periodistas especializados en la fuente económica o periodistas económicos.

Entre estos elementos se destacan:

- Predominio notable del sexo femenino sobre el masculino. Destaca el peso de periodistas jóvenes, sobre todo de aquellos cuyas edades oscilan entre 25 y 35 años. Los años de experiencia en el periodismo están entre los 11 y 15 años, pero no superan los 10 años en la cobertura de la fuente económica. La minoría está constituida por los veteranos que tienen más de 15 años en el área.
- En materia educativa, los reporteros no distinguieron la universidad de la cual egresaron, pero fueron especialmente críticos al calificar la formación académica que recibieron sobre Economía y cobertura de la fuente. Recomiendan a las escuelas impartir una formación más profunda en esa área y aumentar la oferta de postgrados y especializaciones, para la mejor formación y preparación de la nueva generación de reporteros.

- La disposición de los entrevistados a estudiar un post grado fue baja; sin embargo, resultó significativa la intención a asistir a seminarios gratuitos relacionados con el periodismo especializado.
- Los periodistas entrevistados trabajan entre 8 y 10 horas diarias, y el salarios que devengan mensualmente oscila entre 1.2 millones de bolívares y 1.5 millones de bolívares. Para el momento de esa investigación la canasta básica se ubicaba en 1.76 millones de bolívares.
- Los entrevistados decidieron trabajar en Economía básicamente y en primer lugar por aspiraciones propias, y en segundo lugar, por la necesidad de comenzar a ejercer la profesión. Sin embargo, manifestaron poseer inconformidad con sus lugares de trabajo, debido a los pocos beneficios económicos que perciben.
- Los reporteros de la fuente económica no ejercen su labor de acuerdo a un único y específico modelo profesional. Dependen de las características de la información que deban publicar en un momento dado, la línea editorial del medio y los datos de la noticia.
- A pesar que estos periodistas se perciben a sí mismos como difusores de la información y servidores públicos, se observa una disposición a ser *participantes*, para que las informaciones técnicas puedan ser comprendidas por un mayor número de personas.
- Para los entrevistados, los reporteros económicos deben ser capaces de analizar e interpretar datos, redactar en forma clara y saber difundir información especializada. La mayoría se inclina a definirse como un periodista neutral: toda información que no haya sido verificada debe ser eliminada.
- Los periodistas entrevistados opinaron no ser militantes de ningún partido político; sin embargo, respetan y defienden abiertamente los principios de las libertades económicas y de información.

- Estos periodistas se consideran como movilizados sociales cuando se trata de darle espacio a los ciudadanos para que tengan la oportunidad de expresarse.

Por último, Aguirre J. (2006) explora los cambios en los medios periodísticos digitalizados: nuevas funciones y oficios, descripción de los cambios en los puestos de trabajo periodísticos y las nuevas competencias requeridas para el desempeño en los medios periodísticos digitalizados.

Aguirre J. (2006) considera que poco a poco la diferencia entre el producto impreso (prensa) y el digital ha ido desapareciendo. Así mismo considera que no existen periodistas como tales sino profesionales de la información – comunicación (info – comunicación). Numera una serie de actividades profesionalizadas en este ámbito, las cuales se presentan textualmente a continuación:

- a) Buscador de información en la red: su tarea consiste en la exploración y selección de datos pertinentes para elaborar noticias, reportes, listados de direcciones y otros productos con criterios periodísticos. Esta tarea supone ciertos conocimientos de búsqueda documentalística. De ahí que pueda ser cubierto por otros profesionales afines a la bibliotecología.
- b) Asistente de información en la red: realiza el trabajo de leer, clasificar y procesar las respuestas interactivas de los usuarios para los periodistas principales de la planta. Es una tarea que es asumida por pasantes y becarios, que están en fase de adiestramiento.
- c) Periodista de Web o ciberperiodista: redacta las noticias según los nuevos cánones y géneros del periodismo digital. Trabaja para un entorno Web y se centra en mayor grado en la relación con los usuarios /lectores que en la relación con sus fuentes, como ocurría en el periodismo tradicional. Es una mutación del reportero.
- d) Redactor digital: redacta los contenidos en formato electrónico para diarios y publicaciones digitales. Es una mutación del redactor tradicional. La diversa profundidad de los temas a tratar puede requerir niveles redaccionales distintos como en el caso de los analistas, especializados en distintas áreas (economía, política, sociedad, cultura, religión, etc.).
- e) Freelance digital: opera autónomamente desde su propia oficina o casa para atender servicios exteriorizados de las empresas periodísticas (outsourcing).

- f) Broker de información: confecciona paquetes de información ad hoc en función de los intereses del usuario (gerentes, empresarios, políticos, etc.). Obvia decir que, dada la enorme segmentación de los usuarios, los contenidos pueden requerir competencias cognitivas muy diversas.
- g) Distribuidores de información: distribuye electrónicamente boletines de información, recogiendo las noticias publicadas a primera hora en la prensa diaria. Es un trabajo de selección y difusión a la carta.
- h) Webmaster: gestiona la página Web de una empresa. Entre sus funciones están la de mantener la Web, actualizar los contenidos, renovar los link, innovar la configuración del portal. (pp.58-59).

Otro valioso aporte de Aguirre (2006) es el concerniente a los cambios ocupacionales en el campo del periodismo digital, los cuales aborda desde dos puntos de vista: cambios en la descripción ocupacional y cambios en las competencias requeridas.

En cuanto a los cambios en la descripción ocupacional el autor sostiene que estos se han realizado por tres vías:

- Por la adición de tareas surgidas por la emergencia de nuevos medios, que han sido añadidas a la descripción de las ocupaciones existentes: la utilización de Internet como herramienta de trabajo hace que los periodistas digitales aprovechen la red para el uso de gráficos digitalizados, acceso rápido a base de datos y añadir ilustraciones a las noticias, a la vez que activan el uso directo del usuario con la noticia.
- Por la fusión de la descripción de tareas, que anteriormente eran ejecutadas por grupos separados de profesionales: el periodista digital ha tenido que asumir en mayor o menor grado tareas que anteriormente eran ejecutadas por otras personas, como por ejemplo, la transcripción de textos, corrección de pruebas, consulta de fuentes externas, entre otras.
- Por la transferencia de tareas de un grupo profesional a la descripción de la ocupación de otros: Tareas como la producción, grabación y edición de sonido, editor de video, entre otras, son transferidas a la descripción de la ocupación de periodista (pp.61).

A su vez, Aguirre (2006) sostiene que los cambios en las competencias requeridas están condicionados por los siguientes factores:

- El cambio tecnológico en la producción de los noticieros y programas, que implican modificaciones en el *Know how*: las nuevas herramientas tecnológicas exigen que el profesional digital se actualice en estas. Entre las nuevas herramientas que deben ser manejados por los periodistas digitales están: programas y lenguajes específicos del nuevo entorno digital, uso sicomotriz de las computadoras en red, las posibilidades de transformación e intercambio de archivos, la adecuación a los nuevos formatos de pantalla, el manejo de las propiedades interactivas del medio, software de los computadores para edición de sonido, copiado e imagen, el formato de imagen digital 16:9, manejo de Intranet, la edición de programas de manera no lineal, las mesas de edición y difusión donde algunas operaciones son semiautomáticas.
- Los cambios en las descripciones del puesto de trabajo: debido al aumento del uso de la tecnología, el periodista digital debe solucionar los problemas de formas independiente, por esa razón se añaden características y funciones a las descripciones de puestos de trabajo.
- La emergencia de los nuevos medios y la composición de versiones diferentes de los programas: las competencias requeridas en este punto provienen principalmente de Internet y de los canales de televisión digital. Los nuevos medios exigen conocimientos específicos de su *know how*, propiedades de cada uno de los sistemas y aún de las marcas específicas de fábrica, sobre todo cuando no ha habido normalización de los formatos.

2.3. EL PERIODISTA DIGITAL

El periodismo digital exige del periodista una serie de funciones genuinas que anteriormente eran realizadas por otros profesionales o simplemente no eran necesarias. Actualmente el periodista, aparte de ejercer sus funciones propias de la profesión, debe actuar de gestor y comunicador.

En la página Periodismo Digital “Yachay Especiales (2002), el cual es un medio de comunicación originario de Perú, experiencia alternativa de las nuevas tecnologías, en el mencionado país. En un escrito preparado especialmente para dicho contexto en Internet, se presenta el perfil del periodista digital.

Cabe destacar que este artículo fue escrito sin firma de autor. Sin embargo, con respecto al periodista Quim Gil –a quien mencionan en el artículo- para el presente trabajo se investigó sobre su trayectoria y se obtuvo como información interesante que este periodista digital ha realizado estudios y análisis acerca del periodista digital. En su título ¿Qué es un periodista digital? distingue no sólo periodismo electrónico, equiparable al periodismo en línea, a diferencia del periodismo en red.

Por ello, según su visión el primero sería simplemente trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet. El verdadero periodismo digital es el periodismo en red ya que este nuevo tipo de periodismo "rompe con la comunicación lineal y unidireccional" e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (en papel, radio, televisión o trasladado a la red)

Según un artículo publicado en el sitio Web Yachay las aptitudes del periodista digital deben ser las siguientes:

- Conocer el sistema de comunicación y características de Internet.
- Conocer los distintos lenguajes: sonido, imagen, video, texto y otros recursos multimedia.

- Tener capacidad para seleccionar y procesar la información de manera que pueda ofrecerla en forma sintetizada, referenciada y contrastada. El contenido debe ser fiable y factible de convertirse en conocimiento.
- Tener criterio para seleccionar y relacionar todos los formatos de información: gráficos, enlaces, bancos de fotos, etc.
- Tener excelente redacción y ser un interlocutor para el usuario; es decir, un comunicador activo.
- Ser versátil para aprender y adaptarse a las nuevas tecnologías y los procesos de información y comunicación que se desprendan de ellas.
- Demostrar su capacidad para trabajar con otro tipo de profesionales como diseñadores, programadores o ingenieros.
- Mostrar disposición para ser corregidos por los usuarios e integrarlos como fuentes para la elaboración de contenidos.
- Manejar herramientas tecnológicas básicas como procesador de texto, editores web, ftp, funcionamiento de Internet, escaneo, tratamiento de imágenes, correo electrónico, etc.

En este mismo artículo se hace referencia a las labores periodísticas, de gestión y de comunicación que debe desempeñar diariamente el periodista digital. A continuación se mencionan cada una de ellas:

Labores periodísticas:

- a. Investigación, utilizando las fuentes tradicionales como personas y documentación, pero no sólo físicas sino también virtuales; es decir, internautas y sitios Web, para crear contenidos propios.
- b. Redacción de la información considerando la heterogeneidad de los usuarios.
- c. Presentación de la información considerando el texto, audio, imágenes, foros, etc.
- d. Utilización del hipertexto para contextualizar y relacionar las informaciones dentro del mismo sitios o enlazando con otros sitios.
- e. Actualización constante.

- f. Editoriarizar los contenidos, valorando, seleccionando, jerarquizando y opinando sobre la información.

Labores de gestión:

- a. Diseñar la interfaz donde se presentarán los contenidos, a nivel gráfico y la forma cómo se estructurarán los contenidos y cómo se interrelacionarán los textos, imágenes, audio, entre otros.
- b. Diseñar las formas de almacenamiento de la información y acceso a los archivos.
- c. Trabajar “hombro a hombro” con documentalistas, diseñadores, programadores, administradores de sistemas, área comercial, etc.

Labores de comunicación:

- a. Diseñar y administrar la interactividad, creando espacios para la participación de los usuarios.
- b. Interactuar con los usuarios brindando mayor información sobre algún tema, resolviendo consultas y creando redes de fuentes de información virtuales y confiables, con otras personas y organizaciones.

En abril del año 2004 se realizó una investigación promovida por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), el Grupo Diarios de América (GDA) y la Fundación para el Nuevo Periodismo Hispanoamericano, dirigida por Gabriel García Márquez. El objetivo de la investigación fue explorar la realidad del periodismo digital en Latinoamérica.

A continuación se muestra un resumen de los resultados de este estudio:

- La edad de los periodistas entrevistados oscila entre los 20 y 30 años.
- El ingreso de estos periodistas es menor a los periodistas que trabajan con las ediciones en papel y son vistos por estos últimos como profesionales de menor nivel.
- El trabajo de los periodistas digitales se concentra en la edición y redacción, muy poco realizan notas en los lugares donde ocurre la noticia.

- La mayoría de las empresas que los emplean aseguran que los ingresos que generan sus páginas online no les alcanzan para mantener su operación, por lo que se han planteado en algún momento cobrar por sus contenidos.
- EL 68% de los periódicos digitales son manejados por ocho o menos periodistas, lo que representaría, en la mayoría de los casos, entre el 5 y el 10 por ciento de la redacción total.
- Sólo el 10% de las páginas Web de periódicos latinoamericanos dice actualizar sus noticias 24 horas al día y el 61% lo hace entre 15 y 20 horas. Durante el fin de semana sólo el 5% actualiza las 24 horas, mientras que el 67% lo hace, pero en menos cantidad de horas y el 9% afirma que no renueva sus noticias. Por su parte, el 78% actualiza su sitio cuantas veces sea necesario.
- Con respecto a la formación académica de los periodistas digitales, más de la mitad (53%) no tiene formación académica en periodismo digital. Del 47% restante, el 17% obtuvo capacitación fuera de su país, mientras que el 30% lo hizo en su país de origen.
- El 70 por ciento de los responsables de este tipo de diarios cree que su mayor necesidad en términos de capacitación es la creación de productos multimedia; la segunda, cómo escribir para Internet.
- La mayoría de los periodistas digitales cree que su principal actividad es la edición y redacción de textos y no el desarrollo de productos multimedia. El 91% dice que edita de alguna forma los cables internacionales y el 78% dice no reescribir los textos de su edición impresa.

En este punto es importante destacar el estudio realizado por Pérez, Répole. y .Martínez G. (1986) donde estudian la autoimagen que tienen los periodistas en Venezuela, arrojando como resultados que en los encuestados se detecta baja autoestima con respecto a otras profesiones (consideran que la profesión de periodista es de menor prestigio que otras profesiones), se autodefinen como “servidores públicos”, consideran que son presionados en el ejercicio profesionalmente y piensan

que el público no les otorga la confianza que deberían. La mayoría de estos periodistas desean especializarse en economía, cultura, política, deportes, gerencia, internacional, científica, policial y judicial, y por último, nuevas tecnologías.

Con respecto al periodista digital venezolano, Nuñez. (2006) describe a este profesional y a la realidad del periodismo digital en Venezuela de la siguiente forma:

- Se hace más comunicación digital que periodismo digital. Las competencias de trabajo son pragmáticas, no formales, centradas en tecnología y no en los cambios que vive la Comunicación Social. Sólo entre 5 y 10% de los periodistas digitales están académicamente formados en esta especialidad. El periodista sale al mercado con algunas competencias en tecnología pero no en formas de pensar las tecnologías. Éste es un gran aporte de los medios: han creado marcos mentales paradigmáticos, para dejar claro que el periodismo digital –y cada vez más- requiere una preparación cultural y técnicas propias.

Hay un intenso ejercicio periodístico pero no periodistas. Existen una cantidad de medios independientes, pequeños, no tradicionales, segmentados o aficionados que llaman la atención de las audiencias. Esto ha abierto la puerta a miles de personas sin preparación periodística que comunica, transmiten datos, generan opinión, moderan grupos, gerencian medios. En fin, hacen periodismo por cuenta y riesgo propios (pp 28).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y estrategia de investigación

La presente investigación es de corte exploratoria, ya que se pretende examinar un tema poco estudiado, como lo es la identificación del perfil del periodista digital que labora en los siguientes medios de comunicación en su versión digital: Globovisión, Meridiano, El Nacional, El Universal, Circuito FM Center, Unión Radio, Diario 2001, YVKE, RNV, Venevisión y Últimas Noticias. Hernández Sampieri, Fernández-Collado C., Baptista P., (2006) definen los estudios exploratorios como:

...El Objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

Debido a la poca bibliografía existente actualmente sobre el tema, y específicamente sobre el periodista digital en Venezuela, se considera que esta investigación es de carácter exploratorio.

Para el logro de los objetivos de la investigación se diseñó como estrategia de exploración un instrumento de recolección de datos, el cual fue sometido a la evaluación de los expertos en el tema de periodismo digital en Venezuela. Luego de validar dicho instrumento, se procedió a la aplicación del mismo al universo de periodistas digitales. Las encuestas se aplicaron en los respectivos lugares de trabajo de cada periodista seleccionado. Por último, las respuestas obtenidas fueron sistematizadas en una base de datos, para su respectivo procesamiento y posterior presentación de los resultados obtenidos.

3.2 Características de la Población

Hernández Sampieri Hernández S., Fernández-Collado C., Baptista P. (2006) definen como población al conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.

La presente investigación lleva por título “El Perfil Profesional del Periodista Digital en Caracas”, cuya población está representada por los profesionales de la comunicación social que se desempeñan como periodistas digitales (en total 22), en diversos medios de comunicación de Caracas.

Es importante hacer mención que en un principio, el objetivo era abordar a estos noventa y un periodistas digitales. Sin embargo, se presentaron una serie de obstáculos para el abordaje de los mismos y la consecuente aplicación del instrumento, los cuales giraron en torno a que en el primer contacto con los medios de comunicación se obtuvo una población total de noventa y uno (91) periodistas digitales. Dicho contacto fue vía telefónica. En la primera visita personal, este número descendió a cuarenta periodistas digitales (40) y en la segunda visita a veintiocho periodistas. Actualmente la población total quedó en (22). La causa de la disminución de la población se atribuye a lo difícil que resulta el contacto con los periodistas digitales en sus respectivos lugares de trabajo. Los medios de comunicación del Estado, son prácticamente inaccesibles y los medios privados no consideran importante una investigación de esta índole. Adicionalmente, el factor tiempo juega un papel determinante: los periodistas digitales no tienen tiempo para atender este tipo de asuntos.

Se pretendió abordar la población completa de periodistas que trabajan en medios digitales que forman parte de grupos empresariales que tienen medios tradicionales. La población quedó establecida en 91 periodistas repartidos de la siguiente manera

DISTRIBUCIÓN DE PERIODISTAS DIGITALES POR MEDIOS

NOMBRE DEL MEDIO	PERIODISTAS DIGITALES (No.)	TIPOS DE MEDIOS
Globovisión	6	Privado
Meridiano	9	Privado
El Nacional	12	Privado
El Universal	15	Privado
Circuito FM Center	2	Privado
Unión Radio	7	Privado
Diario 2001	10	Privado
YVKE	3	Oficial
RNV	5	Oficial
Venevisión	6	Privado
Última Noticias	16	Privado
TOTAL DE PERIODISTAS DIGITALES	91	

Fuente: Elaboración propia

La encuesta fue distribuida en físico y a través de correo electrónico a los 91 periodistas entre el (enero 2009). Se esperaron respuestas hasta (marzo 2009). Al final se consiguieron 22 respuestas de periodistas, que están distribuidos, según los medios, de la siguiente manera

MEDIO	NÚMERO DE PERIODISTAS	TIPOS DE MEDIOS
FM Center	1	Privado
2001	2	Privado
Meridiano	3	Privado
Últimas Noticias	4	Privado
El Nacional	3	Privado
Globovisión	3	Privado
Telesur	6	Oficial
TOTAL DE PERIODISTAS	22	

Fuente: elaboración propia

3.3 Técnicas para la recolección de la información

La principal técnica de recolección de información utilizada es la encuesta. Es habitual esta técnica porque a través del diseño de una encuesta, y del conjunto de

preguntas que la estructuran, se pueden obtener datos para alcanzar los objetivos de la investigación.

3.4 Instrumentos para la recolección de la información

A continuación se presenta el instrumento definitivo el cual fue aplicado a los periodistas digitales de la investigación:

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
ESPECIALIZACIÓN PERIODISMO DIGITAL
PROGRAMA: PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTAS DIGITAL

Encuesta número: ____

La Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información está realizando un estudio sobre el perfil profesional del periodista digital en 15 medios de comunicación (versión digital) de la capital para conocer las ocupaciones y valores que sustentan la actuación profesional.

Los datos de este cuestionario tienen carácter confidencial y serán solamente utilizados en análisis estadísticos con estrictos fines académicos. Por favor, no se identifique.

PRIMERA PARTE: Datos personales y laborales

1. Sexo:

Masculino__ Femenino____

2. Edad:

Menos de 25__ Entre 25 y 35 ____ Entre 36 y 45__ Más de 45 ____

3. Estudió Comunicación Social

Si____ No____

Especifique_____

Si contestó negativamente, pase a la pregunta N ° 6.

4. En cuál institución cursó estudios de Comunicación Social:

UCV__ UCAB__ LUZ__ UNICA__ ULA__ INSTIT. UNIV____

UMA__ USM _____ UAM_____ UBA _____ USTR____ Otra_____

5. En cuál mención obtuvo la licenciatura en Comunicación Social:

Audiovisual__ Periodismo impreso____ Publicidad__ Relaciones Públicas____

Corporativa__ Integral ____ Desarrollo Social____ Otra_____

6. ¿Ha realizado estudios de postgrado en Periodismo Digital? En caso afirmativo, especifique:

Especialización___ Maestría___ Doctorado___ Otros Estudios de Postgrados_____

7. ¿Cómo calificaría la preparación académica sobre el uso y utilidad de los medios digitales que recibió en sus estudios de pregrado o postgrado?

Excelente___ Muy buena___ Buena___ Insuficiente___ Mediocre___

¿Por qué?_____

8. ¿Qué materia específica de pregrado le aportó competencia en el área digital?

9. ¿Ha asistido a cursos o seminarios alusivos al tema de periodismo digital o herramientas para trabajar en medios digitales?

Sí___ No___

¿En qué institución/es?

¿Nombre del curso?

¿País dónde realizo el curso?

10. ¿Cuántos años de experiencia tiene en periodismo:

Hasta 5 años___ De 6 a 10___ De 11 a 15___ Más de 15___

11. ¿Cuántos años de experiencia tiene en medios digitales?

Hasta 5 años___ De 6 a 10___ De 11 a 15___

12. ¿Cuál fue el motivo por el que llegó a trabajar en un medio digital?

Aspiraciones propias___ Por necesidad de aceptar el trabajo___

Para ingresar en la empresa___ Porque dominaba la materia___

Otras_____

13. ¿Cómo es su contrato con el medio para el que trabaja?

a. Nómina fija_____

b. Contrato temporal_____

c. Destajo para la empresa_____

14. ¿Es usted miembro del Colegio Nacional de Periodistas (CNP)?

Si _____ No _____

15. ¿Es usted miembro del Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Prensa (SNTTP)?

Si _____ No _____

16. ¿Qué fuente cubre específicamente?

a. Deporte _____

b. Farándula _____

c. Nacionales _____

d. Internacionales _____

e. Política _____

f. Economía _____

g. Salud _____

h. Todas _____

i. Otra _____

SEGUNDA PARTE: Características ocupacionales

17. ¿Con qué tipo de beneficios laborales cuenta? Marque con una X todas las opciones que se ajusten a su situación

a. Sueldo _____

b. Seguro HCM _____

c. Prima Profesional _____

d. Préstamo para adquirir vivienda _____

e. Préstamo para adquirir vehículos _____

f. Caja de ahorro _____

g. Oportunidades de estudios _____

h. Servicio de Guardería _____

i. Becas para hijos _____

j. Otra. Especifique: _____

k. No cuento con beneficios laborales _____

18. ¿Cómo definiría el periodismo digital?

19. ¿Qué otros términos utilizaría para referirse al periodista digital?

20. ¿Se considera usted un periodista digital?

Si _____ No _____

Especifique _____

21 ¿Cómo describe su profesión?

22. Jerarquice la utilidad de los recursos digitales para desarrollar la labor periodística, siendo el 1 el recurso más útil y el menos útil el 3

a. Hipertexto

b. Video y audio en tiempo real

c. Infografías animadas

Otro. _____ Especifique _____

23. ¿Cuál es el cambio más importante que a su juicio ha introducido el medio digital en las rutinas periodísticas?

Rapidez _____ Enriquecimiento de fuentes _____ Calidad informativa _____

Interactividad _____ Otros _____

24. Usted como profesional del periodismo se siente amenazado por la tecnología (Manejadores de contenido), y por el uso que le da la audiencia a ésta

Si _____ No _____

Especifique _____

25 ¿Cuál de las siguientes actividades realiza usted dentro del medio digital?

a. Buscar información en la red (selecciona datos pertinentes para elaborar noticias, reportes, listados de dirección y otros productos con criterio periodístico)

b. Asistente de información (lee, clasifica y procesa las respuestas interactivas de los usuarios) _____

c. Periodista de Web o ciberperiodista (redacta las noticias según los nuevos cánones y géneros del periodismo digital) _____

d. Redactor digital (redacta contenidos en forma electrónica para diarios y publicaciones digitales) _____

e. Freelance digital (trabaja desde la casa ofreciendo servicio externo a diferentes empresas periodísticas) _____

f. Otro _____

Combina varios roles _____ Especifique _____

26. ¿Qué herramientas de producción online utiliza habitualmente?

(Marque todas las opciones que considere necesarias)

a. AdobePhotoshop _____

b. Dreamweaver _____

c. Flash _____

d. Illustrator _____

e. Software de edición de sonido _____

F. Formatos de imagen digital 16:9 _____

g. Manejo de intranet _____
e. Otros _____

27. ¿Cómo aprendió a usar estas herramientas?

A través de cursos _____

Lo aprendió en el medio en el que trabaja de sus compañeros de forma autodidacta

Otro _____ Especifique _____

28. Enumere en orden de importancia las capacidades mentales requeridas en su puesto de trabajo: (1 la más importante, 5 la menos importante)

a. Olfato informativo

b. Rapidez selectiva

c. Capacidad discriminante de fuentes?

¿Qué otra capacidad agregaría a esta lista?

29. ¿Cuáles medios digitales considera una referencia en el área y por qué?

30. ¿Estima que en su medio están dadas las condiciones y se cuenta con las herramientas para el desarrollo de un periodismo digital de calidad?

31. ¿Considera viable la propuesta de algunos medios de unir sus redacciones, la que se encarga de la edición en papel y la del área digital, basado en que todos pueden desarrollar las mismas competencias?

32.-Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones, siendo 1 que está totalmente de acuerdo, 2 de acuerdo, 3 no se posiciona al respecto, 4 en desacuerdo y 5 totalmente en desacuerdo

	1	2	3	4	5
Afirmación					
a. Cualquier persona puede ser un periodista digital					
b. En el periodismo tradicional la actualidad manda, pero en el periodismo digital domina					

c. El hipertexto es el aporte más útil que ha hecho Internet al ejercicio del periodista					
d. Lo que distingue al periodista digital de sus colegas en otros medios son: los métodos y las técnicas; porque los objetivos continúan siendo los mismos: información veraz, oportuna y honesta al servicio de la sociedad					
e. Ejercer el periodismo es mucho más fácil con Internet como fuente de información					

TERCERA PARTE: Valoración de las metas organizativas

33.-Indique su acuerdo con las siguientes preguntas

	Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Nunca
Preguntas				
a.-¿Siente que su trabajo es valorado por sus jefes?				
b.-¿Siente que su trabajo es apreciado por sus compañeros de la versión tradicional?				
c.-¿Cree que su preparación académica es suficiente para afrontar internet como nuevo medio de comunicación?				
d-Cree que su labor dentro del medio están siendo justamente remuneradas				
e-Se reúne habitualmente con otros periodistas que trabajen en medios digitales				

CUARTA PARTE: Ocupación y autonomía

34¿Cuántas horas trabaja al día?

Menos de 8 horas _____

8 horas _____

Entre 8 y 10 horas _____

Más de 10 horas _____

35. Nivel de ingresos mensuales

- a. Menos de 720 bolívares Fuertes _____
- b. Entre 720 y 1200 _____
- c. Entre 1200 y 1400 _____
- d. Entre 1400 y 1800 _____
- e. Más de 2000 _____

SEXTA PARTE: Capacidades deseables o recomendaciones

36. Enumere, en orden de importancia, las condiciones que deben existir para realizar un periodismo digital de calidad (1 la más importante, 4 la menos importante):

a. Impartir una formación digital más profunda en las facultades de Comunicación Social: _____

b. Aumentar la oferta de postgrados y especializaciones en el área de periodismo digital: _____

c. Asistir a los seminarios y congresos especializados en periodismo digital:

d. Asistir a los cursos organizados por las instituciones privadas que se preocupan por formar periodistas en el campo de los medios digitales: _____

Otra _____ Especifique

37. En caso de que lo conozca, mencione un instituto que, por su prestigio y reconocimiento en la formación de periodistas digital, deba ser utilizado como ejemplo al momento de fundar uno similar en Venezuela:

El objetivo del instrumento aplicado fue identificar las principales características del periodista digital de Caracas: edad, sexo, institución donde estudió, experiencia laboral, opinión sobre el periodismo digital, entre otras. Estas características definen el perfil profesional del periodista digital.

Para elaborar la encuesta de la investigación se utilizó como formato base la encuesta de Méndez E. (2006), quien realizó una investigación para conocer el perfil de los periodistas especializados en la fuente económica o periodistas económicos. La encuesta de la presente investigación fue validada por Jesús María Aguirre y Miladys Rojano, utilizando el instrumento para la validez de contenido a través del juicio de expertos, diseñado por Mylvia Fuentes Aldana (2003). Dicho instrumento mide elementos presentes en las diferentes preguntas o ítems de la encuesta: congruencia, claridad, manejo de la tendenciosidad y dominio del contenido. Una vez que los

expertos antes mencionados realizaron la evaluación de la encuesta de la investigación, se procedió a ajustarla y aplicarla a los veintidós periodistas digitales. (Ver en el Anexo 1 las validaciones de los expertos).

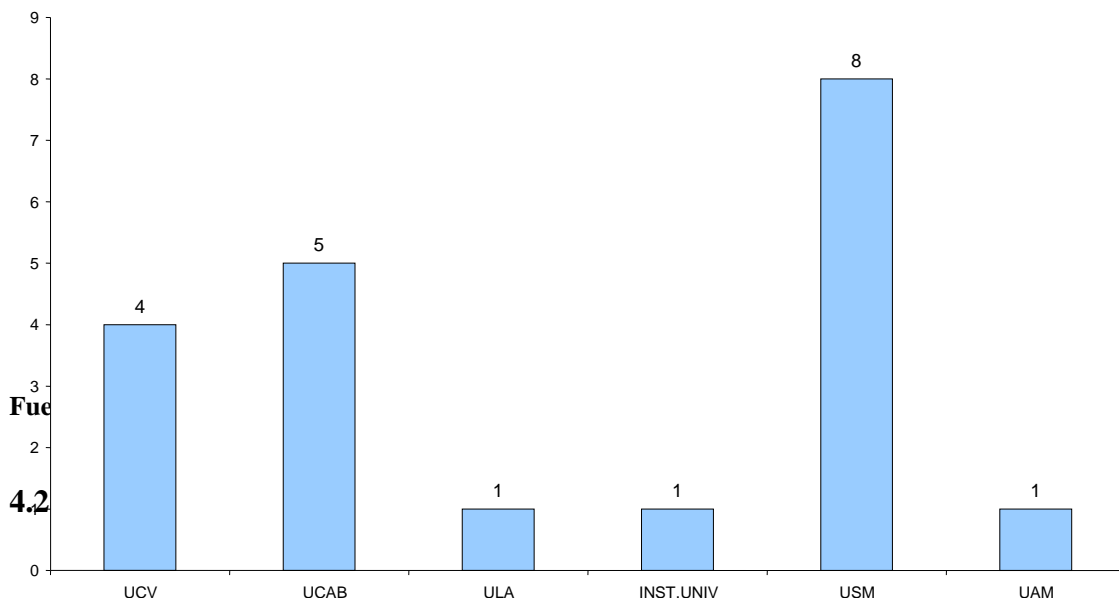
CAPÍTULO IV PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados arrojados en la aplicación de los instrumentos dirigidos a conocer el perfil profesional del periodista digital en Caracas. (Ver en el anexo 2 las respuestas a la encuesta).

4.1 Características generales de los periodistas:

La mayoría son de sexo femenino (14 personas), con edades comprendidas entre 25 y 35 años de edad. Veintiun personas poseen estudios en comunicación social, egresados en primer lugar de la Universidad Santa María (USM), en segundo lugar de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y en tercer lugar de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Las principales menciones escogidas por estos periodistas fueron Periodismo Impreso (10 personas) y Audiovisual (6 personas). Sólo tres periodistas poseen post grado en periodismo digital, específicamente especialización.

INSTITUCIÓN DONDE ESTUDIÓ



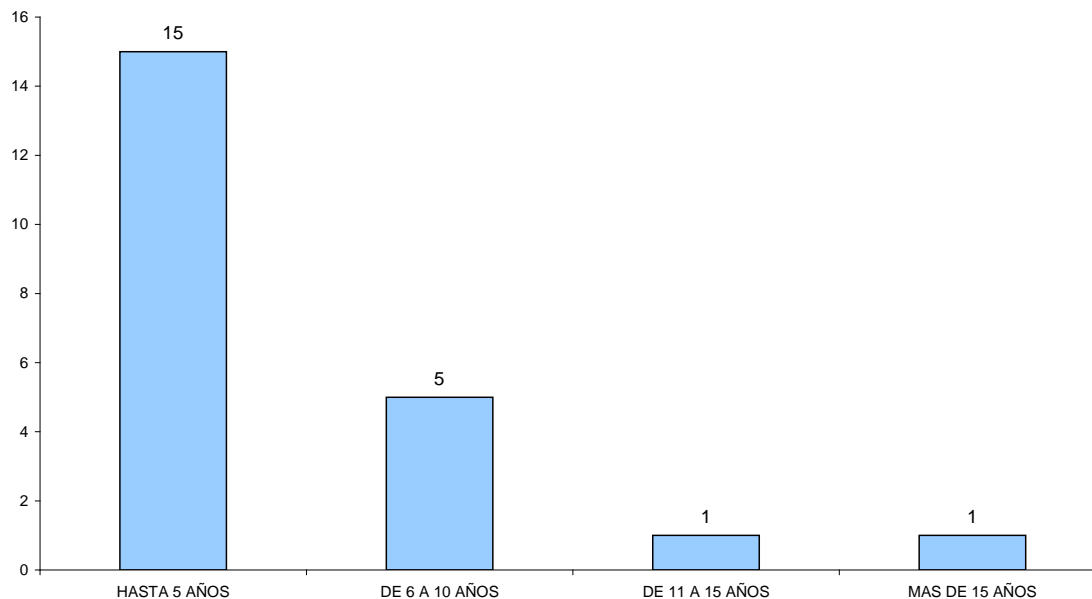
La preparación académica en periodismo digital de los periodistas encuestados fue evaluada por la mayoría entre buena e insuficiente. Los que consideran la preparación académica como buena es porque los ha ayudado a prepararse laboralmente y les ha suministrado herramientas. Aquellos que opinan que la preparación académica fue insuficiente, la califican así porque en el pensum de estudio no contemplaron materias sobre el periodismo digital; es decir, las materias que se referían a dicho tema fueron muy pocas. Entre las materias de pre grado con más referencia al periodismo digital, se destacan: informática, computación, edición y estilo, diseño y desarrollo de contenido Web, multimedia, edición digital y musicalización, diagramación y técnicas básicas.

De los encuestados sólo ocho personas contestaron haber asistido a cursos o seminarios sobre periodismo digital. Las instituciones donde han realizado los cursos o seminarios sobre periodismo digital son: Studio Creativo, UCAB y UNIMET. Las catorce personas restantes no han realizado cursos ni seminarios en esta área.

4.3 Experiencia en el área y Condiciones Laborales:

De los periodistas encuestados, quince contestaron tener hasta cinco años de experiencia en el periodismo; cinco afirmaron tener entre seis y diez años de experiencia en el mismo; sólo una tiene entre once y quince años y uno tiene más de quince años de experiencia. Con respecto a la experiencia en medios digitales específicamente, diecinueve de los encuestados manifestaron poseer hasta cinco años de experiencia en los mismos, lo cual representa la mayoría. Dos personas manifestaron tener entre seis y diez años de experiencia y sólo una persona posee más de quince años de experiencia en periodismo digital o medios digitales. Esto puede deberse a la novedad de esta modalidad de periodismo.

AÑOS DE EXPERIENCIA



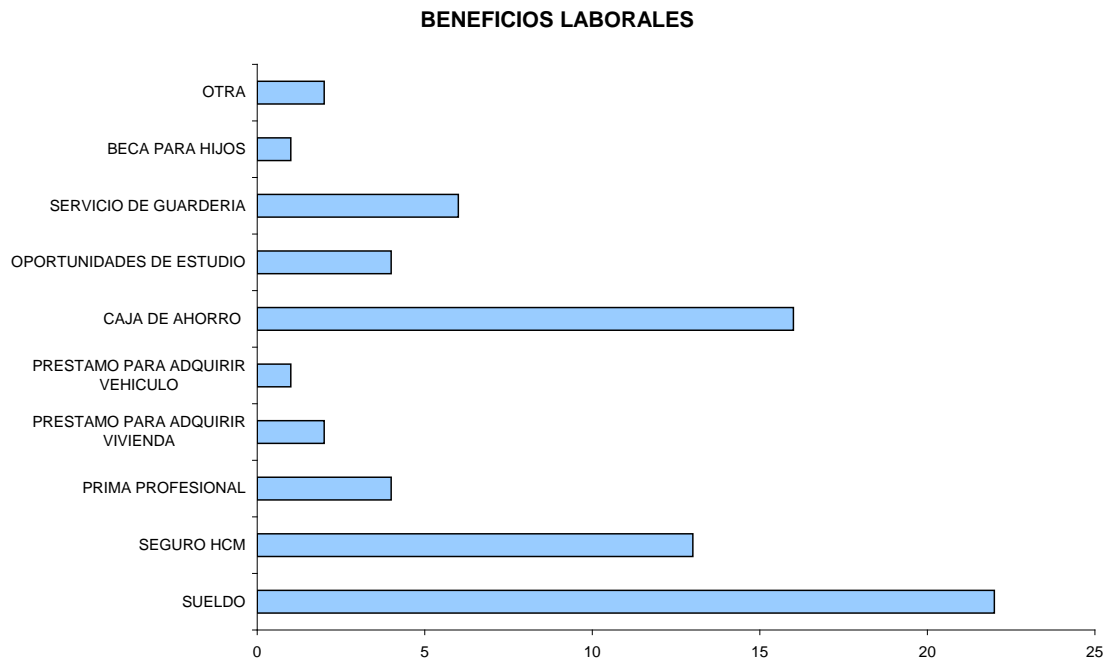
Fuente: Perfil profesional del periodista digital en Venezuela. Caracas, Año 2009.

Las personas que se dedicaron a los medios digitales lo hicieron por: aspiraciones propias (8 personas), ingreso a la empresa (4 personas), necesidad de un empleo (2 personas), dominio de la materia (2 personas). Las personas restantes lo hicieron por otras razones, las cuales no especificaron. La mayoría de los encuestados (15 personas) pertenecen a la nómina fija de la empresa; las siete personas restantes poseen un contrato temporal. Los periodistas en su mayoría no son miembros del Colegio Nacional de Periodistas ni del Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Prensa.

La mayoría de los periodistas manifestaron cubrir todas las fuentes de información en su sitio de trabajo, las cuales incluyen: deporte, farándula, nacionales, internacionales, política, economía y salud.

Con respecto a los beneficios laborales que poseen los periodistas en su sitio de trabajo se encuentran (por orden descendente): sueldo, caja de ahorro, seguro HCM, servicio de guardería, prima profesional, préstamo para adquirir vivienda, préstamos para adquirir vehículo, becas para hijos. El ingreso mensual de la mayoría de los

periodistas encuestados (siete periodistas) se encuentra en la categoría de más de Bs. F. 2.000.00. Las otras categorías donde se ubicaron los periodistas fueron entre Bs. F. 720.00 y 1.200.00, y entre Bs. F. 1.200.00 y 1.800.00. En cada una de estas categorías se ubicaron cinco periodistas.



Fuente: Perfil profesional del periodista digital en Venezuela. Caracas, Año 2009.

Por último, los periodistas encuestados en su mayoría manifestaron laborar diariamente 8 horas (10 personas) y entre 8 y 10 horas (7 personas). Las personas restantes laboran menos de 8 horas (4 personas) y más de 10 horas (1 persona).

4.4 Percepción de la profesión de periodista digital:

Los periodistas encuestados definen el periodismo digital con una serie de adjetivos, de los cuales los más importantes son: herramienta de comunicación, innovadora, dinámica, periodismo del futuro, interactivo, ágil, inmediato, masivo, rápido, tecnología, creativo. Es importante destacar que la mitad de los encuestados se consideran periodistas digitales y la otra mitad no se considera como tal. Los que

no se consideran periodistas digitales es porque piensan que son periodistas integrales, y el medio digital es una herramienta más del periodismo en general.

Para los periodistas entrevistados los recursos digitales más útiles según el orden de importancia son: hipertexto, video y audio en tiempo real y las infografías animadas.

Entre los cambios más importantes que ha introducido el medio digital en las rutinas periodistas están: la rapidez, la interactividad, el enriquecimiento de las fuentes y la calidad informativa. En su totalidad los periodistas encuestados no se sienten amenazados por la tecnología ni por el uso que la audiencia hace de ésta.

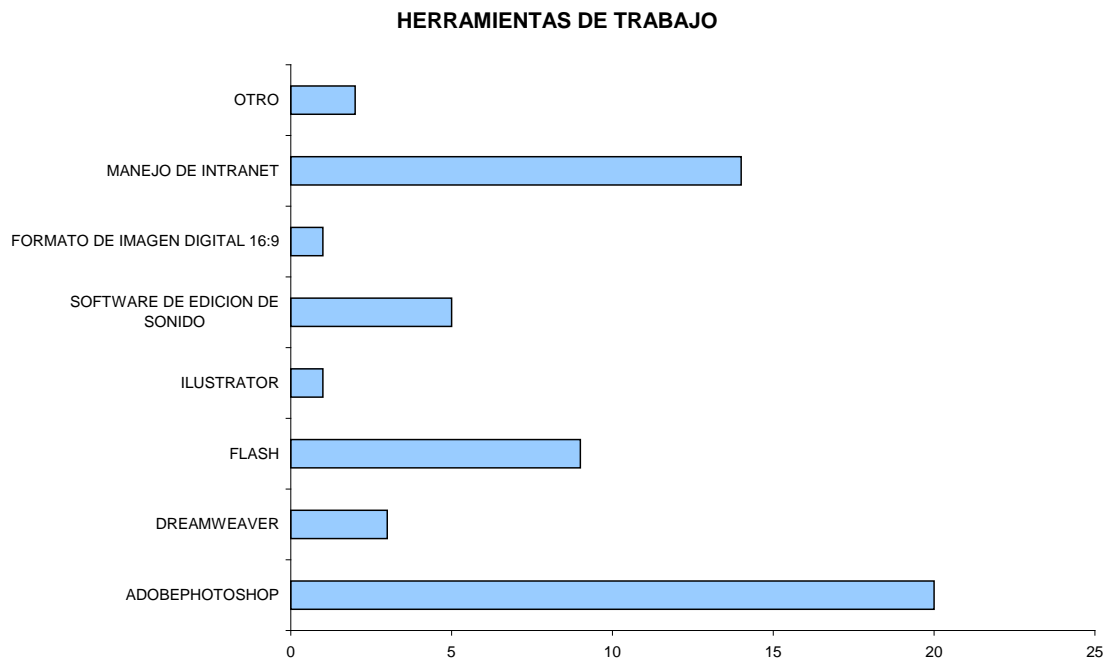
En general, los periodistas sienten que frecuentemente su labor es valorada por el jefe; algunas veces el trabajo es apreciado por los compañeros de trabajo; algunas veces y nunca fue la respuesta a la pregunta si la labor es justamente remunerada; algunas veces los encuestados se reúnen con otros periodistas que trabajan en medios digitales.

En su totalidad, los periodistas encuestados no se sienten amenazados por la tecnología ni por el uso que la audiencia hace de ésta, así como también sienten que frecuentemente su labor es valorada por el jefe; algunas veces el trabajo es apreciado por los compañeros de trabajo; algunas veces o nunca la labor es justamente remunerada, así como también algunas veces, los encuestados se reúnen con otros periodistas que trabajan en medios digitales.

4.5 Labor del periodista digital:

El periodista digital realiza diversas actividades en el medio donde se desenvuelve. La principal actividad que realiza un periodista digital según los datos arrojados por la encuesta aplicada es buscar información en la red, lo cual contempla la selección de datos pertinentes para elaborar noticias, reportes, listados de dirección, y otros productos con criterio periodístico. En segundo lugar se encuentra la actividad propiamente dicha del periodista Web o ciberperiodista: redactar la noticia según los nuevos cánones y géneros del periodismo digital. En tercer y cuarto lugar se

encuentran las actividades de redactor digital y asistente de información respectivamente. La principal herramienta utilizada para realizar estas actividades es el programa AdobePhotoshop. Veintiún periodistas respondieron utilizar dicho programa. Otras herramientas utilizadas son la Intranet, Flash, Software de edición de sonido y Dreamweaver. En su mayoría, los periodistas fueron autodidactas al momento de aprender a utilizar estas herramientas; es decir, no poseen capacitación formal en el uso de las mismas.



Fuente: Perfil profesional del periodista digital en Venezuela. Caracas, Año 2009.

Los periodistas encuestados consideran que las capacidades mentales más importantes para desenvolverse en su puesto de trabajo son olfato informativo, rapidez selectiva y capacidad discriminante de fuentes. Otras capacidades importantes mencionadas por los periodistas son la lógica, el sentido común, la paciencia, redacción rápida, capacidad de hacer varias cosas a la vez, conocimiento de la audiencia, creatividad visual, capacidad de análisis.

Es importante destacar que la mayoría de los encuestados consideran que en sus lugares de trabajo no existen todavía las condiciones suficientes para realizar un

periodismo digital de calidad, ya que piensan que existe carencia de recursos económicos, humanos y tecnológicos, principalmente. Para poder realizar un periodismo digital de calidad se debe, básicamente, impartir una formación digital más profunda en las facultades de Comunicación Social y aumentar la oferta de post grados y especializaciones en el área de periodismo digital. Adicionalmente, el periodista debe asistir a seminarios y congresos especializados en periodismo digital para fortalecer la capacitación formal e institucional recibida.

La encuesta aplicada arrojó datos sobre los medios digitales considerados como referencia, entre los cuales figuran ESPN, El Universal, BBC Mundo, The New York Time, EFE, AFP, El País.es, entre otras. Consideran estos medios como referencia debido a la rapidez con la cual obtienen la información, la confiabilidad, adaptación a los nuevos tiempos, por la inmediatez con la cual alimentan la información, estructura completa, calidad y tratamiento del contenido.

A continuación se muestra un cuadro con las respuestas de los periodistas a una serie de afirmaciones con respecto a la profesión propiamente dicha:

AFIRMACIÓN	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	No se posiciona al respecto	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	TOTAL
Cualquier persona puede ser un periodista digital	1	6	3	10	2	22
En el periodismo tradicional la actualidad manda, pero en el periodismo digital domina	6	10	5	1	0	22
El hipertexto es el aporte más útil que ha hecho Internet al ejercicio del periodista	3	11	8	0	0	22
Lo que distingue al periodista digital de sus colegas en otros medios son: los métodos y las técnicas; porque los objetivos continúan siendo los mismos: información veraz, oportuna y honesta al servicio de la sociedad	12	5	4	1	0	22
Ejercer el periodismo es mucho más fácil con Internet como fuente de información	7	8	5	1	1	22

Fuente: elaboración propia

Tomando en consideración las cifras anteriormente expuestas se tiene que la mayoría de los consultados (10 de un total de 22 respectivamente) están en desacuerdo con que cualquier persona puede ser un periodista digital ya que deben cumplir con ciertos requisitos y formalidades para plasmar una noticia.

Igual número de consultados consideran que en el periodismo digital domina la actualidad, es decir, la noticia evoluciona constantemente, no es estática, como pudiera considerarse en los medios impresos ya que la noticia cambia constantemente.

Según la mitad de los consultados el hipertexto es el aporte más útil que ha hecho Internet al ejercicio del periodista ya que permite el enlace de contenidos y las relaciones entre una información y otra. Además permite enriquecer la fuente.

Para más de la mitad de los consultados, distingue al periodista digital de otros medios solo los métodos y las técnicas puesto que la obligación profesional sigue siendo la información veraz, la investigación y el contraste de noticias.

Ejercer el periodismo es mucho más fácil con Internet como fuente de información, para 8 periodistas de un total de 22 consultados, sin embargo hay que señalar que a través de Internet igualmente se debe realizar el chequeo de la fuente. Internet es un medio que acerca a la noticia, mas sin embargo, depende del periodista el monitoreo constante, contraste y confirmación de la noticia que publicara.

CONCLUSIONES

El desarrollo de la investigación permitió dilucidar diversos aspectos en torno al ejercicio del periodismo a través de Internet como medio. El periodista digital es un profesional de la Comunicación Social que debe integrar en una sola herramienta recursos como: audiovisuales, texto, imagen y sonido. Y esta situación no debe ir en detrimento de la calidad de información que se ofrece al cibernauta.

El periodista digital es un profesional integral, multidisciplinario y en constante evolución, puesto que el medio se lo impone. Debe tener amplio conocimiento de su labor profesional, además de dominio y destreza para desenvolverse en la realización de diversas tareas dentro del medio, que anteriormente no hacía. El periodista digital tiene la potestad de enriquecer la noticia a través de los contenidos, sino a través de otros recursos como video, sonido, diseño gráfico, entre otros.

A pesar de que pudiese considerarse que en la actualidad el ejercicio del periodista digital, es más sencillo que el ejercicio de la profesión en un medio impreso, puesto que se accede de manera directa y rápida a la fuente, es quizás mucho más complejo puesto que debe poseer destrezas y el manejo de herramientas que antes no eran indispensable en su labor. De igual manera la audiencia ahora ya no es pasiva, no se limita simplemente a leer, sino que por el contrario se involucra, accede y comenta de forma interactiva lo que permita el feedback entre el periodista y la audiencia.

Los principales estudios sobre el periodismo digital considerados en la presente investigación son aportados por periodistas como Miladys Rojano y Jesús María Aguirre, quienes son expertos en la materia y cuyos aportes sirvieron de base para la realización de la misma.

El objetivo planteado fue identificar el perfil profesional del periodista digital en Caracas, evidenciándose a través de la investigación que en su mayoría no poseen

estudios de cuarto nivel, quizás su formación llegue hasta el nivel de educación superior, la mayoría, en cuanto a periodismo digital, han sido autodidactas, su ejercicio profesional a través de la red ha sido de manera voluntaria y en oportunidades han tenido que adaptarse al medio por diferentes motivos.

La metodología a través de la cual se abordó la investigación fue por medio de un trabajo de campo, con la aplicación de una encuesta conformada por 37 preguntas cerradas y abiertas que permitieron recabar la información primordial para la identificación del perfil del periodista digital.

Es preciso señalar que la población contemplada en un principio para el suministro de la información requerida estaba constituida por un total de 91 periodistas digitales quienes conformaban la totalidad de estos profesionales en los medios de comunicación en general (prensa, radio y televisión), sin embargo, no hubo respuesta por parte de 69 periodistas del total respectivo, por diversos motivos, por recelo profesional, por el entorno laboral conflictivo del momento, por falta de tiempo para responder el instrumento, por la situación política que se vive en el país (en los medios del Estado), entre otros.

A pesar de la respuesta obtenida por parte de un limitado grupo de profesionales, se logró llevar a cabo la realización del estudio y la recolección de información necesaria para la culminación de la TEG.

En cuanto a los datos recogidos a través del instrumento se tiene que:

- La mayoría de los periodistas digitales encuestados son del sexo femenino, cuyas edades oscilan entre los 25 y 35 años de edad.
- Son egresados en su mayoría de la Universidad Santa María, específicamente de la mención periodismo impreso. No poseen estudios de post grado.
- Poseen hasta cinco años de experiencia en su área laboral.



- Son personas que no tuvieron una preparación formal en periodismo digital, aprendiendo lo que saben sobre el tema de forma auto didacta. Manifestaron cubrir todas las fuentes de información en su sitio de trabajo.
- El salario mensual de los periodistas entrevistados se ubica entre 1.200 y 2.000 Bs. F. Laboran entre 8 y 10 horas diarias.
- Las capacidades principales de un periodista digital son: olfato informativo, rapidez selectiva y capacidad discriminante de fuentes.
- Entre las actividades que realizan en su trabajo diario se encuentran las tareas propias del periodista: redacción de la noticia y asistentes de información. Dichas actividades las llevan a cabo de acuerdo a las nuevas formas y géneros del periodismo digital.
- La mayoría de los encuestados consideran que en sus lugares de trabajo no están dadas las condiciones para realizar un periodismo digital de calidad, debido a la carencia de recursos económicos, humanos y tecnológicos, principalmente.
- Los periodistas encuestados opinan que Internet, es sólo una herramienta más de comunicación, con beneficios como innovación en el ejercicio diario, interactividad e inmediatez.
- Los medios digitales considerados como referencia por los periodistas digitales encuestados son: ESPN, El Universal, BBC Mundo, The New York Time, EFE, AFP, El País.es, entre otras.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones generales de la presente investigación se encuentran las siguientes:

- Para poder realizar un periodismo digital de calidad se debe, básicamente, impartir una formación digital más profunda en las facultades de Comunicación Social y aumentar la oferta de post grados y especializaciones en el área de periodismo digital. Adicionalmente, el periodista debe asistir a seminarios y congresos especializados en periodismo digital para fortalecer la capacitación formal e institucional recibida.
- Se recomienda a los medios digitales en general, la valorización del ejercicio profesional del periodista digital, con mejores condiciones laborales, que constituyan un mayor nivel de salario y mayores beneficios. De igual manera se recomienda que en los medios se desempeñen profesionales realmente capacitados en sus funciones (si se ocupa un cargo de periodista digital, es necesario que sea este realmente una persona capacitada como periodista digital), no se trata de trabajar empíricamente sino de trabajar con una preparación académica adecuada.
- Se recomienda que las instituciones educativas que imparten especializaciones a nivel nacional relacionadas al periodismo digital, continúen con la línea de investigación referente al perfil del periodista digital, para mantener datos actualizados y mejorar constantemente el perfil profesional y sus pensum de estudios con la incorporación de materias novedosas.

REFERENCIA

- Aguirre, J.M (2006). *Nuevos perfiles y competencias en el periodismo digital*. Caracas: CIC – UCAB, (pp. 57-72).
- Canel, María José (1999). *Comunicación, Política, Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.
- Hernández Sampieri. R., Fernández-Collado C., Baptista Lucio P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Humanes, Maria Luisa (2003). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel, S.A.
- Méndez Sánchez E. (2006). El perfil profesional de los periodistas económicos. *Comunicación*, Tercer trimestre 2006 (135). 22-29.
- Montes de Oca A. (2006). El comunicador para la salud en Venezuela, aproximación a un perfil profesional. *Comunicación*, Tercer trimestre 2006 (135). 6 21.
- Nuñez, Fernando (2006). *Electrones periodísticos entre dos siglos*. Caracas: CIC – UCAB, (pp. 19-33).
- Pérez I., Répole D., y Martínez D. (1986). *Autoimagen del Periodista Venezolano: Estudio limitado a los profesionales inscritos en el C. N. P. Distrito Federal*. Trabajo de Grado, Escuela de Comunicación Social, UCV, Caracas.
- Rojano, Miladys (2006). 10 años de periodismo digital en Venezuela, 1996-2006. (Comp). Caracas: CIC – UCAB.
- *Yachay Especiales*. (2002). [Página Web en línea]. Disponible: <http://www.yachay.com.pe/especiales/periodismo/1b.htm>. (Consulta: 2008, Mayo, 18).

Anexos

Caracas, 06 de diciembre de 2008

Estimado (a):

Presente.

Me dirijo a usted en la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de experto (a), para validar un instrumento que será aplicado en el desarrollo del trabajo especial de grado “**PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTAS DIGITAL**” el cual se desarrolla como requisito para la obtención del grado de Especialista, Mención Periodismo Digital. El objetivo general de este estudio es Identificar el perfil profesional del periodista digital en Caracas.

Los objetivos de investigación de tipo específico al cual da respuesta la aplicación del cuestionario son los siguientes:

1. Determinar el perfil sociodemográfico de los periodistas digitales en Caracas
2. Presentar las condiciones laborales en la que desempeñan su trabajo los periodistas digitales de Caracas.
3. Conocer la preparación académica de los periodistas digitales.
4. Mostrar las destrezas y competencias que tienen los periodistas digitales de Caracas.
5. Identificar los valores que sobre el periodismo digital revelan los periodistas digitales.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto, se le hace entrega formal de la Escala de Valoración, la operacionalización de las variables consideradas, la Tabla de Especificaciones y un formato de registro, el cual se espera sea llenado de acuerdo a sus observaciones a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, el control de la tendenciosidad y el dominio de los contenidos de los diversos ítems del mismo.

Agradezco de antemano su receptividad, y estaremos en espera del feedback respectivo. Queda de usted,

Atentamente,



Lic. Magaly Pedroza

C.I.: 6.342.573



RIF J-30647247-9

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

A TRAVÉS DEL JUICIO DE EXPERTOS

Autora: Mylvia Fuentes Aldana

UNESR, 2003, adaptación 2007

El presente instrumento se sugiere aplicar en los casos que se desee determinar la validación de contenido de un recurso de evaluación mediante el juicio de expertos.

Instrucciones para los validadores: La evaluación requiere de la lectura exhaustiva de cada uno de los ítems propuestos a los fines de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: Congruencia, Claridad, Manejo de la Tendenciosidad y Dominio del Contenido. Para ello el evaluador deberá considerar si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones o sugerencias a las que hubiere lugar.

Juez N° : _____

Institución: _____

Años de Experiencia: _____

Fecha: _____

PROTOCOLO DE VALIDACIÓN DEL CONTENIDO DE UN INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Autora: Mylvia Fuentes Aldana

La claridad de la Redacción de las Preguntas, hace referencia a la legibilidad del discurso, determina que el reactivo presenta una redacción precisa inequívoca, el uso del vocabulario utilizado es adecuado.

La congruencia, trata de la relación estrecha de las preguntas o reactivos con el estudio y con el contenido a evaluar, presenta el reconocimiento de los conceptos involucrados, su comprensión y aplicación en situaciones problemáticas, es decir, que alude a la relación del contenido con los objetivos formulados.

El Control de la tendenciosidad, se espera que el instrumento mantenga, en lo posible, la objetividad en el planteamiento de las preguntas evitando inducir una respuesta deseada por el investigador

Dominio de los contenidos o Adecuación, este criterio no siempre es aplicable, hace referencia a la correspondencia del contenido del reactivo con el nivel de preparación o desempeño del sujeto encuestado (Fuentes Aldana, 2004: 5)



24									
25									
26									
27									
28									
29									
30									
31									
32									
TOTAL									
L									

MFA/mfa

Señale los aspectos que deben incluirse o eliminarse en los ítemes anteriores:

Caracas, 06 de diciembre de 2008

Estimado (a):

Presente.

Me dirijo a usted en la oportunidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de experto (a), para validar un instrumento que será aplicado en el desarrollo del trabajo especial de grado “**PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTAS DIGITAL**” el cual se desarrolla como requisito para la obtención del grado de Especialista, Mención Periodismo Digital. El objetivo general de este estudio es Identificar el perfil profesional del periodista digital en Caracas.

Los objetivos de investigación de tipo específico al cual da respuesta la aplicación del cuestionario son los siguientes:

1. Determinar el perfil sociodemográfico de los periodistas digitales en Caracas
2. Presentar las condiciones laborales en la que desempeñan su trabajo los periodistas digitales de Caracas.
3. Conocer la preparación académica de los periodistas digitales.
4. Mostrar las destrezas y competencias que tienen los periodistas digitales de Caracas.
5. Identificar los valores que sobre el periodismo digital revelan los periodistas digitales.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto, se le hace entrega formal de la Escala de Valoración, la operacionalización de las variables consideradas, la Tabla de Especificaciones y un formato de registro, el cual se espera sea llenado de acuerdo a sus observaciones a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, el control de la tendenciosidad y el dominio de los contenidos de los diversos ítems del mismo.

Agradezco de antemano su receptividad, y estaremos en espera del feedback respectivo. Queda de usted,

Atentamente,

Lic. Magaly Pedroza



RIF J-30647247-9

C.I.: 6.342.573

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
A TRAVÉS DEL JUICIO DE EXPERTOS**

Autora: Mylvia Fuentes Aldana

UNESR, 2003, adaptación 2007

El presente instrumento se sugiere aplicar en los casos que se desee determinar la validación de contenido de un recurso de evaluación mediante el juicio de expertos.

Instrucciones para los validadores: La evaluación requiere de la lectura exhaustiva de cada uno de los ítems propuestos a los fines de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: Congruencia, Claridad, Manejo de la Tendenciosidad y Dominio del Contenido. Para ello el evaluador deberá considerar si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones o sugerencias a las que hubiere lugar.

Juez N° : ___Jesús María Aguirre_____

Institución: ___UCAB_____

Años de Experiencia: _____33_____

Fecha: _____8-11-2008_____

PROTOCOLO DE VALIDACIÓN DEL CONTENIDO DE UN INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Autora: Mylvia Fuentes Aldana

La claridad de la Redacción de las Preguntas, hace referencia a la legibilidad del discurso, determina que el reactivo presenta una redacción precisa inequívoca, el uso del vocabulario utilizado es adecuado.

La congruencia, trata de la relación estrecha de las preguntas o reactivos con el estudio y con el contenido a evaluar, presenta el reconocimiento de los conceptos involucrados, su comprensión y aplicación en situaciones problemáticas, es decir, que alude a la relación del contenido con los objetivos formulados.

El Control de la tendenciosidad, se espera que el instrumento mantenga, en lo posible, la objetividad en el planteamiento de las preguntas evitando inducir una respuesta deseada por el investigador

Dominio de los contenidos o Adecuación, este criterio no siempre es aplicable, hace referencia a la correspondencia del contenido del reactivo con el nivel de preparación o desempeño del sujeto encuestado (Fuentes Aldana, 2004: 5)

ITEM S	Claridad		Congruencia		Control de la Tendenciosidad		Dominio de los Contenidos		Sugerencias
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	X		X		X		X		
2	X		X		X		X		
3	X		X		X		X		
4	X		X		X		X		
5	X		X		X		X		
6	X		X		X		X		
7	X		X		X		X		
8	X		X		X		X		
9	X		X		X		X		
10	X		X		X		X		
11	X		X		X		X		
12		X		X		X		X	
13		X		X		X		X	
14	X		X		X		X		
15	X		X		X		X		
16		X		X		X		X	
17	X		X		X		X		
18	X		X		X		X		
19		X		X		X		X	
20	X		X		X		X		
21		X		X		X		X	
22	X		X		X		X		
23	X		X		X		X		

24	X		X		X		X		
25	X		X		X		X		
26		X		X		X		X	
27	X		X		X		X		
28	X		X		X		X		
29	X		X		X		X		
30	X		X		X		X		
31	X		X		X		X		
32	X		X		X		X		
TOTAL	26	6	26	6	26	6	26	6	
L									

MFA/mfa

Señale los aspectos que deben incluirse o eliminarse en los ítems anteriores:

-En la pregunta 12 creo que debiera distinguir entre: a) nómina fija; b) contrato temporal; c) a destajo para la empresa.

-En la pregunta 13 debiera añadirse como alternativa el SNTP (Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Prensa), ya que es el organismo que lleva más en cuenta las contrataciones colectivas de los periodistas.

- En las preguntas 16 y 19 hay redundancia.

- En la 21 la amplitud de posibles respuestas es tan grande que cabría señalar algunas opciones: rapidez, enriquecimiento de fuentes, calidad informativa, interactividad, otros (para no perderse en la cantidad de posibilidades)

- En la 26 no se sabe qué se entiende por “agudeza informativa”: ¿olfato informativo? ¿rapidez selectiva? ¿capacidad discriminante de fuentes?...

-

MFA/mfa.julio2003, nov 2007