UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LA INFORMACIÓN EN LOS DIARIOS DIGITALES

Estudio de los recursos usados en la producción de informaciones en la prensa digital venezolana

TUTOR
RUBÉN GARCÍA NAVARRO

AUTORA
MARIOT ELISA LUNA GONZÁLEZ
CI. – 24.887.567

CIUDAD UNIVERSITARIA DE CARACAS
CARACAS, Octubre / 2007

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENZUELA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

HOJA DE CONTROL BIBLIOGRÁFICO

BIBLIOTECA GUSTAVO LEAL

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

LA INFORMACIÓN EN LOS DIARIOS DIGITALES

Estudio de los recursos usados en la producción de informaciones en la prensa digital venezolana

Autor: Mariot E. Luna G.

Trabajo Especial de Grado aprobado, en nombre de la Universidad Central de Venezuela, por el siguiente Jurado, en la ciudad de Caracas, a los 08 días del mes de noviembre de 2007.

_____
Rubén García Navarro
TUTOR

_____ _____
Atilio Romero Mario Corro

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Licenciatura en Comunicación Social

LA INFORMACIÓN EN LOS DIARIOS DIGITALES

Proyecto de Trabajo Especial de Grado

Autor: Mariot Luna

Tutor: Rubén García Navarro

Fecha: Octubre / 2007

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como Objetivo General determinar los mecanismos, recursos y herramientas usados en el proceso de elaboración de la información de los diarios digitales en Venezuela. Caso de Estudio: El Nacional On Line / El Universal On Line; el cual se justifica ante el desarrollo incipiente del periodismo digital en el país y las ventajas competitivas que ofrece este nuevo mecanismo de comunicación que ha roto las barreras de contacto audiencia-periodista a partir de una comunicación bidireccional de forma inmediata. La metodología empleada fue desarrollada a través de una investigación de campo apoyado en el manejo de fuentes secundarias lo que le da un carácter documental a la investigación, a objeto de estudiar el desarrollo y las condiciones actuales del periodismo digital y los profesionales del área. Cabe destacar que en la actualidad en Venezuela el perfil del profesional del periodismo digital aun no está definido pero se puede decir que este requiere de una especialización en el manejo de plataformas tecnológicas como también, de una alta capacidad para seleccionar la fuente más fiable de la avalancha de información que ofrece la Internet, el manejo de la confiabilidad radica en el profesionalismo del periodista el cual no debe dejar a un lado los procedimientos tradicionales aprendidos en la academia para garantizar la veracidad del hecho a difundir. El periodismo digital en Venezuela tiene sus soportes en las plataformas tecnológicas, y en el caso de estudio, el prestigio de los periódicos de mayor circulación a nivel nacional: El Nacional y El Universal presentan un formato similar a la versión impresa y basan su credibilidad en la forma tradicional de buscar y presentar la noticia lo que permite concluir que el periodismo digital en Venezuela necesariamente depende de los mecanismos tradicionales de hacer periodismo siendo la Internet una herramienta novedosa en la manera de difundir la información.

UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA

Licenciatura en Comunicación Social

LA INFORMACIÓN EN LOS DIARIOS DIGITALES

Proyecto de Trabajo Especial de Grado

Autor:	Mariot Luna
Tutor:	Rubén García Navarro
Fecha:	Octubre / 2007

RESUMEN EN INGLES

This investigation´s work had as General Aim to determine the mechanisms, resources and tools used in the process of elaboration of the information of the digital diaries in Venezuela. Case of Study: El Nacional On Line / El Universal On Line; which justifies itself before the incipient development of the digital journalism in the country and the competitive advantages that there offers this new mechanism of communication that has broken the barriers of contact hearing - journalist from a bidirectional communication of immediate form. The methodology used was developed across an investigation of field rested on the managing of secondary sources what gives it a documentary character to the investigation, in order to study the development and the current conditions of the digital journalism and the professionals of the area. It is necessary to emphasize that at present in Venezuela the profile of the professional of the digital journalism even is not defined but it is possible to say that it needs this one of a specialization in the managing of technological platforms as also, of a high aptitude to select the trustworthiest source of the avalanche of information that the Internet offers, the managing of the reliability takes root in the professionalism of the journalist which must not leave aside the traditional procedures learned in the academy to guarantee the veracity of the fact to spreading.The digital journalism in Venezuela has his supports in the technological platforms and prestige of the newspapers of major traffic in the country like it is: El Nacional and El Universal one which present a format similar to the printed version and that bases the credibility on the traditional way of seeking and presenting the news what allows to conclude that the digital journalism in Venezuela necessarily depends on the traditional mechanisms doing journalism being the Internet a new tool in the way of spreading the information.

Añade el hombre conocimientos a conocimientos: nunca el saber es bastante...

Padre Baltasar Gracián y Morales

Agradecimiento

Deseo dejar constancia de mi *profundo* y *sincero* agradecimiento a todas esas personas que me dieron su valioso tiempo, su comprensión y ayuda desinteresada, por la *invaluable ayuda* que cada uno me brindó con el aporte de información tan importante para la elaboración de este trabajo.

Mi *satisfacción*, *agradecimiento* y *reconocimiento* a todas aquellas personas que en mis momentos de desaliento me dieron una voz de ánimo para continuar y alcanzar esta meta.

Mi reconocimiento a todas aquellas personas que *forman parte de mi vida* y que saben que de alguna u otra manera han compartido conmigo esta larga trayectoria con la tesis, mi más sincero agradecimiento por la paciencia, comprensión, estimulo, ayuda y confianza.

Todos somos capaces de lograr lo que queremos….
Mejor tarde que nunca….

Dedicatoria

Simplemente *dedicada* a todos los que de algún modo aportaron ese pequeño granito de arena que ayudó a la elaboración de este trabajo con el cual puedo concluir un ciclo de mi vida….para dar comienzo a muchos más…

ÍNDICE

ÍNDICE DE GRÁFICOS 12

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ 13

INTRODUCCIÓN 14

1.- CAPÍTULO I: EL PROBLEMA 21

1.1.- DEFINICIÓN DEL TEMA: 21
1.2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: 21
1.3.- OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN 26
1.4.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS 26
1.5.- JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN: 27
1.6.- ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN 30
1.7.- LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN 31

2. CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL: CONSTRUYENDO PERIODISMO DIGITAL 33

2.1.- INFORMACIÓN O PERIODISMO 33
2.2.- PERIODISMO DIGITAL: ALCANCE DE UN NUEVO CONCEPTO 35
2.3.- REVOLUCIÓN DE CONCEPTOS 39
2.3.1.- EL PERIODISMO DIGITAL. CONCEPTOS 40
2.4.- EL PERIODISTA DIGITAL 42
2.4.1.- FUNCIONES DEL PERIODISTA DIGITAL 44
2.5.- RECURSOS: CARACTERÍSTICAS Y ELEMENTOS DEL MEDIO DIGITAL 46
2.5.1 ASPECTOS FORMALES DEL PERIODISMO DIGITAL 46
2.5.2.- CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO DIGITAL 53
2.6.- VALIDEZ, CONFIABILIDAD Y CREDIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN DIGITAL 64
2.7.- HISTORIA DE MEDIOS DIGITALES 65
2.8.- EL UNIVERSAL 66
2.8.1.- MAPA ELUNIVERSAL.COM 72
2.9.- EL NACIONAL 74
2.9.1.- UNA EXPERIENCIA EL-NACIONAL.COM 76
2.9.2.- INFORMACIÓN ESPECIALIZADA 76

3.- CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO 79

3.1.- TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 79
3.2.- METODOLOGÍA: USO DE LA TÉCNICA E INSTRUMENTO PARA LA INVESTIGACIÓN 84
3.2.1.- TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN 85
3.3.- FASES DE LA INVESTIGACIÓN 87
3.4.- POBLACIÓN Y MUESTRA 88

4.- CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS 91

4.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO (CUESTIONARIO) 92
4.2.- ANÁLISIS CUALITATIVO. (DOCUMENTOS IMPRESOS) 99
4.2.1.- GENERALIDADES 99
4.2.2.- ADMINISTRACIÓN DEL CONTENIDO EN EL PERIODISMO DIGITAL 101
4.2.3. EL PERIODISMO DIGITAL EN VENEZUELA 103
4.2.4 EL PERFIL DEL PERIODISTA EN LA ERA DIGITAL 107
4.2.4.A.-RUTINAS CON RESPECTO A LAS FUENTES 110
4.2.4.B.- RUTINAS CON RESPECTO A LOS DESTINATARIOS DE LA INFORMACIÓN 112
4.2.4.C.- RUTINAS CON RESPECTO AL MEDIO 113
4.2.4.D.- RUTINAS CON RESPECTO A LOS CONTENIDOS 115
4.2.4.E.- REQUISITOS FUNDAMENTALES DEL PERIODISTA DIGITAL 116
4.2.5 RETOS DEL PERIODISTA DIGITAL 117

CONCLUSIONES 119

RECOMENDACIONES 130

A LOS ESTUDIANTES 130
A LA ACADEMIA 132

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS 133

REFERENCIAS DIGITALES 136

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS 139

ANEXO # 1 CUESTIONARIO PARA ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL 142
ANEXO # 2 ENTREVISTA: PROFESIONALES # 1 144
ANEXO # 3 ENTREVISTA: PROFESIONALES # 2 145
ANEXO # 4 HOME DE EL NACIONAL 146
ANEXO # 5 HOME DE EL UNIVERSAL 147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Pregunta N°1 ……..89
Gráfico # 2: Pregunta N°2 ……..90
Gráfico # 3: Pregunta N°3 ……..91
Gráfico # 4: Pregunta N°4 ……..92
Gráfico # 5: Pregunta N°5 ……..93
Gráfico # 6: Pregunta N°6 ……..94
Gráfico # 7: Pregunta N°7 ……..95

Gabriel García Márquez

"El problema parece ser que el oficio no logró evolucionar a la misma velocidad que sus instrumentos, y los periodistas se quedaron buscando el camino a tientas en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro.

Las universidades debieron creer que las fallas eran académicas, y fundaron escuelas que ya no son sólo para la prensa escrita -con razón- sino para todos los medios.

En la generalización se llevaron de calle hasta el nombre humilde que tuvo el oficio desde sus orígenes en el siglo XV, y ahora no se llama periodismo sino Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social. Lo cual para los periodistas empíricos de antaño, debe ser como encontrarse al papá vestido de astronauta bajo la ducha.

Jakob Nielsen afirma que los internautas no leen, sino que "escanean" las páginas, por lo que el mejor texto para la Web es el periodístico clásico: encabezado y cuerpo, éste debe ser: corto, directo y con hipervínculos. Y para cuidar la legibilidad de los textos, se debe utilizar una fuente de fácil lectura y evitar los textos discontinuos o en movimiento, y los materiales de audio y video no debe superar el minuto".

Gabriel García Márquez: "El mejor oficio del mundo". Pulso.

INTRODUCCIÓN

La sociedad enfrenta un nuevo reto en la era tecnológica como es la expresión de ideas en la Internet, ya no es simplemente contar con un buen diseño en la página Web sino captar la atención de sus visitantes creando un nuevo modelo de expresión más vanguardista y universal.

Los medios de comunicación social han redefinido el concepto de redacción tradicional para crear un concepto de redacción no lineal que permitirá al lector mayor fluidez y aceptación. Cabe mencionar que el usuario de Internet quiere información concisa y clara para que pueda entender todo lo que necesita saber en un breve tiempo.

Ante esta situación, el mundo de la comunicación vive un cambio importante, específicamente en el campo del periodismo. Las nuevas tecnologías están en pleno desarrollo y diariamente provocan transformaciones dentro de la profesión del comunicador.

Los medios de comunicación, tanto impresos como audiovisuales, se han sumado a la metamorfosis directa que genera el avance de la tecnología. En el caso de la prensa, la consecuencia de este cambio se ve en el modo en que los lectores se introducen en un campo más dinámico: la red de redes, Internet.

En el caso particular de la prensa escrita, los cambios le han llevado a renovar el modo y el medio para llegar a los lectores. Ahora no es sólo el papel, las pantallas de los computadores son la entrada principal hacia la nueva información digitalizada.

En consecuencia, la prensa escrita en todo el mundo, necesita implementar una nueva versión de sus ediciones en un formato distinto y más complejo. Además, cuenta con elementos nuevos e infinitos de color, sonido y audio; herramientas visuales como el hipertexto, aparte de la inmediatez, la interactividad y la nueva retórica, para la elaboración de textos actualizables y personalizados que llegan a un público mundial, que tiene constantemente acceso a la información. De este modo, se ha convertido en un medio con personalidad propia, definida y reconocida por el público tradicional de los diarios.

En primer momento, la prensa sólo difundía sus ediciones impresas en un formato innovador, que interconecta a miles de usuarios. Se vaciaba el contenido del día en una página Web, una edición evidentemente digitalizada, basada en códigos binarios, almacenada en un site, con un sistema de información como plataforma.

Sin embargo, al principio esto no resultaba atractivo, ya que en el monitor sólo se podía observar un traspaso del diario físico papel a la pantalla, sin elementos nuevos que brindaran comodidad al leer la prensa de la forma acostumbrada.

Hasta ese momento, muchos profesionales, investigadores y hasta los mismos consumidores de la prensa afirmaban que ningún otro medio podría superar la prensa escrita. Señala a la vez Bernardo Fischer (1996), que:

"La inmediatez en la información nunca pudo sustituir el placer que proporciona la lectura de un periódico, donde el poder de la palabra escrita siempre se ha impuesto como medio ideal para el manejo de la información".

“La prensa escrita se enfrenta esta vez a Internet, red mundial de información que, con formato propio, abre a cualquier lector, desde su casa u oficina, y con herramientas relativamente accesibles, un caudal de información ilimitada procedente de cualquier parte del planeta”.

De este modo, se empieza a hablar de periodismo electrónico, digital o en línea. Pero lo importante es conocer realmente qué significado tiene cada uno de estos conceptos dentro del periodismo impreso, y qué cambios atribuyen estas palabras a la gran rama de la información contemporánea, la cual se ha venido integrando a la Web.

Actualmente, son pocos los medios que se limitan a presentar la edición del día en el formato tradicional. Los diarios impresos de Venezuela y Latinoamérica se han obligado a tener una edición digital distinta a la impresa, no sólo para ganar más lectores sino también para lograr una mayor difusión rápidamente.

Los diarios digitales ofrecen, como ventajas para el lector, una información más precisa, actualizada e inmediata de lo que acontece a nivel mundial, así como enlaces hacia otros medios, a fin de que el público corrobore o complete la información que más le interese, al tiempo que las noticias se refrescan a medida que se producen.

La Web permite a los periodistas, en este caso, los llamados ciberperiodistas, hacer uso de las tecnologías para mantener informados a una gran comunidad de usuarios, segundo a segundo. Pueden renovar los contenidos almacenados y difundirlos inmediatamente a través de las ediciones digitales. El tiempo y el espacio no son limitantes para el periodista y el medio al que representa.

Esta materia ha sido de gran interés para muchos especialistas e investigadores en distintas áreas de la comunicación, el diseño gráfico, la visualización y la diagramación.

Resulta que la versatilidad de los actuales comunicadores los hace manejar no sólo las nociones esenciales de recepción y construcción de la información, sino también elementos de carácter técnico, que implican el uso de programas cercanos al diseño para trabajar eficazmente.

Al igual que con los medios tradicionales, sobre el periodismo digital, ha surgido un dilema, un juicio permanente dirigido al buen uso de las fuentes, el manejo de los géneros periodísticos, la veracidad y objetividad de las informaciones difundidas por Internet.

El periodismo digital representa una innovación, pero no podemos olvidar que su función principal sigue siendo informar, en este caso a una globalidad. Gumersindo La Fuente (2003), señala que "la columna vertebral seguirá siendo el texto".

En vista de lo anterior, señalamos que los principios y valores deontológicos del ciberperiodista y del periodista tradicional son los mismos. Caso contrario ocurre con los conocimientos y herramientas de las que se valen cada uno de ellos para llegar al hecho, procesarlo y llevarlo al papel o la pantalla del computador.

En este contexto, se considera importante estudiar cuáles son los mecanismos, recursos y herramientas usados por ese proceso tan importante para el periodismo digital, la búsqueda, recopilación, jerarquización y difusión de la información concebida para un nuevo formato digitalizado.

Así pues, en un primer capitulo se da la definición y planteamiento del problema, se especifica el objetivo general de la investigación, los objetivos específicos, justificación del trabajo elaborado y las limitaciones del mismo.

En un segundo capítulo se desarrolla la parte teórica del trabajo, el marco referencial, los antecedentes del periodismo digital y sus características. Se hace hincapié en definir claramente las características del medio. Se redefine la labor y función del periodista como nuevo profesional, todo esto con el fin de reforzar la investigación de campo.

Más adelante, en una segunda parte de este marco referencial y como complemento a las referencias teóricas, se entrega una ficha de tipo biográfica de cada medio estudiado, donde se da a conocer la historia de cada edición digital, cómo nació, bajo que visión y con qué objetivo. Se muestran así los cambios que ha tenido cada diario para llegar a ser lo que son, y la meta que han alcanzado.

Asimismo, en este capitulo se definen cuáles son esos mecanismos, herramientas y recursos de los que se sirve cada diario digital para abordar las informaciones, verificarlas, procesarlas y llevarlas al nuevo medio de difusión.

En el tercer capítulo, se describe la metodología a usar, el tipo de investigación, el tipo de muestra, los criterios de selección de la muestra, formatos de entrevistas, encuestas, material proporcionado por los medios, etc.; así como la definición de la técnica de investigación que se aplicó en este trabajo de investigación.

En el cuarto y último capítulo quedan recopilados los resultados arrojados por el estudio de campo, así como las conclusiones a las cuales se

llegó con esta investigación en el campo del periodismo digital. Se plantean a la vez las recomendaciones para futuros trabajos de investigación que de este tema puedan darse.

CAPITULO I

"El Problema"

1.- CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1.- Definición del tema:

El tema se centra en el estudio del periodismo digital, en Venezuela (El Universal y El Nacional: ediciones digitales), sus características, y los procedimientos que se manejan al recolectar y procesar la información publicada en sus ediciones digitales.

1.2.- Planteamiento del Problema:

La aparición y posterior desarrollo de Internet supuso el nacimiento de un nuevo medio de comunicación. Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión y ahora se está ante el nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa de este siglo XXI.

En su momento, la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional. Internet, quizás más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodismo. Es importante destacar la predicción de Negroponte (1995) que destaca que la presencia de la era digital cambiaria los tradicionales medios de comunicación ya existentes, generándose un proceso donde las personas decidirían a través de sus computadores qué bits elegirían para informarse o entretenerse, siendo este ámbito años después definido como “periodismo electrónico” (p.5)

La prensa y posteriormente la radio y la televisión establecían una comunicación masiva pero unidireccional, en cambio Internet y el periodismo digital rompen esa tendencia. Las directrices actuales obligan a pensar que

tal vez en un futuro a corto plazo todos los periodistas acaben siendo digitales, lo que para Negroponte (1995) ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo. Surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias proveedoras de información y entretenimiento. Internet no sólo está cambiando los modos de acceso a la información por los usuarios, el modelo de comunicación tradicional y las empresas de comunicación, sino también el perfil del periodista.

El periodismo electrónico o digital tiene un arraigo de hace más de 10 años, cuya raíz empezó en los Estados Unidos y Europa, visualizando en la red un nuevo canal para difundir información de manera casi inmediata superando a la radio y la televisión. En Venezuela el periodismo digital es relativamente nuevo y apenas viene conformando sus cimientos a partir de los diarios de mayor circulación en el país como: El Nacional y El Universal.

En Venezuela el desarrollo del periodismo digital viene a la par del crecimiento del número de internautas, y es apenas en este siglo XXI donde las respectivas Escuelas de Comunicación Social en el país se han dedicado a la tarea de explorar esta nueva área del conocimiento comunicacional, que ha generado un impacto dentro de las maneras de difundir y presentar información.

El periodismo digital o ciberperiodismo en el país, es un medio que se ha venido desarrollando y perfeccionando, por lo cual es un área digna de exploración, debido al impacto que genera en la manera de comunicar y en la formación del que investiga y presenta la información (periodista o ciberperiodista). Los periodistas deben enfrentarse al gran reto de comunicar para llegar a las masas de manera inmediata, lograr atrapar la atención de la audiencia y lo más importante entender lo que quiere en base a las características que el medio presenta.

El periodismo digital en Venezuela esta enmarcado por la presencia de Internet y las múltiples ventajas que posee en lo que a difusión de información y comunicación se refiere, debido a su carácter global, que hace que una persona este comunicándose con un grupo social que difiere mucho de su entorno más cercano planteándose entre ellos una transferencia de datos en un tiempo que supera al periodismo impreso, televisivo y radial. Esta transferencia de datos genera una “avalancha de información” donde el periodista debe aprender a navegar a objeto de seleccionar sólo aquella que corresponda con la realidad circundante.

El periodismo digital es un medio cuya expansión es a veces difícil de comprender ya que hasta los momentos la justificación de su afianzamiento en la sociedad radica en la inmediatez en que se está informado, situación que requiere del periodista, una formación profesional lo suficientemente ajustada al acelerado ritmo en que se desenvuelve Internet para la publicación y transmisión de la información, exigiendo además, un nivel de especialización en el manejo de las diversas plataformas tecnológicas para presentar la noticia y poder estar en contacto con la audiencia ya que la interactividad juega un papel de suma importancia como medio de opinión y conocimiento de quién lee la información.

De acuerdo al párrafo anterior, la interactividad del periodista se convertirá en una nueva fuente de información. Los usuarios comunicarán al periodista informaciones, dudas, puntos de vistas y otros aspectos que puedan nutrir los géneros periodísticos ya existentes (noticia, reseña, reportaje, crónica, entrevista, entre otras) y éste realizará su labor de forma más completa. Habrá contacto directo con el lector, podrá interactuar con él, conocerle, y saber cuál y cómo es la información que necesita y solicita. Internet constituye pues junto a la informática, el último eslabón de las nuevas tecnologías aplicadas al proceso productivo del periodismo.

La aparición del periodismo digital necesariamente requiere que la manera de buscar y presentar la noticia se ejecute en base a una nueva planificación, donde el cruce de fuentes es fundamental para presentar el hecho tal cual como sucedió ya que no se debe olvidar que el periodista digital se maneja ahora en un ámbito donde abunda la información. La manera de hacer periodismo aún se mantiene, sólo que ahora, el periodista tiene que utilizar todas las herramientas adquiridas en la academia para saber distinguir la buena información de la mala información.

Es importante destacar con respecto al periodismo digital, que la presentación de la información tiene que ajustarse a las características que presenta el canal lo que exigirá en un futuro no muy lejano la necesidad de convenir los géneros como la noticia, reportaje, reseña, entrevista entre otros a los lineamientos que exige el ciberperiodismo, en los que el análisis exhaustivo de la información se deja a un lado para dar paso a lo concreto pero de alta calidad, ya que este tipo de periodismo exige que se mantenga el alto nivel de investigación por parte del ciberperiodista para garantizar la fiabilidad de lo que se está presentando, estableciéndose las nuevas tareas periodísticas centradas en la selección y gestión de los contenidos.

En la actualidad y más en el ámbito venezolano una de las principales preocupaciones de los periodistas es saber qué hacer con el exceso de información que tiene a su alcance, ya que cada vez son más los medios digitales que incrementan sus contenidos a un ritmo vertiginoso. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información, y en concreto de Internet, el mundo de la comunicación debe enfrentarse al reto de adaptar las organizaciones y modos tradicionales del periodismo a los formatos y herramientas que impone la red la cual necesariamente tiene que empezar desde las aulas de clase.

De acuerdo a lo expuesto en el párrafo anterior el desarrollo de la presente investigación se engloba alrededor de esta reflexión que plantea López y Neira (2000) quien destaca que el estudio del periodismo digital va más allá de presentar y difundir información, sino también va a impactar en el desarrollo del nuevo profesional de la comunicación a los cuales dichos autores llaman mediadores profesionales.

Mediadores que en el caso de Internet, tendrán que responder -como ya indicábamos- a un nuevo perfil en el cual lo más importante será la capacidad de vislumbrar y valorar las posibilidades de la red, así como la versatilidad para combinar las formas más tradicionales de comunicar/informar con las que imponen los nuevos lenguajes. En definitiva, la realidad que llega de la mano de Internet está dibujando dos niveles de actuación claramente diferenciados: la utilización de la red para intercambios comerciales y de información, ofertas de contenidos diversos y otros varios; y la existencia de medios informativos en la red -tanto los que nacen sólo para "navegantes" como aquellos que compaginan la edición en papel con la digital- que ofrezcan una información creíble detrás de la cual la presencia del periodista sea incuestionable y, lo que es más importante, garantía misma de dicha credibilidad. (López y Neira, 2000, www.ull.es/publicaciones/latina)

Es por ello que a través de este trabajo de investigación se dio respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Cómo es el periodismo digital en Venezuela?
¿Con qué fuentes cuenta el periodista de este medio?
¿Qué mecanismos son usados para recolectar información?
¿Qué mecanismos usan los medios para verificar la información?
¿Cuál es la calidad de la información presentada en las ediciones digitales?

¿Cuáles son las herramientas básicas usadas en la producción de diarios digitales?

¿Los diarios digitales han dejado toda la responsabilidad de la información a la tecnología?

¿Puede este medio tan instantáneo fusionarse con un proceso de investigación, análisis, comprobación, verificación de las informaciones?

¿Existe en el periodismo digital un filtro para la información o el periodista es un pescador de noticias en un mar de opciones verdaderas o falsas?

1.3.- Objetivo de la Investigación:

Determinar los mecanismos, recursos y herramientas usados en el proceso de elaboración de la información de los diarios digitales en Venezuela. Caso de Estudio: El Nacional On Line / El Universal On Line.

1.4.- Objetivos Específicos

- Analizar la calidad de información que presenta los diarios digitales en Venezuela.
- Estudiar la condición actual en que se desarrolla el periodismo digital en Venezuela.
- Establecer el origen de los diarios digitales más importantes en Venezuela. Caso de Estudio: El Universal y El Nacional.
- Estudiar la condición actual del periodismo digital en Venezuela.
- Definir el perfil del comunicador social en Venezuela dentro del marco de desarrollo del periodismo digital.

1.5.- Justificación e importancia de la investigación:

El periodismo digital es en la actualidad tema obligado de estudios, foros, congresos. Diagramación, estructura, contenidos, uso de los géneros periodísticos, el rol del comunicador social en la Web, etc., son las aristas más visibles de este tema tan polémico.

La prensa como raíz de la creación de este nuevo género conocido como periodismo digital ha experimentado novedosos cambios a partir de la tecnología en lo que a formato y distribución concierne lo que hace interesante el desarrollo de la presente investigación. Para poder justificar el estudio con respecto a esta nueva área, es importante explicar a través de una línea cronológica, el crecimiento de la prensa el cual ha sido uno de los medios que ha consumido gran tecnología en los últimos 30 años.

A principios de los años 70 se produce la renovación de los sistemas de producción industrial (los talleres). Se abandona el plomo y se abre la puerta a la fotocomposición y el offset. A finales de los 70 y principios de los 80 comienza la segunda fase de renovación tecnológica, la de los sistemas redaccionales: es decir, la implantación de la denominada "redacción electrónica" o lo que es lo mismo la entrada de los ordenadores como herramienta de trabajo de los periodistas.

Desde mediados de los 80 y hasta principios de los 90 se produce el tercer acto de la reconversión de la Prensa: la renovación de las estructuras visuales, de su "forma", es decir, de su diseño. La entrada del color y la infografía, así como el uso de nuevas estructuras redaccionales y la introducción de los nuevos programas de autoedición, marcan las tendencias a seguir. Renovados los talleres, las redacciones y el producto, se entra en el cuarto, para iniciar el proceso de renovación: la Prensa se plantea utilizar las

nuevas tecnologías para encontrar solución al último de sus problemas, la distribución.

Ante este desarrollo de más de tres décadas, el periodismo digital se convierte en un tema bastante interesante ya que rompe los paradigmas ya establecidos en lo que a comunicación se refiere, porque ya no sólo su presencia se justifica para solucionar problemas de distribución sino que además la manera de comunicar es diferente ya que deja de ser unidireccional para convertirse en bidireccional a través de la interactividad. El periodismo digital crea un nuevo rol para el lector, quién a su vez proporciona información al periodista, existe de tal forma un intercambio en el proceso de comunicación emisor-receptor.

El periodismo digital tiene una alta ventaja con respecto al resto de los medios en lo que a instantaneidad se refiere en la información. En el periodismo digital ya no sólo es suficiente conocer el hecho, sino en que tiempo se tiene acceso a ese hecho y la información a posteriori que se genera en torno a él lo que ha creado foros, salas de chats y demás recursos que emplea la audiencia para exponer puntos de vistas y crear así matriz de opiniones, lo que convierte a la tradicional manera de hacer periodismo, en una actividad mucho más dinámica, y ante este escenario de corte digital, el profesional de la información está obligado a dotarse de una buena preparación tecnológica que le permita responder al nuevo perfil que demandan los medios electrónicos.

El periodismo digital es un nuevo medio que engloba las características de la prensa, radio y televisión “el uso del texto como en la

Prensa, el uso del sonido como en la Radio y el uso de las imágenes en movimiento como en la TV"[1].

Sin embargo, ante lo atractivo que se presenta el tema del periodismo digital y lo exigente en cuanto a la manera de seleccionar, presentar y manejar la información, es preciso señalar que en nuestro país éste tema pasa desapercibido. Estamos invadidos por el uso de una tecnología y nuevos procesos que aún no entendemos.

La bibliografía venezolana sobre este tema está limitada a unas cuantas publicaciones. Mientras otros países dedican su tiempo a la elaboración de manuales, libros y foros sobre la transformación que posee el periodismo *on line*, en nuestro país las universidades imparten pocas cátedras que instruyen informadores y productores de contenidos digitales, además de ser impartidas cuando la carrera del estudiante ya está finalizando.

En base a tales deficiencias en el campo académico, profesional e institucional, se hizo necesario este estudio que nos permitió conocer la problemática venezolana, resaltar los recursos que ofrece Internet para el manejo de la información dentro de un formato novedoso.

Es válido conocer los parámetros que se siguen para brindar seguridad a los usuarios, así como también definir las bases que respaldan las informaciones dentro de la red. Se hace evidente de este modo redefinir la misión, objetivo y uso de Internet como herramienta para el desarrollo de las actividades periodísticas.

[1] BOCCO, Nieto María. Tesis Doctoral. Análisis de la Sección Internacional en los Periódicos Digitales. Oct 1999.

1.6.- Alcance de la investigación

Toda investigación presupone el estudio de un tema de interés colectivo que despierta interrogantes, las cuales son respondidas, ampliadas y transformadas en conceptos.

El estudio adquiere valor académico al enfocar un tema poco estudiado por su origen reciente. Razón por la se hizo necesario evaluar el panorama del periodismo digital desde la óptica venezolana.

Así, la elaboración de este trabajo se dirigió a proporcionar a los estudiantes de comunicación social un material de apoyo que evalúe la condición del ciberperiodista y el campo en el que labora, delimite sus funciones y actividades a través de los recursos que proporcionan las tecnologías.

La utilidad real del trabajo se orientó a redefinir al ciberperiodismo desde una perspectiva brindada por expertos, precisando el procesamiento de la información desde su búsqueda hasta su difusión a través de un monitor y alojamiento en la red.

1.7.- Limitaciones de la investigación

A la hora de definir el problema a investigar se estableció una muestra de diarios a estudiar, con los cuales se buscaba llegar a los periodistas de cada medio descrito a fin de conocer más a profundidad la experiencia de cada uno de ellos a la hora de elaborar información a ser difundida en las ediciones digitales de cada periódico.

Sin embargo, la viabilidad de este objetivo se vio afectada por la imposibilidad de contactar las fuentes vivas. No se pudo realizar contacto escrito, ni telefónico con ningún integrante de los diarios internacionales escogidos para esta investigación. Esto como consecuencia de que la muestra escogida en un principio eran los diarios de circulación nacional más importantes de América, como La Nación de Argentina, Reforma de México y El Mercurio de Chile todos ellos en sus ediciones digitales.

Motivo por el cual la investigación hizo énfasis en los diarios nacionales, El Universal y El Nacional para obtener igualmente una óptica amplia sobre el desempeño periodístico frente al proceso de elaboración de información pensada para diarios totalmente digitales. Se mantuvo el marco referencial de los medios escogidos al principio para dicha investigación.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

"Construyendo Periodismo Digital"

2. CAPÍTULO II: Marco Referencial: Construyendo Periodismo Digital

En este capítulo se presenta la información de carácter teórico que sustenta la investigación, antecedentes, actualidad, referencias bibliográficas, etc., con el fin de explicar claramente el tema planteado.

El propósito del marco teórico es presentar de manera coordinada y coherente los conceptos, ideas y planteamientos que permiten abordar el problema en un contexto donde este cobre sentido, y así redefinir ideas y conceptos.

2.1.- Información o Periodismo

El periodismo nació con el único fin de informar, trasmitiendo un mensaje de interés social, novedoso, que llega a la colectividad a través de un medio. Al principio, este medio era sólo la viva voz del ser humano, las personas recorrían los pueblos y ciudades llevando un mensaje a los que encontraban a su paso.

Más adelante, estas personas se valieron de nuevos instrumentos como la imprenta, que hicieron posible que el mensaje llegara a más personas en menos tiempo. Así surgieron las nuevas tecnologías y el nuevo oficio que a través de la historia ha ido conquistando espacios.

El periodismo no ha sido simplemente un recurso informativo, Olga Dragnic (1994) lo define “como la actividad informativa y orientadora que se realiza a través de los medios de comunicación social. Esta acepción comprende tanto el trabajo reporteril y redaccional que se centra en los

aspectos noticiosos, como los contenidos editoriales de los medios, donde se expresa la opinión […] el periodismo es un servicio de interés colectivo".

Es considerado de esta manera como un recurso que permite el desarrollo, la integración y comprensión de distintas culturas; es desde el periodismo donde se construyen las bases de las sociedades, a través de la recopilación de contenidos que son parte de un mundo, un mundo que requiere estar al tanto de lo que acontece diariamente, de consumidores de información.

Mientras que la información en la actualidad, "es esencialmente hacer asistir a un acontecimiento, es decir, mostrarlo, situarse a un nivel en el que el objetivo consiste en decir que la mejor manera de informarse equivale a informarse directamente" (Ramonet, 1999). Por lo que ambos conceptos, información y periodismo, trabajan conjuntamente para lograr que el usuario, lector o televidente formen parte de la información y cada vez se vean más integrados en el mismo sistema.

2.2.- Periodismo Digital: alcance de un nuevo concepto

Desde principios de los años 80 hasta mediados de los 90, un nuevo concepto apareció en el ámbito comunicacional mundial. Las nuevas tecnologías iniciarían el cambio de lo mecánico a lo electrónico, no se hablaría únicamente de periódicos para referirse a la prensa diaria, sino que llegaría a nuestras puertas, o aún mejor a nuestro computador el término de ediciones digitales.

Las herramientas electrónicas invadieron las salas de redacción, dando a los periodistas una nueva arma para la elaboración y almacenamiento de las informaciones. Las computadoras abrieron un nuevo camino para las comunicaciones, y se convirtieron en un medio directo de difusión de la información a través de un nuevo canal, con más recursos, que de cierto modo integra radio, televisión y prensa escrita.

Este nuevo medio empezó a llamarse periodismo digital, *on line* o electrónico, y se originó en Estados Unidos en la década de los noventa, cuando *The Chicago Tribune* tomó la iniciativa de difundir a través de Internet alojando en el *site* de *América On Line*, su edición impresa. Ésta fue vaciada de forma idéntica al papel, permitiendo la consulta rápida de todas las informaciones de la edición del día de una manera distinta, pero cómoda, a fin de que las informaciones de este medio lograran mayor alcance.

Más adelante, otros diarios de circulación nacional se sumaron a la propuesta que prometía nuevos lectores y mayor consumo de informaciones. Es entonces cuando en el año 1993 el *San Jose Mercury News* comenzó a publicar el *San Jose Mercury Center*, brindando a los nuevos usuarios-lectores una conexión con los editores, periodistas y redactores a través de los correos electrónicos.

También surgieron los semanarios digitales y los *sites* que contenían no sólo informaciones de un medio impreso en particular, sino que recolectaban las noticias más sobresalientes de los impresos con mayor circulación, para proporcionar al lector un abanico más extenso de noticias de toda índole.

Las publicaciones digitales surgieron así, debido a la necesidad de conectarse con el mundo, de integrar a las sociedades e intercambiar conocimiento, noticias, informaciones, contenidos éstos que demandan los grupos sociales.

Más adelante, este producto comunicacional sufrió una metamorfosis: por una parte, la publicación impresa conservaría el nombre original del diario, mientras que el otro iniciaría el cambio, abriría las puertas a las nuevas tecnologías y a las herramientas multimedia para desarrollarse como un nuevo medio, un medio que rompe con las estructuras tradicionales de la comunicación de masas (García de Torres, 1998), creciendo para ser Diario On Line, alojado en la autopista de la información, la Internet.

El primero, el periódico tradicional, como de aquí en delante lo llamaremos, se caracteriza básicamente por su representación plana, en dos dimensiones, con el componente físico papel, impreso; que además es perecedero, difícil de almacenar, limitado en tiempo y espacio, y con informaciones que en ocasiones no son publicadas en su versión original, lo que obliga al lector a informarse de un modo condicionado.

El segundo medio está definido por las nuevas tecnologías, ofrece a los usuarios la posibilidad de informarse de manera más amplia, con vínculos o links que ayudan a la mejor comprensión de las noticias permitiendo

descargar materiales adicionales. También aporta fuerza a los contenidos, al hacer comparaciones con otros medios.

El medio digital se apoya en el uso de herramientas multimedia, hipertextuales, con una nueva estructura que supera la linealidad, un nuevo lenguaje, comunicación interactiva e instantánea, difusión ilimitada en el espacio, con enorme capacidad de almacenamiento.

Además este medio es integrador, no es exclusivo para periodistas, la información se mantiene intacta en el tiempo, no se degenera, permite la integración de nuevos elementos, aporta individualización, es descentralizado y se da en tiempo real.

Flores y Arruti (2002) en su libro Ciberperiodismo, establecen que:

> "Las ediciones digitales pueden ayudar a proporcionar una visión más profunda de los acontecimientos, no sólo de críticas, entrevistas, columnas, artículos y análisis, sino también porque facilita a una gama más amplia de fuentes y documentos. A la vez que Internet ofrece a los editores la oportunidad de desarrollar nuevas vías de negocio que se basan en sus propias materias primas: búsqueda, elaboración y análisis de la información". [2]

Podemos resumir la evolución y procesos de cambio que ha sufrido el medio con la clasificación que hace Ortiz (1996) en cuatro etapas:

> "En el primer paso para integrarse a Internet, los medios tradicionales hacen una copia literal de los contenidos de la edición

[2] FLORES, Vivar Jesús. ARRUTI, Alberto M. "Ciberperiodismo". Limusa, Arrayán Editores. Mexico D.F. 2002.

impresa; en la segunda etapa, una apuesta más avanzada consiste en añadir informaciones nuevas a las encontradas en las versiones originales. Un tercer paso es la creación de una versión totalmente digital de la publicación, en donde el lector puede elegir entre la versión en papel y la edición electrónica. Y, en último lugar, las publicaciones nacidas en la era digital, que nunca han tenido su versión en papel". [3]

[3] ORTÍZ, de Obregos, A. La prensa Digital, un futuro a nuestro alcance". Cuadernos de comunicación No. 48. 1996.

2.3.- Revolución de Conceptos

El cambio que ha tenido la industria periodística ha sido clave para los que piensan que Internet da paso a un nuevo periodismo indispensable. Así Rosental Calmon Alves (2000), prestigioso consultor de medios brasileños, afirma que los diarios digitales "son el principal medio de acceso a la información, y que debe entenderse como un laboratorio de investigación y desarrollo, como una inversión a futuro".

A la vez, hay quienes señalan que el periodismo digital es la punta de lanza de un nuevo periodismo, aunque la columna vertebral siga siendo el texto, "una pieza indispensable, pero no única, del discurso periodístico. A él se suman imágenes, sonidos infografías, todo lo que llamamos multimedia. Se habla actualmente de "productos informativos periodísticos, dedicados a la información de actualidad elaborada y servida según las reglas del oficio del periodista, basados en sus productos tradicionales". (Diaz Noci, 2002).

Sin embargo, cabe destacar que el término más acertado para explicar y describir lo que es el periodismo digital es el dado por Quim Gil (1999), periodista digital y profesor de la Universidad Abierta de Cataluña, quien señala "que el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional".

Por tanto, el periodismo digital es el que se produce diariamente para el espacio Web, es decir, que cumple con todos los procesos de elaboración, no sólo de informaciones bajo un soporte innovador, sino que pasa a ser un contenido único de un medio independiente del tradicional.

Evidentemente, la escritura seguirá siendo la base de la prensa noticiosa informativa, pero los recursos con los que cuenta cada una han variado. Este nuevo medio se caracteriza por poseer información producida inmediatamente después de que se originó el hecho noticioso. El medio en el que se aloja la información tiene la capacidad de actualizar las informaciones, el formato, etc. contrariamente al tradicional, que sólo se imprime una vez por día y muestra siempre una misma imagen.

2.3.1.- El Periodismo Digital. Conceptos

Cuando en 1992 The Chicago Tribune colocó la totalidad de su edición impresa en Internet y en 1993 el *San Jose Mercury Center* hizo lo mismo agregando opciones interactivas, el periodismo cambió para siempre. Internet rápidamente se insertó como una herramienta más, modificando las formas de producción de las noticias y, además, como un nuevo espacio de publicación.

Al principio, Internet sólo se concibió como otro soporte electrónico para la publicación de contenidos periodísticos que prometía diferenciarse de los conocidos medios tradicionales como el periódico, la radio o la televisión.

Luego se empezó a hablar de nuevos tipos de periodismo: electrónico, en línea y digital. Gil (1999), periodista español y consultor sobre periodismo digital, se ha encargado de establecer las diferencias entre estos conceptos.

El periodismo electrónico, al asociarse con medios electrónicos como el teletexto, el diario por fax o la televisión estaría haciendo referencia sólo al traslado de los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet.

El periodismo en línea, término mayormente utilizado en Estados Unidos, es el que actualiza de forma constante sus contenidos.

Sin embargo, estos dos conceptos no son precisos al definir la práctica del periodismo en Internet.

El Periodismo Digital, en conclusión se toma la idea ya planteada por Gil el cual es un periodismo en red, y que rompe con la comunicación lineal y unidireccional implicando una serie de cambios respecto a las rutinas del periodismo tradicional y su éxito dependerá en gran medida del periodista digital quien será el creador y encargado de consolidar procesos de comunicación multimedia, multilineal e interactiva.

2.4.- El Periodista Digital

El nuevo formato del periodismo no sólo exige el uso de las nuevas tecnologías, sino que a la vez necesita y requiere de un nuevo periodista multifacético, dinámico que sea tan periodista como diagramador, computista, publicista, etc. Genera cambios profundos en la profesión periodística.

Ramonet (1999) señala que un periodista ya no debería llamarse periodista hoy en día. Debería llamarse instantaneísta, debido a que el periodista tiene cada vez más tendencia a convertirse en un simple vehículo. El comunicador no sabe analizar al instante, y al final, tiene cada vez más tendencia a convertirse en un simple vehículo. Es el canal que enlaza el suceso y su difusión.

Igualmente deja claro Solangel Rodríguez, periodista digital de El Nacional, edición digital, que las bases teóricas que debe tener todo periodista, es decir las adicionales a las de cualquier periodista tradicional de cual fuere el medio, está directamente relacionado con la forma en que él entienda y sepa usar a favor de su profesión todas las herramientas que el medio digital posee, es decir que no solo es un servidor cargado de infinidad de recursos y elementos, sino que es el medio fundamental que permite crear bajo un soporte tecnológico una información completa en todas sus dimensiones.

Agrega además que “lo más importante y valioso es saber integrar eficazmente los recursos que ofrece la red de redes: texto, sonido, imagen, enlaces, búsquedas, animación e interacción, entre otros”, ofrecer al usuario información al instante con la posibilidad de acercarse al mensaje desde diferentes entradas y con diferente orden”.

Se puede además, en el medio digital, completar la información con documentos, leyes y noticias relacionadas y, por otro, intercambiar información con quienes escriben la noticia y con el resto de los internautas.

La labor periodística en este caso, no estaría sólo centrada en la búsqueda, recolección y jerarquización de las fuentes e información, se iría más allá de esto, en buscar hacer buen uso de elementos, texto, imagen, sonido, fusionados para un producto más completo y atractivo para un universo culturalmente dinámico

En la actualidad al referirnos al periodismo digital, no podemos obviar todos los recursos multimedia existentes, que minuto a minuto van en aumento: surgen programas que con los días se vuelven obsoletos, ya que el poder que proporciona la tecnología no tiene límite.

La sobre información es un arma de doble filo, donde podemos caer en la valoración de cosas falsas. Para la profesora Rosa Fagundez[4], el periodismo digital necesita del comunicador unas capacidades muy particulares de investigación, análisis, interpretación y síntesis informativa, ya que de la suprainformación ilimitada con que cuenta el medio digital, requiere un poder de síntesis sin prescindir de lo esencial.

El reto: decir más con menos espacio, y para ello utilizar como complementos de importancia informativa los recursos multimedia, cuyo poder comunicacional va más allá de las palabras.

[4] FAGUNDEZ, Rosa. I Foro de Periodismo Digital: nuevos recursos, viejos problemas. Junio, 2004. UCV. Caracas.

2.4.1.- Funciones del Periodista Digital

De acuerdo a lo que plantea Gil (1999) el periodista digital debe cumplir con las siguientes funciones según las características propias que ofrece el medio. Estas funciones Gil las enmarca en tres grupos que denomina: a) labores periodísticas, b) labores de gestión y c) labores de comunicación las cuales determinará de forma casi inmediata el perfil del periodista en el marco de la tecnología.

Labores periodísticas

- 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.

- Redacción de la información considerando la heterogeneidad de los usuarios.

- Presentación de la información considerando el texto, audio, imágenes, foros, entre otros recursos para difundir la información.

- Utilización del hipertexto para contextualizar y relacionar las informaciones dentro del mismo sitio o enlazando con otros sitios.

- Actualización constante.

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

Labores de gestión

- 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 y demás recursos empleados para facilitar la comunicación.

- Diseñar las formas de almacenamiento de la información y acceso a los archivos.

- Trabajar con documentalistas, diseñadores, programadores, administradores de sistemas, área comercial, y demás profesionales responsables del funcionamiento de la plataforma tecnológica que enmarca al periódico digital.

Labores de comunicación:

- Diseñar y administrar la interactividad, creando espacios para la participación de los usuarios.

- Interactuar con los usuarios brindando mayor información sobre algún tema, absolviendo consultas y creando redes de fuentes de información virtual, confiable, con otras personas u organizaciones.

2.5.- Recursos: Características y elementos del medio Digital

2.5.1 Aspectos formales del periodismo digital

El diseño de los primeros diarios digitales era una mera traslación a la pantalla de los criterios empleados en las ediciones en papel. Esto ha ido evolucionando a medida que se han desarrollado *software* capaces de aportar al nuevo entorno de la red un lenguaje más propio de la cultura audiovisual imperante en el mundo de la comunicación estas últimas décadas. De los primitivos métodos de construcción de páginas Web, basados en las primeras versiones del lenguaje HTML; se ha ido avanzando hacia diseños más sofisticados apoyados en el HTML dinámico, o DHTML, así como la aparición de nuevas e intuitivas herramientas que han servido para facilitar enormemente tanto la elaboración como el posterior volcado en la red de este tipo de publicaciones.

Las dificultades con las que se encontraban los primeros artesanos *on line* se han visto superadas por la aparición de editores WYSYWYG que por medio de sencillas operaciones informáticas dan la posibilidad de elaborar una *web site* sin necesidad de dominar todos los recursos del lenguaje HTML. De todos modos, es necesario subrayar que para crear una *site* bien estructurado y con una buena fachada, es necesaria una importante dosis de buen gusto, conocer el funcionamiento de la red y tener cierto bagaje en estas *lides*. Y si además se desea destacar sobre la competencia, será preciso emplear complementos multimedia e interactivos que nos facilitan las tecnologías: Flash, ShockWave, Java, JavaScript, ActiveX, entre las más importantes.

Entre los avances que pueden transformar el concepto de diseño digital hay que mencionar el nuevo lenguaje XML (Xtensible Markup

Language), llamado a ir complementando progresivamente al HTML, gracias al cual el control de los diseñadores sobre los diferentes elementos de sus páginas va a ser mayor. Uno de los retos futuros es el control sobre la tipografía de la página. La tipografía, principal seña de identidad de los diarios en papel, ha venido constituyendo una de las mayores limitaciones a la hora de configurar el aspecto de las páginas online de los diarios digitales.

Es previsible que el incremento del control sobre el aspecto final de la tipografía por parte de los diseñadores sea una de las mejoras en el desarrollo de nuevos lenguajes para la red. El paso de las primeros diarios digitales a lo que en la actualidad se encuentra en la red ha sido progresivo y ha estado marcado por varios factores decisivos que son: a) el enlace hipertextual, b) el carácter interactivo de la nueva comunicación y c) el progresivo aumento del sentido de servicio que ha ido tomando la información.

El Internauta actual no se limita a buscar información, sino que toma parte en los chats, en los foros de debate, apoya con su voto alguna de las opciones que le plantea la encuesta de turno, accede a las tiendas virtuales para adquirir aquello que le interesa o se comunica de forma inmediata por medio del correo electrónico.

Uno de los elementos del lenguaje HTML que ayuda a romper la clásica estructuración de la superficie de lectura empleada por los diarios de papel, es el empleo de los marcos en la construcción de la *web site*. Los marcos o frames están destinados a crear una zona estática en la pantalla. En el resto de la superficie de la página se visualizan los contenidos de forma cambiante a medida que se activan los enlaces o links que encontramos en el marco fijo.

Cada uno de los marcos puede disponer de una barra de desplazamiento o *scroll*, a través de la cual se mostrará la parte oculta de la página. Aquí se halla ante uno de los cambios más notables con respecto a la estructuración de los diarios tradicionales. En el papel toda la noticia estaba a la vista, ahora, sin embargo, buena parte de la información se encuentra oculta y sólo aparece al activar las barras de desplazamiento.

Con respecto a la presentación de la noticia en papel *vs*. la presentación digital a través de la pantalla, existen posiciones encontradas. Algunos opinan que es mejor no emplear las barras y reducir el tamaño de las noticias a la superficie de la pantalla, troceando la información en diversos fragmentos a los que es posible acceder a través de enlaces hipertextuales. Este mismo sistema valdría para evitar los clásicos despieces incluidos en las propias informaciones; sería suficiente pues, con incluir un sumario que hiciera de puente con el contenido del despiece. Lo mismo puede hacerse también con cualquier otro elemento informativo complementario. Ya no es necesario, por ejemplo, dar la biografía de un determinado personaje, es suficiente con establecer un enlace con una base de datos a la que es posible acceder de modo inmediato.

Por medio de este sistema de links es posible también establecer enlaces entre las diversas partes del texto en informaciones de una cierta extensión. Así, se puede acceder desde el *lead* inicial hasta uno de los últimos párrafos del bloque de texto, haciendo click en los elementos de anclaje o *anchors*. Se trata, en definitiva, de ofrecer la posibilidad de una lectura a saltos al internauta al que no le interese realizar un recorrido exhaustivo a lo largo de todo el texto.

Todos estos nuevos elementos del diseño *on line* cambian radicalmente los criterios clásicos de jerarquización y de distribución espacial

de los diarios en papel. En las ediciones digitales desaparece la competencia entre las informaciones que en el papel debían de compartir un espacio físico común. Con ello cada noticia es tratada como una unidad informativa independiente. De este modo, el lector recibe el mensaje sin los referentes de contextualización que le ofrece la presentación “global” del modelo de papel.

La mayor parte de los diarios digitales presentes en la red apenas utilizan sistemas de jerarquización informativa. En general, éstos se reducen al orden de presentación en la *homepage*, es decir, a una valoración secuencial. En muchos casos se destaca la información de apertura sobre las demás presentándola en primer lugar, en ocasiones, con una titulación más destacada acompañada de un resumen de varias líneas. Algunos optan por incluir una fotografía que, en ciertos casos, refuerza el peso de la noticia de apertura y en otros, muestra una de las imágenes más significativas del día.

Con todo ello, el periodista pierde algunos de los clásicos elementos denotativos extratextuales que le ofrece el diseño clásico, como la ubicación espacial, la superficie o número de columnas que ocupa, la inclusión de uno o más elementos gráficos, el tamaño y la variedad tipográfica de la titulación, entre otros. Se produce, pues, una mayor “horizontalidad” en el sistema de valoración que realiza el medio informativo. De todos modos, no se debe interpretar que esta pérdida de referentes redunda en perjuicio del proceso comunicativo. En cualquier caso, uno de los clásicos sistemas de transmisión de ideología verá mermadas algunas de sus capacidades.

Dentro del periodismo digital se está produciendo, el lógico cambio de códigos que acompaña a una variación en el sistema de comunicación de datos. El periodismo online está aun dando sus primeros pasos y que

desaparecerán muchos de sus parámetros clásicos, dando lugar a otros nuevos, con un número infinitamente superior de recursos, a una velocidad inusitada, que en muchos casos se producirá en tiempo real. Uno de sus retos inmediatos será el poder presentar comunicación multimedia en la oferta diaria de información, produciéndose un proceso de convergencia de medios que transformará el clásico discurso informativo. Algo que en el ámbito de la información especializada ya se ofrece en la red desde hace varios años. Un ejemplo de ello lo constituye la revista *Bitniks* a través de su página *NetDiario* (www.bitniks.es). Esta publicación nace para el aprovechamiento de todos los recursos que ofrece la red, presentando sus contenidos en forma de texto, video, audio y animación.

Se trata de una website dedicada a la cibercultura, en la que desde la información textual se accede a los contenidos de las noticias, es decir, si se habla de un grupo musical, se pueden escuchar sus canciones; si se trata de una película, se puede ver un fragmento de la misma y si se presenta un juego puede ser probado.

Otro interesante ejemplo de utilización del multimedia en una página web informativa lo tenemos en la Gazeta Dixital que edita el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago, en la que de forma experimental se combina el texto con sonidos y vídeos. (htt: ://ds.cesga.es:8800/GacetaDixital)

En el proceso de evolución del diseño de las websites se ha producido, al igual que como ha sucedido en el papel, un proceso de homogeneización.

En general, se ha optado por un modelo estandarizado que permite diversas variantes. Casi todos los diarios que podemos encontrar en la red

están estructurados por una parte estática compuesta por dos o tres marcos que rodean a una parte central cambiante.

La cabecera de la publicación, en muchos casos se ubica en un marco superior. En la parte izquierda se localiza el segundo *frame* con diversos links que enlazan con las diversas secciones y servicios.

Las secciones, aparecen bajo la cabecera y también al final de la página. En la parte central se presentan los titulares de las noticias más importantes del día presentados uno detrás de otro separados por unos pequeños espacios. Cada uno de estos títulos es un enlace hipertextual que al activarlo muestra la información desarrollada. Estas informaciones, a su vez, están encadenadas con otras más, o con una base de datos que ofrece contenidos complementarios.

El carácter de periodismo de servicio que poco a poco se viene imponiendo en el papel adquiere una importancia crucial en los diarios digitales. Ya no se trata de llegar al público en general sino a un internauta determinado que además reclama información especializada y personalizada.

Cada día es mayor el número de websites que ofertan noticias “a la carta” y, además, de modo gratuito, a través del correo electrónico. En este campo se producirá otro de los retos importantes de los futuros medios de comunicación *on line*. Tras conocer los gustos de cada lector, se podrá personalizar un diario digital para que realice una filtración y ofrezca sólo aquella información que interesa al receptor.

A pesar de que casi todos los diarios digitales presentes en la red son deficitarios, la mayor parte de los rotativos convencionales cuenta con

ediciones *on line*. La inversión inicial tampoco parece excesiva si no se ambiciona demasiado y esto anima incluso a los más modestos a plantarse codo con codo junto a los más poderosos. Lógicamente, en muchos casos sólo se cuenta con una persona para proceder a un simple volcado a la red de los contenidos en papel, mientras que existen también redacciones formadas por varias decenas de personas que trabajan exclusivamente para Internet. No se puede, pues, esperar la misma calidad en unos y otros casos.

Con respecto a los esquemas publicitarios, los más importantes lo constituyen los banners, que en la mayor parte de los casos aparecen en el marco superior, junto a la cabecera de la publicación. En esta colocación de la publicidad se puede establecer cierto paralelismo con lo que ocurría antiguamente en la prensa, en donde era muy frecuente que los reclamos comerciales (o incluso las esquelas) se ubicasen “abriendo” la página. Sólo contadas publicaciones digitales, relegan al final de la publicación el espacio dedicado a la publicidad, lo que, de alguna manera, demuestra un mayor respeto por la información que por la publicidad que podría pagar dicha información.

En general, la influencia de los banners en el diseño conjunto de la página es notoria por la superficie y lugar destacado que ocupan y por ofrecer imágenes en movimiento con colores vivos que destacan del resto de los elementos.

Lo anterior permite ejemplificar la básica estructura de un periódico digital y la manera de presentar la noticia que tiene similitud con su versión impresa, que genera un puente interactivo con el lector a fin de hacerlo participe del hecho noticioso.

2.5.2.- Características del Medio Digital

Nos referimos a digital de acuerdo con la base que tiene la información que es difundida a través de un sistema de computadoras. Debemos tener en cuenta que en este tipo de sistema usado para el procesamiento, almacenamiento y difusión de contenidos disminuye costos de producción, en cuanto al papel, espacio de almacenamiento, transporte de los diarios, etc.

Lo digital se establece con valores numéricos, con un sistema llamado binario, conformado por dos códigos, el 0 y el 1, que son combinados para convertirse en un sistema descifrado que permite que la información llegue a las pantallas en un lenguaje común para los usuarios de computadoras.

Cuando hablamos de digital decimos que la máquina actúa por selecciones binarias y descompone el mensaje en elementos discretos para su procesamiento. La digitalización es el principio, ya que consiste en representar los sonidos y las imágenes en cifras binarias (que se componen de unos y de ceros: bits) de manera que pueden ser procesados por un ordenador (López Xosé 2004).

Interactividad

Es un término que muchos han definido y que comienza con la creación de la informática y de la telemática: Alejandro Rost periodista e investigador, señala que, la interactividad es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa).

Por otro lado Jensen Jens (1998), comprende la interactividad como un continuo o serie de niveles según los grados de participación y control por parte de los usuarios, es además la capacidad que los medios tienen de permitir que el usuario influya en los contenido o formas creados por los medios de comunicación. Estos niveles pueden verse de cuatro maneras, como la:

- Transmisión interactiva.
- Consulta interactiva
- Conversación interactiva
- Registro Interactivo.

Nicoletta Vittadini (1995) considera que ésta es una de las características más innovadoras de los recientes medios cibernéticos, ya que es una modalidad comunicativa no permitida por los medios tradicionales.

En efecto, la configuración tecnológica de los nuevos media determina la superación de una de las características de la comunicación unidireccional y difusiva propia de los medios tradicionales: la ausencia de un feedback inmediato, simultáneo a la emisión, enviado al receptor por el mismo canal de transmisión utilizado por el emisor. Es la sustitución de un estado de empleo pasivo por una utilización activa del medio.

De igual modo señalan Cely Álvarez y Neuman (2000) que de lo propuesto por la autora Vittadini se pueden citar las siguientes características de la comunicación interactiva:

- Asunción de un nuevo papel del usuario: no es un simple receptor que entabla con el texto una conversación de tipo simbólico, asume un papel activo.

- Así, quien produce la información no es necesariamente el que la controla.

- El individuo determina la emisión de las informaciones y elige la sucesión en el ámbito de intercambio comunicativo, esto posibilita utilizar en un modo no lineal el texto (hipertexto), dando libertad al usuario de realizar cualquier recorrido dentro del texto y sus vínculos.

- También puede definir el tiempo de duración de la interacción, puede definir el inicio y el fin de la interacción.

Inmediatez

La inmediatez de la información esta definida por el momento y rapidez con la que se difunden las noticias por el medio de comunicación, por la instantaneidad. El medio digital es el que hoy día goza de este privilegio, pues además de la televisión puede proporcionar no sólo imagen sino también texto, se complementan los elementos para dar una información completa desde el punto de vista técnico e informativo.

Actualmente, el usuario o receptor de la información no debe esperar que el medio divulgue la información bajo un horario o programación establecida previamente, tiene plena libertad de consultar las noticias del momento en el mismo instante en que se produce.

Las noticias a la vez son renovadas constantemente, haciendo un seguimiento de cada hecho importante dentro de la noticia o información.

En este caso estamos hablando de informaciones difundidas en tiempo real, de ningún modo el medio se ve limitado a esperar a una edición

posterior, o a lanzar una edición especial fuera de la periodicidad que caracteriza cada medio.

Ramonet (1999), concluye con que, la instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información.

Omnipresencia

Es la relación directa que ha establecido la prensa digital con los usuarios y lectores. De este modo queda establecida una relación personal entre el redactor y el usuario que demanda la atención y respuesta ante las dudas que pueda generar una información.

Mundial / Universalidad

Está representado bajo un formato digital volcado totalmente en Internet, alojado en un sitio que identifica al producto propiamente dicho. El acceso hacia cualquiera de los nuevos medios, diarios digitales, puede hacerse desde cualquier rincón del mundo, sin exagerar. Con sólo tener un computador y conexión a Internet; puede acceder sin inconvenientes a todas las informaciones, noticias, que presenta día a día un periódico digital.

Los contenidos noticiosos que se dan en cualquier lugar del mundo se difunden a través de la Web, y en consecuencia en los diarios digitales. El usuario puede comparar noticias desde el lugar en que se producen, es decir desde el país de origen, a la vez que puede consultar las opiniones o enfoques que dan otros medios de cualquier otro lugar.

El mundo está a un clic de distancia y la relación se da entre computadores, y cada usuario tiene plena libertad para consultar y dirigir la búsqueda.

Personalizado

A la hora de consultar un periódico *on line* el usuario es el que comanda su línea de lectura y de información. El lector se introduce en la página principal y de ahí puede dirigirse al campo que le interese, o bien puede consultar sólo una noticia de máxima utilidad para él.

Igualmente puede, a través de vínculos de la misma noticia ampliar conceptos fundamentales para el entendimiento total de la información presentada. El medio digital no exige una lectura lineal, además, "dichas informaciones permanecen para ser consultadas por un tiempo indeterminado, con actualizaciones hasta de meses, señala Nora Gamboa (2004, I Foro de Periodismo Digital, Caracas).

Javier Díaz Noci (2004) indica que el medio digital es más que un conjunto o una página Web, es más bien una estructura diseñada para aquello que no existe sino cuando el usuario lo crea a través de su navegación por el sitio.

Nueva retórica

Ya no hablamos de un periódico con secciones, con un número de páginas limitado físicamente. En la actualidad, el periódico *on line* tiene un espacio marcado por páginas Web denominadas con el nombre de las secciones del papel. Cada página de la edición digital es una sección que almacena todas las noticias sin límite de espacio.

Un ejemplo de lo anterior es la pagina de Nacionales de cualquiera de los diarios de estudio, en ellos encontraremos todos los titulares referentes a este espacio informativo, cada titular significa un nuevo enlace donde el usuario dispone qué leer.

El formato de presentación de la información varía del impreso al digital, ya que la información no aparece en columnas, sino según el criterio de diseño gráfico de cada página Web. Las informaciones más importantes están acompañadas de imágenes y en la parte superior de la pantalla, para captar la atención de los usuarios.

El espacio Web, señala Díaz Noci (2004) en uno de sus estudios sobre periodismo digital que “la página principal o *home page* es la puerta de entrada al servicio. Hay una gran flexibilidad del formato. Los textos, imágenes, sonidos y video se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación”.

Actualizable

La información se refresca a la medida que se producen las noticias, contrariamente al periódico impreso, en el que la periodicidad se impone. Al producirse una información, el medio digital no se limita solamente a dar la primicia noticiosa, sino que suma, segundo a segundo, los detalles más importantes que se deriven de la nota principal.

Los periódicos digitales que están presentes en Internet, en su mayoría poseen un espacio que está estructurado por titulares organizados cronológicamente. Según el momento en que se produzcan, van siendo organizados, indicando fecha y hora, a la vez que son revisados y ampliados.

Si damos un vistazo a las páginas principales de los diarios digitales más importantes del mundo, podemos ver como muchos de ellos tienen espacios denominados última hora, últimos avances, minuto a minuto, etc. Otros, indican la hora de la última actualización o bien las últimas informaciones de la página principal señalando la hora en que se alojaron.

Multimedia

Estamos hablando de un medio que fusiona a otros, la televisión, la radio, y la prensa escrita. Las bases y características más importantes de estos medios interrelacionados contribuyen a dar mayor cobertura a las informaciones, proporcionando a la vez una visión más amplia de los hechos.

La imagen, el sonido y la escritura se combinan para la creación de animaciones, presentaciones, infografías, videos, fotografías o grabaciones que le otorgan a las noticias más profundidad, con mayor calidad informativa.

Hipermedia

Son los recursos de Hipertexto y Multimedia. Para Yusef Hassan Montero (2002) la hipermedia, por tanto, es la tecnología que permite estructurar la información de una manera no-secuencial, a través de nodos interconectados por enlaces. La información presentada en estos nodos podrá integrar diferentes medios. (Texto, sonido, gráficos, etc.). Los nodos, son las unidades primitivas para organizar la información en el espacio hipermedial.

Igualmente, señala Diaz Noci (2001) que la recuperación de la información es un camino que el usuario decide. El periodista no orienta la

lectura, ni la impone, se ofrecen diversas opciones dentro y fuera del discurso propio.

Hipertexto

Ted Nelson fue el primero en hacer uso de esta palabra al referirse al hipertexto, como un modo de romper con una costumbre de leer, en el que los usuarios pueden comenzar a hacerlo en el sitio que desee, siendo esto un avance para la humanidad.

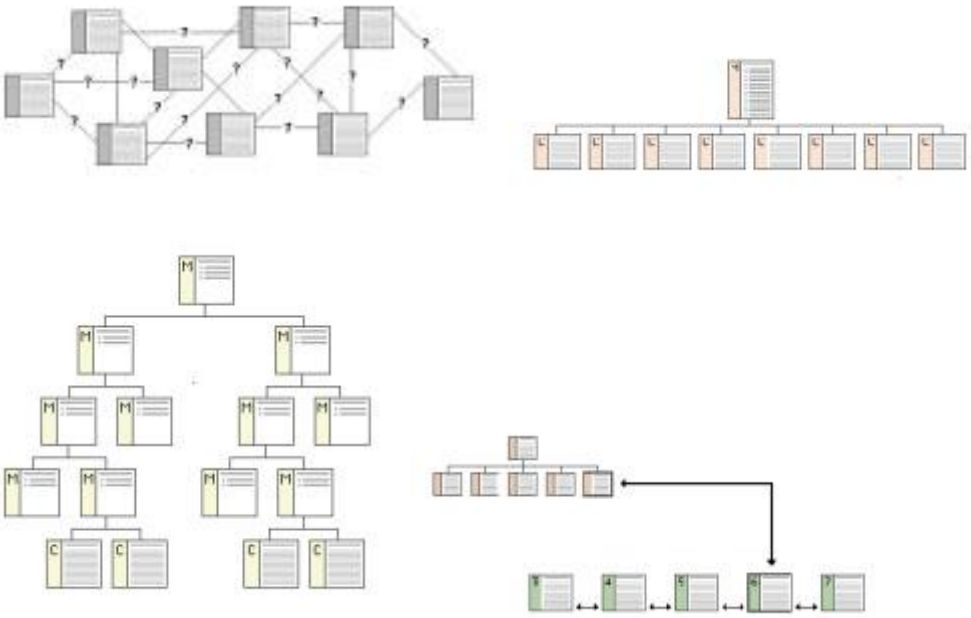
El hipertexto es una tecnología que organiza una base de información en bloques distintos de contenidos, conectados a través de enlaces cuya activación o selección provoca la recuperación de información (Díaz, et al 1996).

Llevando este concepto al marco del periodismo, hablamos de una nueva escritura periodística con su propio criterio estético. Existen cambios constantes dentro de las informaciones puesto que cada una será diferente en su estructura.

Cada documento digital está compuesto por otros bloques de información interconectados a través de distintos vínculos que permiten al usuario avanzar en cualquier dirección, sin llevar secuencia alguna.

Por tanto, la labor periodística consiste en la construcción de textos que permitan una lectura no secuencial, incluyendo a su vez enlaces para ampliar la información y navegar sin obstáculos a través de distintas páginas o vínculos interconectados de cualquier tipo, imagen, video o texto.

El hipertexto de puede presentar de cualquier forma y con infinidad de interconexiones.



Gratuidad

El servicio de conexión depende del equipo necesario, más el enlace básico para navegación por Internet. Pero, aunque el acceso a las páginas de Internet de diarios digitales es gratuito, en algunos casos se cobra por servicios especiales, como la búsqueda de información archivada, el servicio de mensajería, etc. De esta manera se favorece a un sinfín de usuarios.

Accesible

Desde cualquier rincón del mundo, con tener un computador conectado a la red, podemos acceder a cualquier información de cualquier medio digital. Se llega a las informaciones con las mismas facilidades que

tenemos en casa. Es por ello que cualquier acontecimiento que se produzca podemos consultarlo en el diario digital de nuestra preferencia.

El Texto

El texto escrito por los periodistas de medios digitales se caracteriza por la redacción no lineal. De este modo otorga a los lectores mayor facilidad y fluidez en la lectura y aprobación de la información.

El periodista debe manejar informaciones claras y concisas, dando a la vez vínculos bien ubicados que permitan ampliar la información o aclarar hechos, y que no distraigan al lector de la información de interés principal. Puede dar otras opciones pero sin mezclar las secuencias de noticias o áreas de interés.

Periodistas de los medios estudiados señalan que su prioridad es dar una pequeña conclusión del hecho noticioso, una especie de resumen, para que el lector decida ampliar la búsqueda de información, indagar los detalles o complementar los textos informativos.

El Sonido

El sonido forma parte integral de las informaciones, ya que puede fácilmente ser combinado dentro de cualquier página de periódico digital con el fin de dar complemento a las noticias.

La importancia del sonido va en aumento, pues el periodista integra la información escrita y como complemento ofrece al usuario la posibilidad de escuchar entrevistas, fondos ambientales, música, etc.

La Imagen – El Video

La imagen recobra valor mayor al que tiene en la televisión, ya que en los periódicos digitales está presente siempre que el usuario decida verla. Las informaciones estarán cargadas de fotos, gráficos, infografías y videos que proporcionarán al lector una nueva óptica y la apreciación en vivo de hechos de interés mundial

El elemento Color

En Internet, surge un nuevo formato donde se crea variedad y necesidad de uso de nuevos elementos dentro de las páginas.

Es por ello que el color es parte fundamental y de mayor importancia dentro del diseño de cualquier diario o sitio Web, se usan las mismas paletas de colores dentro del diseño general del medio, de modo de que el diario tenga una personalidad propia e identificable rápidamente por el usuario.

Según artículo de Mario García, publicado en la revista Chasqui (2002), actualmente se utiliza color en la escritura como no se había hecho antes. La red descubrió al COLOR como un elemento funcional, para guiar al usuario de un lado a otro de la pantalla. Los diseñadores en medios impresos están imitando la técnica, con gran éxito, en los periódicos impresos.

2.6.- Validez, confiabilidad y credibilidad de la información digital

Para el periodista Xoxé López (2004), el periodismo actual necesita recuperar la credibilidad perdida mediante mayores controles de calidad en los procesos de elaboración de la información si quiere cumplir su papel en la sociedad y aportar información útil.

Las computadoras con conexión a la red permiten a los periodistas y los usuarios manejar información con el fin de confirmar una verdad absoluta, construir noticias, aportar algunas herramientas adicionales para la elaboración de trabajos de mayor calidad y profundidad. No sólo de tomará información como complemento para los trabajos de investigación, sino que también, se deben tomar las bases de datos para la realización de historias periodísticas.

Viendo además que en la red existe más información de la necesaria, se debe saber filtrar los contenidos, tomando en cuenta un proceso de jerarquización, de identificación de fuentes de valor informativo y de contextualización de las noticias.

El medio de por si proporciona a los lectores una visión sobre su prestigio y da a la vez la confiabilidad que el usuario necesita. Pero ni el diario con mayor prestigio se escapa de las críticas y errores informativos.

Las editoriales y representantes de medios deben supervisar y asegurarse de que el equipo de trabajo realmente esté haciendo una buena investigación, de contraste de contenidos y versiones, hacer un buen seguimiento a las noticias, verificación de fuentes y noticias, así como hacer y destacar las referencias de los datos, ofrecer al lector todas las fuentes de la noticia presentada.

2.7.- Historia de medios digitales

En un primer momento, los diarios tradicionales se vieron ante un cambio tecnológico que se manifestó solamente en los procesos de elaboración de la información y su procesamiento.

Luego, los lectores tradicionales y los nuevos lectores exigieron un cambio, el cual estaba estrechamente relacionado con la llegada de Internet. Todos los productos están en la Web, es decir que los periódicos que diariamente nos venden información plasmada en papel, algo físico, tuvieron que responder rápidamente al cambio requerido, y la solución evidentemente era alojarse en Internet.

América Latina siguió los pasos de Estados Unidos. En un primer momento, las ediciones en Internet eran una copia fidedigna del tradicional impreso. Servían de complemento y representaban una nueva opción para quienes tenían entrada a la Web.

Ya cuando en otros países la experiencia resultó exitosa, las empresas latinoamericanas incursionaron fuertemente en el mundo digital, y las compañías de software ofrecían sus mejores programas con lo último en soportes tecnológicos. Se trató, no sólo de hacer el diario en un nuevo formato, sino realizar un nuevo producto con mejores opciones multimedia totalmente digital.

Fue así como los diarios más importantes y con mayor prestigio de cada país empezaron a experimentar en la superautopista de la información. No se vendería un producto a nivel nacional, sino que se asumiría la responsabilidad de elaborar información con un alto nivel de calidad, porque el diario ahora tendría un usuario o lector mundial.

2.8.- El Universal [5]

El periodista Miguel Ángel Tortello [6] afirma que El Universal Digital fue uno de los primeros medios venezolanos que pasó del papel a Internet. Las características de interactividad, inmediatez, y omnipresencia que brinda la red fueron motivos suficientes para competir con otros grandes periódicos del mundo que daban sus primeros pasos en el ciberespacio.

Tortello sostiene que "la historia de EUD.com es la historia del nuevo periodismo venezolano. La aparición y práctica de un nuevo medio y de una nueva forma de buscar, procesar y transmitir información".

Esta iniciativa nació en octubre del año 1995, cuando profesionales del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT), con la participación de ingenieros y periodistas de El Universal, desarrollaron El Universal Digital, nombre que se le dio inicialmente.

A partir de entonces, comenzaron las primeras pruebas de automatización de las informaciones que aparecían en la primera página del periódico. Los resultados se publicaron en abril de 1996 a través de un índice de 12 informaciones. Ya para el año 2000, más de 300 informaciones serían procesadas a diario en contraste con la cantidad que se lograron publicar.

---

[5] El Universal, El Universal Digital. Fundación Andrés Mata, El paso del puente, 28 de noviembre de 1996

[6] TORTELLO, Miguel Ángel. El Universal. Su huella en la historia. EUD.com y El Periodismo del nuevo milenio. El Periódico. P. 47.

La Gerencia de Publicaciones Electrónicas de El Universal, organizada para este fin, dio forma a los recursos materiales y humanos que consolidaron el producto que luego recibiría el nombre de EUD.com, para tener así una personalidad propia, con objetivos y metas específicos dentro de la estructura del periódico.

Para finales de 1996, se inició el proceso de capacitación de personal que dio como resultado el rediseño del *site* y la organización de equipos de trabajos funcionales que hicieron posible la creación y mantenimiento de los nuevos contenidos.

La primera fase de esta publicación digital fue marcada por una etapa del periodismo electrónico denominada *sholeware*, caracterizada por una repetición literal del medio impreso en la Web. Luego, el equipo de trabajo se trazó la tarea de añadir valor agregado a los contenidos.

Tortello continúa diciendo que “las características de la red y de las computadoras le han dado vida propia a las informaciones que van para el ciberespacio. Existen particularidades en la presentación, el diseño, y el contenido del producto que van orientadas a facilitarle la lectura a quien ve el periódico en la pantalla de un computador”.

El Universal en su versión digital ha previsto todas esas variables, para ofrecer una información fácil de leer, un diseño agradable, y lo mejor, la posibilidad de copiar en el disco duro un documento completamente navegable que permite leer las noticias sin estar conectado a Internet.

Estos nuevos valores aprovecharon las cualidades del medio para añadir las voces de los entrevistados y declarantes, relaciones entre los hechos a través de hipervínculos y documentos de apoyo que se usaron

como fuente. Como consecuencia, el crecimiento de los servicios incrementó la nómina a una plantilla de 21 empleados en 1997, contrastando con los apenas cuatro pioneros del año 1996.

En el mes de septiembre fue lanzado su primer canal especializado, Playball (playball.eud.com), con informaciones, bases de datos, y transmisiones continuas de la temporada de béisbol venezolano.

Para finales de 1997, EUD habría aumentado su tráfico a 9 millones de visitas mensuales, una cifra elevada con respecto al año anterior, cuando sólo existían 2 millones de visitantes mensuales. En 1998, año de las elecciones presidenciales venezolanas, EUD.com crea su segundo canal vertical de información: “Elecciones 98” (luego sería politica.eud.com), que cubriría los pormenores de la trascendental contienda política que se desarrolló ese año.

En abril de 1998 son lanzados el Directorio de páginas web y personas (directorio.eud.com), las salas de chats (chats.eud.com) y los Foros (foros.eud.com). Se abrió de este modo la posibilidad de crear comunidades cibernéticas con un lugar virtual de fácil acceso y en idioma castellano.

Dos hechos de gran trascendencia marcaron en el destino de EUD.com: el primero, la creación de un registro de usuarios, que permite conocer cuántas personas son asiduos al *site*, facilitando el intercambio directo de opiniones sobre gustos, necesidades informativa y otros servicios. Para el momento de la creación de esta base de registro, a mediados de 1998, existían más de 80 mil usuarios, y la cifra se incrementa mes a mes.

La incorporación de los avances tecnológicos dentro de la estructura del *site*, es el segundo aspecto de significativa importancia, debido a que

desde entonces EUD.com dejó de ser un medio de comunicación Web, para convertirse en proveedor de informaciones con cobertura propia de los hechos, atendiendo a la noticia que se produce al momento, así como la información interpretada.

Para finales de 1998, EUD.com ya tenía un equipo de 32 personas y logró un aumento anual de un 123 por ciento en sus ingresos por publicidad. El año 1999 estuvo marcado por un acelerado ritmo de crecimiento en diversas áreas de contenido editorial y servicios a los usuarios.

De esta manera son publicados La Guía de la Ciudad (caracas.eud.com) y el primer servicio venezolano de correo electrónico gratuito (mail.eud.com), el canal Deportes (deportes.eud.com), Clasificados (clasificados.eud.com), Economía (economia.eud.com), Tecnología (tecnología.eud.com), Mascotas (mascotas.eud.com) y en comercio electrónico su Guía de Compras (compras.eud.com).

Para 1999, EUD.com era ya el portal líder en Venezuela. Poseía más de 20 canales informativos, que son visitados en conjunto más de un millón de veces al mes, posicionándose sólidamente dentro del mercado latinoamericano de servicios electrónicos.

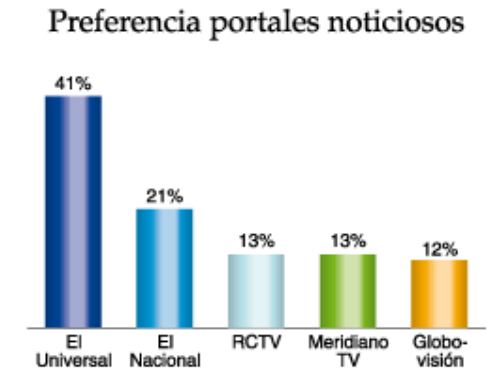
A juicio de Tortello, “el siglo XXI crearán nuevas necesidades y retos tecnológicos. Son muchas las promesas que se esperan de la Internet”, tales como la banda ancha que hará una red con capacidades intensivas del multimedia, del despegue del comercio electrónico en los países latinoamericanos y la migración de la red a diversos dispositivos de uso general que hará posible recibir información en teléfonos celulares y otros equipos de mano y de bolsillo, complementando el fenómeno de la ladea global y de la ubicuidad informativa.

"El Universal viene a llenar, junto a otras iniciativas a nivel mundial, el vacío existente en cuanto a contenidos diariamente actualizados, abundantes, bien presentados y variados.

En todos estos campos, EUD.com tiene grandes retos y ya ha comenzado a afrontarlos con el salto a nuevas plataformas como Beepers y PDAs con versiones ligeras y adaptadas a estos formatos. El mundo de las telecomunicaciones ofrece mucho camino por recorrer, por eso en EUD.com la historia no ha terminado, apenas comienza.

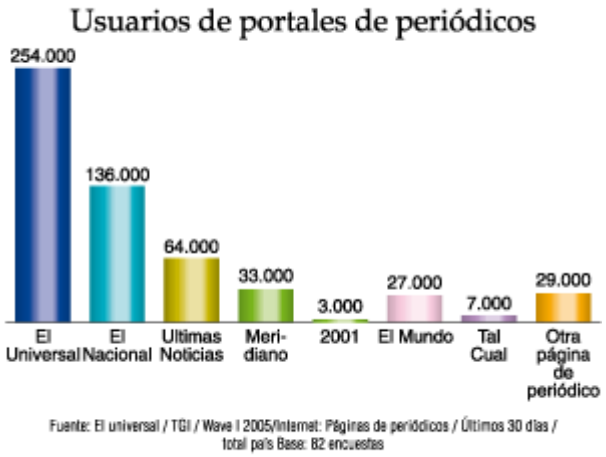
Actualmente El Universal está a la vanguardia del periodismo digital, ya que cuenta con una edición totalmente renovada respecto a lo que en sus inicios presentaba. Cada espacio que ofrece El Universal está claramente pensado y diseñado para los usuarios que demandan cada vez más noticias de último momento. La renovación constante es el elemento que atrae a los miles de usuarios que diariamente ingresan al *site*, además de la gratuidad del servicio.

Según estudio elaborado en el año 2005 por El Universal / TG Wave "Páginas de periódicos" el 41% de usuarios de portales noticiosos prefieren la edición digital de El Universal.



Fuente: El universal/TGI/Wave I 2005/Internet: Páginas de periódicos / Últimos 30 días total país Base: 82 encuestas

Mientras que en comparación con otros portales de periódicos a nivel nacional el estudio arrojó un 86% de preferencia por el site www.eluniversal.com, ya que reúne todas las exigencias del público asiduo a los hechos noticiosos.



"El promedio mensual de páginas vistas de eluniversal.com alcanza los 25 millones, lo que lo ubica en el privilegiado primer puesto del ranking de portales de noticias y medios". Por otra parte la larga trayectoria del medio y el alto perfil profesional que han demostrado a través de la ardua labor reporteril le suma diariamente valor informativo, confiabilidad y credibilidad a todo lo que sus páginas y la pantalla ofrecen.

La última novedad que ofrece la prensa digital venezolana es el servicio vía telefónica. Es decir que cualquier usuario con teléfono móvil tiene acceso a los últimos avances informativos que ofrece minuto a minuto la edición digital, así como también las noticias de la edición del día, cartelera cinematográfica, horóscopo y las viñetas de Rayma.

2.8.1.- Mapa ELUNIVERSAL.COM

Desde la creación del espacio digital de El Universal, se han ido agregando espacios para todos los gustos y todas las áreas.

Es así que la edición digital del diario cuenta con una Página Principal, Primera Plana, Tema del Día, Índice de Noticias, Ediciones anteriores, Suscripciones a la edición impresa, Buscador, política de privacidad y términos legales.

Por otra parte están las secciones del diario, Nacional y Política, Economía, Internacional en su Semana en noticias, en la Sección de Opinión están Correo del Pueblo y Tinta en la Red.

Deportes presenta su semana en noticias en las distintas áreas béisbol, fútbol, baloncesto y formula 1, además nos trae las opiniones de los narradores deportivos más destacados.

Caracas, tiene sus secciones de Semana en Noticias, Gran Caracas y Sucesos. Por otra parte se muestra Tiempo Libre, Cine, Sudoku y Horóscopo, Alma Mater, Universo Empresarial, Sociales, Obituarios, Rayma con sus viñetas del día y del mes; enlace con blogs Posición Adelantada, Fútbol, Cinema, Moda y Playball.

Sus encartados digitales la revista Estampas, Turismo, Daily News, Carteles y Edictos, Los Clasificados y el enlace hacia la fundación Andrés Mata.

El universal.com cuenta además con los productos Cvfuturo.com, Autofuturo.com y Porlapuerta.com., ofrece servicios de Registro y publicidad.

2.9.- El Nacional [7]

Uno de los primeros diarios en aventurarse al ciberespacio fue El Nacional, con su edición matutina de 1998, nació El Nacional On Line, el cual fue desarrollado por la empresa Infotech. En un principio sólo ofrecía la posibilidad de revisar la edición del diario tradicional o en papel, pero posteriormente le fueron agregando más secciones y, algo muy importante para cualquier internauta ávido de conseguir información, un archivo.

En octubre de 1995 publica su edición digital Compuserve, y en el 96 cambia el aspecto visual con su propia página.

El Nacional.com cuenta con un equipo de personas altamente calificadas que se encargan de diversas tareas, logrando que El Nacional salga en la Web de manera rápida, exitosa y eficaz.

Primero, se recolectan las noticias, que se rescatan del computador central en donde está toda la información que contiene El Nacional impreso. No hay periodistas exclusivos que escriban para el periódico en línea, y se trabaja con los mismos periodistas que en El Nacional impreso. Cabe destacar que una persona en especial – la gerente del departamento- se encarga de ir a los consejos de redacción para decidir qué irá en la edición del día.

[7] *Una corporación por dentro*, C.A. Editora El Nacional, Septiembre, año 2000

Una vez recolectadas las noticias del editor, se corrigen esas informaciones y se les colocan ciertos comandos o especificaciones, para que más tarde las pueda leer el programa que armará las páginas Web y transformará ese texto en lenguaje html.

Se trabaja con las mismas secciones del periódico impreso: deportes, internacionales, política, economía, sucesos, ciudad, cultura, farándula, las cuales se agrupan según la sección y se colocan sólo las más importantes. Pero, es evidente no puede colocarse toda la información que va en el periódico impreso, porque entonces sería interminable y muy tedioso para los lectores en línea.

Una vez que se tiene el texto, se recolectan las fotos más importantes que ilustren las noticias. Se transforman en un horario específico y se les cambia el tamaño. Hecho esto, se coloca la información en un diseño establecido de las distintas páginas Web de El Nacional. Estas páginas web no son más que las diversas secciones del periódico: deportes, sucesos, economía, política.

El texto se coloca en lenguaje html y las fotos se insertan en el texto, lo cual se hace con un simple “cortar” y “pegar” de un formato a otro. El programa que usan tiene la ventaja de transformar tanto el texto como las fotos en lenguaje html que hace posible que se vea el periódico y las demás páginas Web en Internet. Ya el diseño de El Nacional On Line está establecido mediante plantillas o formatos y es en este diseño en donde se coloca la información del periódico que cambia diariamente.

Una vez que se tiene todo el periódico *on line* armado y listo para ser publicado en Internet, se envía a un servidor en Estados Unidos, que se encarga de montarlo y publicarlo en la Web.

2.9.1.- Una experiencia El-Nacional.com [8]

Para la periodista Solangel Rodríguez, coordinadora de la edición digital de El Nacional, la diferencia entre las publicaciones digitales y los medios tradicionales radica en una total comprensión y aprovechamiento de las bondades que ofrece el medio.

En palabras de Rodríguez, “La experiencia en el-nacional.com nos ha permitido conocer que el público de Internet lee todo cuanto se le presente”.

Primero, el usuario busca información precisa acerca de lo que ocurre a su alrededor, luego elige los enlaces para ampliar y ahondar en las áreas que más le interesen, para luego participar en los chats, foros y encuestas, lo que facilita a los editores conocer las preferencias de los usuarios.

Para esta comunicadora, “lo más importante y valioso es saber integrar eficazmente los recursos que ofrece la red de redes: texto, sonido, imagen, enlaces, búsquedas, animación e interacción, entre otros; para ofrecer al usuario información al instante con la posibilidad de acercarse al mensaje desde diferentes entradas y con diferente orden”.

2.9.2.- Información especializada

Aparte de la información actualizada al instante de la sección Minuto a Minuto, el-nacional.com ha ido creciendo en áreas temáticas que se reúnen en áreas llamadas Canales, que contienen información especializada: Ciencia y Bienestar, Deportes, Entretenimiento, Turismo, Universidades, Agenda Legislativa y Venezolanos en el Exterior.

[8] ***Ponencia: Solangel Rodríguez, en el I Foro de periodismo digital de Venezuela, Caracas, 2004***

Además, el-nacional.com ofrece foros con especialistas en áreas específicas, desde un experto en política internacional hasta un cardiólogo, que conversa directamente con los usuarios. En palabras de esta comunicadora, los resultados han sido satisfactorios.

En cada uno de estos espacios, el usuario encuentra noticias, áreas de intercambio, con el propósito de que, los lectores consulten noticias y reportajes con profundidad, según sus necesidades específicas.

Según Rodríguez, los foros de participación son de suma importancia, tanto para los participantes como para quienes trabajan en la página, ya que estos últimos reciben el feedback de los lectores, y les da la oportunidad de intercambiar opiniones acerca de las noticias y servicios.

Relata Rodríguez que, a partir de la interacción con los usuarios, han revisado material teórico sobre la Web para hacer mejoras en la página. Un autor muy consultado es el ingeniero danés Jakob Nielsen, toda una autoridad en el campo de la facilidad de uso en Internet (usability, en inglés), y quien ha analizado la relación de los usuarios con las páginas Web, los modos de navegación, la comprensión de la arquitectura del sitio y la decodificación de mensajes.

Rodríguez concluye afirmando que “ofrecemos a nuestros usuarios un producto complementario al tradicional, pero conservando puentes permanentes que los comuniquen y que permitan el intercambio público”.

CAPITULO III

"Marco Metodológico"

3.- Capitulo III: Marco Metodológico

3.1.- Tipo y Diseño de la Investigación

Con el propósito de definir el problema de investigación a través del estudio de las características que presenta, en una primera fase, la investigación se caracterizó por ser del tipo **Investigación Documental** porque para dar respuesta a la problemática planteada, es necesario abordar los diversos factores que inciden en su desarrollo. Es útil aplicar este tipo de investigación debido a que constituye una estrategia donde se observó y reflexionó sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no) usando para ello diferentes tipos de documentos de esta manera su aplicación permitió al investigador determinar y delimitar el problema de estudio.

Al respecto de este tipo de investigación Weiers (citado por Da Silva, 1999. p.2) la define como aquella qué:

Tiene por objeto, ayudar a que el investigador se familiarice con la situación problema, identifique las variables más importantes, reconozca otros cursos de acción, proponga pistas idóneas para trabajos posteriores y puntualice cuál de esas posibilidades tiene la máxima prioridad en la asignación de los escasos recursos presupuestarios de la empresa. En pocas palabras, la finalidad de los estudios descriptivo es ayudar a obtener, con relativa rapidez, ideas y conocimientos en una situación. Es un tipo de investigación extremadamente útil como paso inicial en cualquier proceso de investigación.

Asimismo, Arias (2004) señala:

> La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos.(p.25).

De acuerdo a lo planteado en el párrafo anterior, la investigación se cataloga documental por la necesidad de recurrir a las fuentes bibliográficas a objeto de comprender y analizar el desarrollo del periodismo digital como medio de información en la sociedad venezolana actual, como también, comprender el nuevo rol que debe asumir el periodista ante tal avance tecnológico aprovechando las grandes ventajas del Internet.

A partir de la incorporación de este tipo investigación, los datos a recolectar en este estudio, procedieron de fuentes documentales, como lo son: documentos, informes, folletos, otras investigaciones, entre otros; en este sentido, se empleó el conjunto de técnicas y protocolos instrumentales de la investigación documental.

En cuanto al origen de los datos para la realización del presente estudio, es importante destacar que los datos fueron obtenidos de la fuente primaria representada por los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV distribuidos en los turnos matutino y nocturno siendo esta una de las principales razones por la cual la investigación se cataloga como una Investigación de Campo, la cual según Arias (2004) en su libro de proyecto de investigación, destaca con respecto a ella lo siguiente:

"**Investigación de Campo** consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna."(p-48)

Para desarrollar el presente estudio, se emplearon herramientas de carácter descriptivo, ya que gracias al uso de la descripción, se establecieron las características que presenta en la actualidad el periodismo digital en Venezuela a partir de un estudio comparativo de dos de los principales diarios de circulación nacional los cuales tienen sus correspondientes portales en la Web.

Acerca de la **Investigación Descriptiva** es importante destacar lo que plantea el Manual de Tesis de Grado de la Universidad Santa María (USM, 2001, p.45) el cual la define como aquella que basa su estudio "…en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciales."

A ésta definición, es necesario agregar lo escrito por Tamayo (2001), donde la Investigación Descriptiva es un proceso que comprende: "...la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, conformando procesos de los fenómenos."(p-335)

Importa destacar, que por **diseño de investigación**, se entiende al plan global o la estrategia que orientará y guiará el estudio por realizar. A partir de la introducción del diseño de investigación bibliográfico, los datos que se recolectaron para el posterior análisis se consideran datos secundarios. Los mismos, procedieron de informes que contienen los resultados de otras investigaciones relacionadas con la problemática objeto de indagación; así como de otros documentos, informes, obras publicadas, etc.

Al mismo tiempo, se aplicaron el conjunto de técnicas y protocolos instrumentales, propios de la investigación documental que permitirán obtener y organizar la información inherente al estudio, a través de procedimientos metódicos y críticos. En la medida, que… “La investigación documental, proporciona el conjunto de procedimientos tecno-operacionales que deben seguirse, a fin de lograr mayor y mejor eficiencia, en el manejo de las fuentes documentales que sirven de base y orienten las formulaciones de investigación” (Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, 1987, p.15).

En lo que se refiere al diseño de la investigación, la misma se identifica ante todo como una **Investigación Documental-Bibliográfica** ya que el análisis y obtención de los datos, proviene de material impreso.

Según la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (1989, p.63) un proyecto documental se define como “un trabajo científico, que aborda de forma coherente un tópico o tema de la especialidad; implica, necesariamente, el examen sistemático de informes o documentos como fuentes de información, su evaluación y posición crítica de los autores del trabajo”

A través del estudio documental, con la incorporación de un diseño de tipo bibliográfico, se desarrolló un análisis acerca del periodismo digital en Venezuela en simultáneo con el papel del periodista dentro de esta nueva rama informativa en conjunto con el periodismo impreso y radial.

También la investigación se clasifica como **Diseño No Experimental** en la que no hay manipulación de variables, la acción de las variables ya se dio en la realidad; el investigador no intervino en ello, lo que quiere decir que la investigación se basó en la observación de las variables y las relaciones

existentes entre éstas en su contexto natural, el investigador lo que hizo fue tomar los datos tal como se presentan en la realidad.

Dentro del marco del Diseño No experimental, el presente estudio se categoriza como **Diseño Transaccional**, porque se realizan observaciones en un único momento en el tiempo, y dentro de esta modalidad y del nivel de profundidad que tiene la investigación, esta entra dentro del grupo **Transaccional-Descriptiva** ya que tuvo como propósito, describir la situación que actualmente se presenta con respecto al periodismo digital en Venezuela.

3.2.- Metodología: Uso de la Técnica e Instrumento para la investigación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2003) son los procedimientos que el investigador utiliza para recoger la información necesaria con el propósito de desarrollar un trabajo o estudio de investigación. Esta información, es la materia prima por la cual puede llegarse a explorar, describir y explicar los hechos o fenómenos que definen un problema de investigación.

Dentro de las técnicas aplicadas para la recolección de datos en la presente investigación se encuentra la:

Observación Estructurada

La investigación en cuestión es del tipo estructurada porque se realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, cuadros, tablas, y otros elementos de base esencial para comprender el desarrollo del periodismo digital en Venezuela los cuales fueron obtenidos a partir de la revisión bibliográfica, por lo cual se le conoce también a esta técnica como observación sistemática.

Entrevista

Esta técnica utilizada en el presente estudio, es empleada para obtener datos de manera directa y confiable y consiste en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; y se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación a desarrollar.

Con respecto a esta técnica, explica Sabino (1999) en su libro sobre proyecto de investigación, que consiste en una interacción entre dos personas, una de las cuales - el investigador - formula determinadas preguntas relativas al tema en investigación, mientras que la otra - el investigado - proporciona verbalmente o por escrito la información que le es solicitada.

Es la entrevista, una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación.

Se utilizó en el estudio en cuestión, la entrevista no estructurada o libre.

Una entrevista no estructurada o no formalizada es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. No se guían por un cuestionario o modelo rígido y le da al entrevistado, mayor libertad en sus respuestas.

Con ayuda de la entrevista, se logrará obtener información con respecto al periodismo digital y corroborar aspectos destacados en la observación.

3.2.1.- Técnicas de análisis de información

Dentro de las técnicas aplicadas al siguiente estudio, esta responde a la modalidad de la técnica de análisis cualitativo y cuantitativo ya que es importante resaltar el análisis estadístico de la información obtenida a través de la técnica de la encuesta por medio de un cuestionario.

Según Vivas (1995), el análisis cualitativo se efectúa mediante enunciados y se utilizan instrumentos como: matrices de cotejo, de tiempo, de agrupaciones, de efectos, listado de eventos, descripción de variables, cuadros de contextos, entre otros; la técnica de exhibición cumple un papel muy importante ya que a través de la narrativa se busca comprender el desarrollo de la problemática y la relación existente entre las variables, utilizándose para ello instrumentos: matrices, gráficos redes y tablas para presentar la información.

En base a lo anterior, es cualitativo ya que en la investigación se analizaron los datos obtenidos a partir de las entrevistas y encuestas (cuestionarios) donde se describieron las ideas, las emociones y las actitudes que se perciben como comunes entre todos los entrevistados, se identificó las contradicciones en que incurra un sujeto consigo mismo y/o entre sujetos.

Adicional a lo establecido en el párrafo anterior, es importante mencionar que existe un conjunto de datos obtenidos de documentos provenientes de fuentes bibliográficas e Internet que fueron analizados gramaticalmente a fin de observar el significado que puedan tener las palabras en el contexto en que se expresan y determinar así el grado de incidencia en el desarrollo del fenómeno en estudio.

La investigación también se califica de cuantitativa ya que se analizaron datos obtenidos de los cuestionarios a partir de la estadística descriptiva a objeto de analizar la opinión de los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV con respecto al desarrollo y estructura del periodismo digital en Venezuela.

3.3.- Fases de la Investigación

El estudio se realizará en cuatro niveles

- Definir el objetivo fundamental por el cual se aplicará la técnica y el tema a investigar con cada cuestionario.

- Elaboración y aplicación de cuestionarios que servirán como prueba para recolectar la información requerida. Estos cuestionarios serán analizados recopilando así respuestas para el diseño de un segundo cuestionario más específico y dirigido.

- Elaboración y aplicación del segundo cuestionario preciso, orientado a respuestas específicas que aclaren los puntos ambiguos del primer cuestionario necesarios para buscar una conclusión satisfactoria.

- Evaluación, análisis de repuestas. Definición de puntos tratados. Conclusiones obtenidas por la aplicación del método.

3.4.- Población y Muestra

Hernández, Fernández, Batista (2003) explica con respecto a la unidad de análisis como aquellos quienes van a ser medidos y de acuerdo a la problemática a investigar y objetivos de la investigación nos llevará como siguiente paso a delimitar una población.

Por su parte, Tamayo (2001), define a la Población como: "... La totalidad del fenómeno a estudiar..." (p.92), y en cuanto a la muestra el mismo autor, señala que es "... La selección de algunos elementos de la población para ser estudiados y luego inferir, a partir de ellos, un comportamiento para la población..." (ob. cit).

De acuerdo a lo anterior para la presente investigación, la muestra de estudio comprendió dos (2) diarios con edición *on line* estudiados desde sus inicios, tomado como ejemplo para describir lo que es y representa un periódico *on line*, sin embargo la importancia de la investigación radicó en las encuestas y entrevistas que se le realizaron a estudiantes de Comunicación Social y a los profesionales que desde los computadores elaboran diariamente las ediciones que se pueden apreciar en las pantallas del computador, al igual que los profesionales que diariamente colaboran con la misión de dar a conocer alrededor del mundo la innovación que significa la información hecha y pensada para el mundo digital.

Por otra parte es importante señalar que con respecto al cuestionario, la población objeto de estudio constituyó una muestra de cien (100) estudiantes de la Universidad Central de Venezuela pertenecientes a la Escuela de Comunicación Social de los turnos matutino y nocturno los cuales fueron elegidos aleatoriamente.

La selección de los diarios se fundamentó en un estudio hecho por El Universal en el 2005, donde señala que los dos diarios principales en Internet son El Universal y El Nacional, tanto en prensa escrita como en sus ediciones digitales.

CAPITULO IV

"ANÁLISIS DE RESULTADOS"

4.- Capitulo IV: Presentación y análisis de resultados

Para el desarrollo del apartado concerniente al análisis de resultados, es importante destacar que el mismo se dividió en dos secciones, la primera concierne al tratamiento estadístico dado a las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV con el objeto de establecer la situación actual que vive el periodismo digital en el aula de clase y de una u otra manera estudiar el grado de conocimiento que tiene el estudiante con respecto al periodismo digital y el manejo que da la escuela con respecto al tema a objeto de preparar al futuro periodista, en el desenvolvimiento de sus labores dentro de esta nueva modalidad de periodismo.

A continuación se presentan los resultados obtenidos al realizar el análisis del Cuestionario por cada ítem, el cual fue aplicado a una población de 100 estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela que fueron elegidos aleatoriamente.

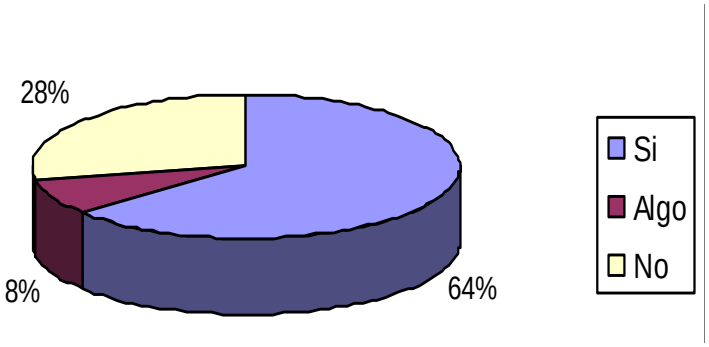
4.1 Análisis Cuantitativo (Cuestionario)

Gráfico # 1: Pregunta Nº 1

1.- ¿Sabes qué es el Periodismo Digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	64	64
Algo	8	8
No	28	28
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



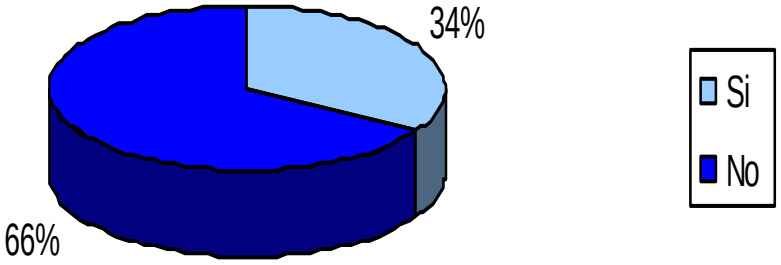
El 64% de los entrevistados dijeron tener conocimiento de lo que es el periodismo digital, coincidieron en definirlo como las informaciones que realizan los periodistas desde y para Internet las cuales son acreditables en este país, particularmente en los diarios El Nacional y El Universal ya que el formato del periódico digital es copia fiel del original (entiéndase este como el medio impreso como tal) el cual cada noticia esta avalada por periodistas de renombre en el medio venezolano. Los entrevistados afirmaron que la escuela ha puesto un gran esfuerzo en difundir lo que es el periodismo digital, así como también se han efectuado foros y seminarios con respecto al periodismo digital y el papel del periodista en su desarrollo.

Gráfico # 2: Pregunta Nº 2

2.- ¿Conoces los términos usados en el periodismo digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	34	34
No	66	66
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



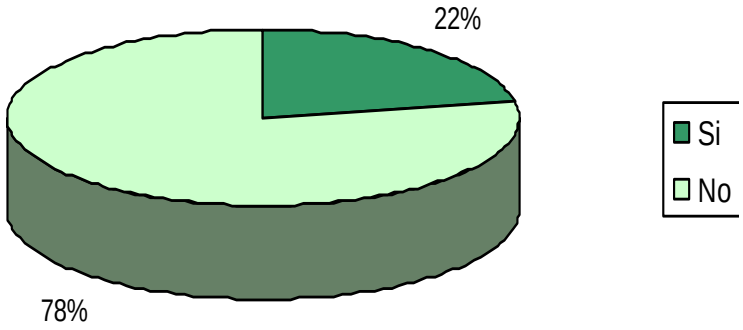
De los 100 estudiantes encuestados, apenas el 34% afirmaron conocer algunos términos relacionados con periodismo digital como link, vínculo e hipertexto, consideran importante que la escuela se actualice en el área e incluyan dentro del pensum de estudio materias relacionadas con el periodismo digital y el uso del Internet como medio de enlace entre el periódico y la audiencia en cuanto a veracidad, manejo de fuentes y de espacios interactivos entre el lector y el periodista.

Gráfico # 3: Pregunta Nº 3

3.- ¿Sabes como es el manejo de las fuentes en el Periodismo Digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	22	22
No	78	78
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



El 78% de los estudiantes desconocen las fuentes que usan los periodistas digitales, lo que evidencia el total desconocimiento de las políticas de trabajo que se manejan en el desarrollo del periódico digital, situación que es producto de la carencia dentro de la escuela de materias relacionadas con este medio de información. El 22% que afirma conocer el manejo de las fuentes en base a la trayectoria de los periódicos, El Nacional y El Universal ya que los mismos emplean fuentes provenientes de agencias de noticias acreditables, como también, el empleo de periodistas de amplia trayectoria para garantizar objetividad y confiabilidad en la información.

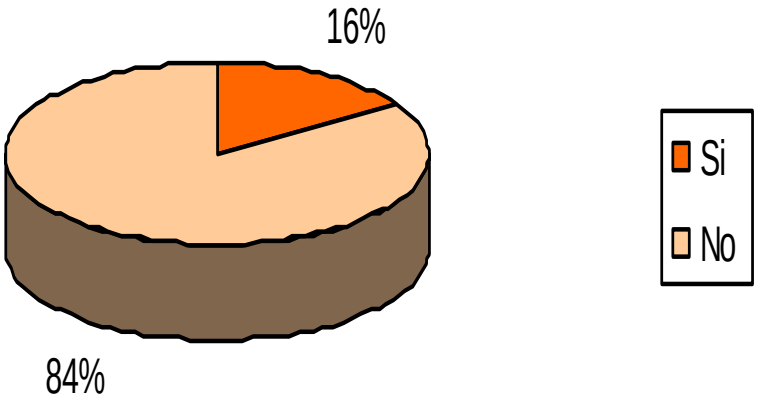
Cabe destacar que los estudiantes en su mayoría coincidieron que la manera tradicional de buscar la noticia no va a pasar de moda, la misma prevalecerá destacando que el periodismo digital es un nuevo acceso a la información que fortalece el periodismo impreso en el país.

Gráfico # 4: Pregunta Nº 4

4.- ¿Conoces los elementos que se toman en cuenta para validar la información en el periodismo digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	16	16
No	84	84
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



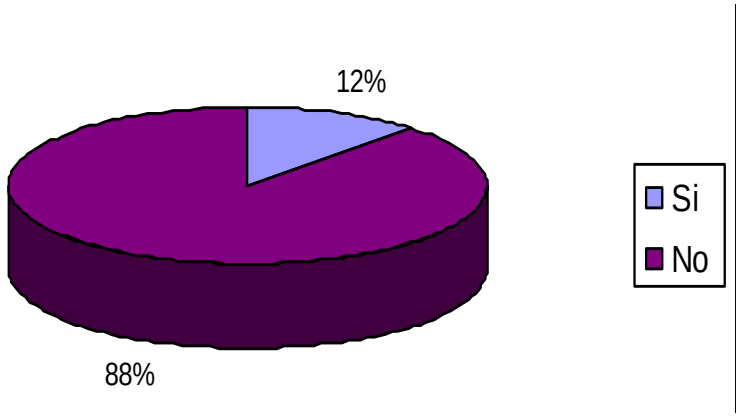
Apenas el 16% tiene algún conocimiento de los componentes que tienen importancia para corroborar las informaciones en el medio digital y por ende el manejo de las fuentes, consideran que es vital dentro del pensum de estudio destacar materias o ampliar las unidades de crédito a objeto de incluir materias relacionadas con las políticas, manejo de fuente, calidad y tipo de redacción en el periodismo digital, que de una u otra manera permita al máximo optimizar su uso.

Gráfico # 5: Pregunta Nº 5

5.- ¿Conoces suficientes bibliografías sobre el periodismo digital y el rol del periodista dentro de este nuevo género de información?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	12	12
No	88	88
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



El 12% de los encuestados afirmaron conocer bibliografía refiriéndose concretamente al autor español Díaz Noci, y no a títulos en particular, destacando que en la escuela no existe bibliografía actualizada y que el departamento de investigación no le ha dado la debida importancia al tema situación que se refleja en las publicaciones que emite la escuela en el área de Comunicación Social y sus innovaciones.

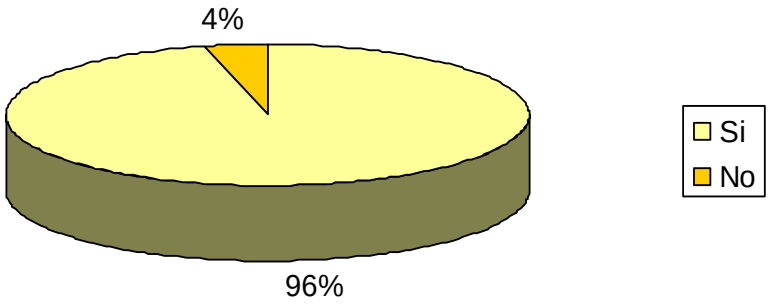
El 88% de los encuestados desconocen bibliografía al respecto y señalaron que en las carteleras que maneja la escuela con respecto a la adquisición de material informativo no destaca el periodismo digital.

Gráfico # 6: Pregunta Nº 6

6.- ¿Crees que es necesario desarrollar investigaciones sobre periodismo digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	96	96
No	4	4
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



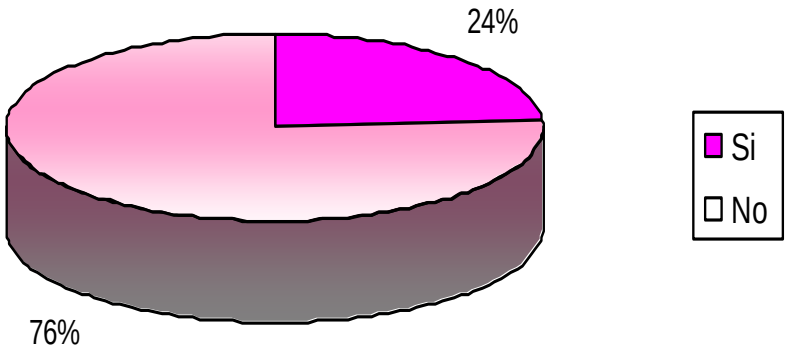
El 96% de los encuestados coinciden en afirmar que debe investigarse acerca del periodismo digital, y el motivo común es que es un tema del cual existe suficiente material para consulta estudiantil y que en la Escuela de Comunicación Social de la UCV su desarrollo y difusión aun es muy escuálido, situación que se puede apreciar en el alto porcentaje de desconocimiento que se tiene sobre el tema.

Gráfico # 7: Pregunta Nº 7

7.- ¿Recibes en la Escuela preparación académica con respecto al Periodismo Digital?

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa (%)
Si	24	24
No	76	76
Total	100	100

Fuente: El Autor (2007)



El 76% de los encuestados afirman que en la Escuela no reciben conocimientos suficientes acerca del periodismo digital, ya que sólo hay una asignatura obligatoria en el pensum de estudios referente a la informática, y otra de carácter optativo –para alumnos de los tres últimos semestres-, que aborda someramente el periodismo digital.

4.2.- Análisis Cualitativo. (Documentos Impresos)

4.2.1.- Generalidades

De acuerdo a la información proveniente de las diversas fuentes bibliográficas y electrónicas con respecto al tema del periodismo digital, se puede señalar al respecto que el mismo está compuesto por informaciones novedosas y de interés social, que llegan al público a través de un servidor electrónico que no interfiere en la actividad periodística. Actualmente es así como se evidencia en los medios estudiados.

En Venezuela el periódico digital comparte con su versión impresa una escritura similar, pero no igual, ya que se tiende a presentar la información de forma más concisa apoyada en la presencia de periodistas de renombre que para obtener y publicar la noticia se vale de los procedimientos tradicionales en base a los factores claves que aún prevalece que son: actualidad y novedad del tema, donde sus protagonistas juegan un rol esencial. El periodismo digital basa su apoyo en el uso de una plataforma tecnológica que lo convierte en un medio de gran inmediatez superando en su funcionalidad a la radio, periódico impreso y televisión.

El periodismo electrónico es un acto reciente, pero es cierto que la información se ha movido desde sus inicios. Es que la información que se presenta en cualquier edición de diario digital no es propiamente elaborada en función del mismo. Sucede que la migración del periodismo tradicional al que es totalmente digital no es completa todavía. Recordemos que los diarios venezolanos manejan la misma información tanto en las ediciones de papel y en las digitales.

La diferencia entre ambos medios es la instantaneidad. Lo que caracteriza al medio digital es precisamente su capacidad de ofrecer informaciones de última hora, evidentemente sin dejar de lado el factor multimedia y la hipertextualidad. Igualmente señala Jesús Canga Larequi [9] que la característica única del medio digital, es poseer una distribución totalmente universal.

Las herramientas que ofrece el nuevo medio permiten ampliar los temas, pues el espacio ya deja de ser una limitante. Los vínculos son otro instrumento que ayuda, tanto a ampliar como a conocer en profundidad los términos que se manejen en un reportaje o en una noticia publicada en la red; una información se complementa así con muchas otras, gracias a grabaciones, videos e imágenes.

Por otro lado, el periodista construye las informaciones con variables que el formato tradicional no llena. En el caso de las fuentes, la variedad hace que el periodista se mantenga alerta y reconozca en cada una de ellas, la veracidad de los hechos y la objetividad. Una manera de corroborar las informaciones es a través del contraste de las mismas.

El periodista es el responsable de las informaciones que difunde, por lo que es importante señalar la fuente en cada información. Igualmente, el periodista tiene una nueva tarea: manejar las nuevas tecnologías de información y comunicación para la edición de sus propios textos. Los cambios del día a día demandan de los comunicadores conocimientos en otras áreas de la informática y las nuevas tecnologías.

[9] CANGA, Larequi, Jesús. y otros autores. Un nuevo medio para un nuevo siglo. Sala de Prensa. Año III, Vol.2. Art. 133. 2000.

4.2.2.- Administración del Contenido en el Periodismo Digital

La administración de contenido dentro del periodismo digital basa su desarrollo en el manejo de una amplia plataforma tecnológica siendo esto un gran temor para el futuro periodista venezolano el cual teme que su formación académica sea incompleta ante la necesidad de convertirse en un experto de la informática para acceder a este tipo de recursos y aprovechar los beneficios que ofrece el periodismo digital.

Esto conlleva a manejar conceptos referidos al sistema de administración de contenidos (CMS por las siglas en inglés de Content Management System) que es una de las piezas claves de todo cibermedio, pues “determina qué facilidades le dará al periodista para publicar información y qué funcionalidades le brindará al usuario para que revise las noticias y el contenido del medio” (Foro de Periodismo Digital, 2004, s/p).

El CMS es una pieza de software que tiene que utilizar todo periodistas que decida involucrarse en el área de periodismo digital para colocar información en la página *web*. El CMS se utiliza a través de Internet, y permite identificar unívocamente a cada periodista a través de un sistema de *login* y contraseña, a veces reforzado con medidas de seguridad las cuales el periodista ha de resguardar para garantizar que la información a publicar es la acorde.

La plataforma tecnológica que comprende el CMS se caracteriza por ser muy amigable en el sentido que el periodista no necesita ser un experto en el área de informática para poder emplearlo, sino por el contrario, el software especifica las tareas que el periodista ha de ejecutar para el vaciado de la información.

La política de trabajo en este tipo de sistemas es muy estricta respetando la línea editorial y la confiabilidad de la información. La plataforma del CMS es variable y existe una para el editor como para el periodista la cual no publica el trabajo de este último hasta que el editor lo haya revisado previamente.

4.2.3. El Periodismo Digital en Venezuela

Es importante destacar antes de entrar al periodismo digital en Venezuela, que Internet es más que un nuevo modo de distribuir información.

Se trata de un medio completamente nuevo, con unas peculiaridades específicas que repercuten en la forma en que se configura la información distribuida a través de ella. De ahí que crear un servicio informativo *on line* que sea una réplica de la versión impresa es un error, ya que no sólo no se aprovechan las posibilidades del nuevo lenguaje sino que se está perdiendo la oportunidad de establecer una comunicación bidireccional con los usuarios.

Es necesario que los comunicadores conozcan en profundidad las características, las posibilidades y los servicios que permite, así como la forma diferente de estructuración y presentación estética que establece.

El periodismo digital a diferencia de su congénere impreso, busca generar un puente comunicativo con el lector mucho más efectivo a través de la participación, lo que ha llevado a que se genere alrededor del periodismo impreso, espacios donde el lector tenga la facilidad de expresar su punto de vista y proponer ideas participando así en el hecho noticioso.

El periodismo digital a diferencia del resto de medios de comunicación existente en el país destaca básicamente por los siguientes aspectos:

Interactiva: Soporta todos los tipos de información las cuales a juicio del periodista proviene de fuentes confiables.

Personalizada: Capacitada para añadir funcionalidad y procesar datos en tiempo real lo que convierte al periodismo digital en un medio de inmediatez.

Documentada: Nueva dimensión del diseño lo que la hace más amena.

Actualizada: El tema esta acorde a los sucesos que se desarrollan en la actualidad inmediata.

De acuerdo al Foro de Periodismo Digital efectuado en el 2004, concluyeron aspectos muy importantes que definen el periodismo digital en Venezuela, se destaca que aparte del clásico sistema de encuestas en línea que persiste aún en los periódicos digitales en Venezuela, hay que reconocer que las páginas Web de los principales cibermedios venezolanos han hecho muy pocos esfuerzos por permitir la participación del público en ellas, en parte por la responsabilidad que esto implica, por las cargas de trabajo adicionales y por las brechas de seguridad que pueden abrir.

Dentro de este foro se reconoce que El-Nacional.com es uno de los pocos sitios de noticias venezolanos que, hoy en día, permite la participación de los usuarios en sus foros de discusión (el sitio web de El Universal tenía foros en el pasado y fue el innovador en esta materia, cuando tenían la intención de ser un gran portal de servicios).

El-Nacional.com tiene un sistema tradicional de foros abierto, semejante al de Cantv.net, dividido en secciones, y la misma gente que participa propone los temas lo que hace que el sitio sea lo suficientemente interactivo. Su página web también tiene una sección llamada “frases de nuestros usuarios”, la cual permite que las personas envíen mensajes de texto con frases relativas a sucesos del día, escogiendo el equipo editorial una de ellas para mostrarla por 24 horas en la portada de la página Web.

Como los mensajes de texto se cobran a tarifa especial, esta sección les genera algunos ingresos a la empresa.

Los expertos en el área destacaron un evento muy particular que emuló al portal del Nacional en su versión oficial que fue el asesinato de Danilo Anderson el 18 de noviembre de 2004 donde la página web de Radio Nacional de Venezuela (www.rnv.gov.ve) implementó un sistema para permitir la participación del público muy parecido al que utiliza BBC Mundo: temas abiertos donde el editor de la página propone uno o dos temas de discusión y la gente expresa su sentir en torno a ellos.

Los comentarios son validados por un moderador antes de ser publicados, ello para evitar mensajes groseros, agresivos o difamatorios a través del sitio Web. En la semana posterior al asesinato de Anderson, más de 400 personas dejaron comentarios expresando su sentir por el crimen, y más de cien dejaron sus sugerencias en torno al programa "Aló Presidente", lo que conllevó a una reestructuración del mismo.

Lo anterior permite establecer que en Venezuela el mercado del periodismo digital aún se encuentra en desarrollo y que uno de sus fuertes ha de estar dirigido a la interactividad con la audiencia o cibernautas los cuales quieren ser participes en el desarrollo de la información.

Como se puede destacar El Nacional hasta los momentos es el periódico que ha mantenido la vanguardia con respecto a este género y que en la actualidad es uno de los pocos que hace sentir al lector participe de la estructura de la noticia lo que lo convierte en un medio muy dinámico. Sin embargo será la inmediatez en publicar las noticias la que prevalecerá como una de las características del medio digital, en las que El Universal lleva la carrera ganada, por seguir siendo un medio con acceso gratuito a la

información; caso que El Nacional sustituyo por la afiliación y pagos mensuales.

"En el periodismo digital se necesita tener olfato periodístico; tienes que ver rápidamente por donde es que viene la noticia para ver qué es lo más importante y resaltarlo. Si en la mitad de la rueda de prensa no sabes por donde va la noticia, estás en problemas" destaca Gitanjali (Foro del Periodismo Digital, 2004, p.29)

4.2.4 El Perfil del Periodista en la era digital

El objetivo principal del periodista de ayer, del periodista de hoy y del periodista del mañana es informar, ofrecerle al receptor material que le permita estar al día con lo que acontece a su alrededor.

Para poder llegar a ese receptor, el periodista debe saber que tiene que adaptarse a su tiempo y espacio, asumir los cambios que se experimentan en el campo de la información y que se han venido realizando desde la aparición de la prensa escrita, pasando por la radio, la televisión hasta el Internet.

Es necesario tomar en cuenta que cada medio ha generado sus propios códigos para hacer información. El periodismo digital rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo.

Salaverría (2000) hace hincapié hacia dónde debe ir dirigida la formación del periodista digital y destaca dos ámbitos que a su parecer son de gran importancia que son: en primer lugar a) los periodistas formados para medios digitales, la formación se entiende como un proceso de capacitación instrumental desintegrado de la formación para otros medios tradicionales (prensa escrita, radio o televisión); lo que se busca es que el futuro periodista sea técnicamente capaz de responder a las nuevas exigencias instrumentales del nuevo medio digital.

La enseñanza debe ser de tipo exclusivamente técnico en las que, por ejemplo, se aspira a poco más que instruir a los alumnos en la elaboración de páginas Web o en la manipulación digital de imágenes, sin apenas poner

en relación estas destrezas con los demás ámbitos del ejercicio periodístico. Es decir: un puro adiestramiento mecánico.

En segundo lugar Salaverría (2000) propone b) la formación de periodistas para la era digital, sin despreciar la parte instrumental lo que se pretende sobre todo es integrar el empleo de los recursos digitales como una parte connatural a la práctica periodística, sea cual sea su soporte final (medios tradicionales o digitales) y en cualquiera de sus fases de producción (documentación, elaboración y difusión).

Lo que se pretende con este modelo es formar profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades de documentación, análisis, amplitud y rapidez que propician los recursos digitales. Parece haber pocas dudas de que este segundo modelo es el más deseable y el que, por encima de las habituales resistencias al cambio del mundo académico, más tarde o más temprano terminará por imponerse.

Salaverría destaca además un aspecto muy importante que es que, en la actualidad la preparación del periodista en el ámbito digital no solo depende de las diferentes escuelas de periodismo sino también del personal que en la actualidad labora en la construcción y manejo de los periódicos digitales.

En su ponencia el mencionado autor destaca que la manera en la que las empresas periodísticas han afrontado el nuevo medio digital también ha influido en gran medida. Y es que, en esta fase inicial de la prensa digital en la que todavía aún en Venezuela prevalece y en muchas partes del mundo, los medios continúan reclamando ante todo personal técnico que les ayude a dar el salto a la Red.

Los medios digitales se encargan de dar prioridad a los técnicos en informática y diseñadores de páginas Web mientras, por ejemplo, no incorporan periodistas creadores de contenidos específicos y apenas invierten en formar a sus propios periodistas en el uso y elaboración de esos recursos digitales. Como consecuencia de esta actitud, se ha venido produciendo una colonización de personal técnico en labores cuya esencia es periodística y, sobre todo, se ha creado una nada saludable dicotomía entre los periodistas tradicionales y aquellos que están configurando la prensa digital del futuro.

La ausencia de periodistas prestigiosos en el nuevo escenario digital, deriva de considerarlo todavía un ámbito de segunda fila frente a la prensa tradicional, limita asimismo la capacidad de innovación periodística e inversión en el nuevo medio.

Las diversas escuelas de Comunicación Social en el país deben entender el perfil de los periodistas del futuro, un perfil ligado no sólo como hasta ahora a la creación de contenidos sino, cada vez más, a la gestión de la información.

La diversidad de contenidos que supone Internet para cualquier usuario inexperto reclama profesionales especializados en crear, pero también en analizar y jerarquizar la información. Por eso, uno de los cambios principales consistirá básicamente en cambiar del modelo tradicional de enseñanza, consistente en formar a los futuros periodistas en destrezas profesionales dirigidas a enfrentar la escasez de información, hacia otro modelo en el que se forme a los periodistas para incorporarse a la superabundancia de la información. Con Internet, el problema ya no es encontrar información, sino distinguir entre lo significativo de lo irrelevante.

Es importante destacar que con la nueva era digital y con Internet, los periodistas se han convertido simultáneamente en emisores y receptores de la información que circula por la red (Sandoval, 2001)

Sandoval (2001) destaca en lo que refiere a la formación periodística del Comunicador Social, es importante que el periodista este claro con respecto a que tipo de periodista se va convertir dentro del esquema digital, ya que se plantea dos vertientes que son: los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas y los que bien buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios de la red.

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

En lo que refiere al manejo de las fuentes, Gil (1999) propone un conjunto de rutinas que a su consideración debe de seguir un periodista digital en el desarrollo de sus funciones y las cuales son determinantes en su formación profesional:

4.2.4.a.-Rutinas con respecto a las fuentes

- El periodismo clásico parte de la base de que la información es un bien escaso que hay que buscar. El periodista digital, por su parte, y ante la saturación de información, debe localizar todas las fuentes que le interesen, debe procesar la información que le ofrecen, las debe contextualizar y las debe clasificar por unos criterios de prioridad.

• El periodista digital no debe contentarse con buscar las fuentes que puede encontrar en la red, sino que también debe buscar fuera de ella. La recopilación de información no digital y su posterior introducción a la red puede acabar siendo una de las principales características de los buenos periodistas digitales.

• El periodista digital debe ofrecer a su clientela el acceso a todas las fuentes originales que muestren públicamente sus contenidos, posibilitándoles que amplíen la información si lo desean. No existen razones para escatimar un enlace si éste corresponde a una fuente original y aporta contenidos. No existen limitaciones de tiempo ni espacio que nos lo impidan. Los límites en radio y televisión vienen impuestos por la duración de los informativos. En el caso de los diarios impresos, por la paginación. La red posibilita que se pongan a disposición de los receptores informaciones que en cualquier otro medio habrían sido marginadas bien por su extensión, bien porque la actualidad destierra temas que aún sin quedar obsoletos no tienen cabida.

• Como las fuentes son accesibles para cualquiera y además son muchas, la jerarquización de ellas es lo que destaca al periodista digital. Ello da al lector las claves de contextualización de cualquier información.

• Es importante que el periodista digital compruebe que las fuentes son en realidad quienes dicen ser. Su selección de fuentes será una garantía para sus lectores. Puede darse el caso también de que el periodista enloquezca ante la abundante información que tiene en sus manos para elaborar una noticia. Por ello, deberá tener una gran habilidad, inteligencia y capacidad de selección para buscar y encontrar la información que necesita.

• Teniendo en cuenta que existe la posibilidad de personalizar los contenidos, el periodista digital realiza consultas a las fuentes a petición de los lectores/usuarios.

4.2.4.b.- Rutinas con respecto a los destinatarios de la información

El periodista digital, en su deseo por optimizar al máximo su labor, debe trabajar con la información de manera que pueda ser publicada en cualquier medio de comunicación (en la red, en prensa, radio, televisión)

Los contenidos pueden ser especializados y dirigidos de forma personalizada a individuos o colectivos.

La personalización no sólo afecta a los contenidos en si, sino a su forma de ser presentados: versiones aptas para todos los navegadores, para banda ancha, sólo texto, entre otras.

Cabe la posibilidad de producir fácilmente, o con un bajo coste, contenidos básicos de acceso abierto y gratuito, diferenciados de versiones más completas y de acceso no gratuito.

El periodista que administre los recursos de la interacción actuará como inspirador y animador de la inteligencia colectiva de la comunidad digital. Su habilidad consistirá no sólo en tomar la iniciativa en el proceso de información, sino en saber canalizar todo el conocimiento que se genere en el seno del grupo.

El periodista digital se dedica a la identificación de fuentes, la extracción de información, el procesamiento de contenidos y su publicación.

Pero también dedica buena parte de su tiempo y esfuerzos a interactuar con sus lectores. De ahí que debe conseguir que los usuarios que más trabajo le den sean también los que más compensaciones aporten.

Asimismo, debe procurar que sus lectores pasivos y desconocidos no le generen gastos, ya que de ellos no obtiene nada.

4.2.4.c.- Rutinas con respecto al medio

El periodista digital debe trabajar desde una perspectiva multimedia, atendiendo a elementos como el diseño de la interfaz y de la estructura de contenidos, así como la integración de textos, imágenes, sonido, base de datos, programas, entre otros.

Tal y como recoge Navarro (2001), la generalización de las técnicas y el impacto sobre la obtención, transmisión y explotación de la información ejercen una influencia sobre el periodista que no debe ser el profesional de un solo medio de comunicación".

En este sentido también se expresa Vilamor (1997): "Es en los contenidos donde, al igual que ahora, se debe basar la labor del redactor. Es necesario volver a la idea del periodista global, al periodista con una formación integral frente a la enfermiza obsesión del periodista especializado. Su formación debe ir dirigida en todas las direcciones de modo que pueda desempeñar su papel con toda normalidad en la radio, la televisión, las autopistas o cualquier medio impreso que no hay que reducir al mundo del periódico o las revistas".

El periodista de Internet debe ser consciente de que se encuentra a un nuevo medio, en la práctica, esto conlleva un trabajo en equipo y en red mucho más integrado.

La red es un medio de publicación instantánea. En teoría, se publica según ocurra el hecho noticioso. Ignacio Ramonet (1999) asegura que “un periodista hoy no debería llamarse periodista, debería llamarse ‘instantaneísta’, da a la información un toque personal muchas veces sin trabajar la fuente o corroborar los contenidos.

No sólo será necesario que el periodista digital certifique las fuentes, sino que también acabará resultando necesario que certifique su propia identidad hacia su clientela.

La red tiene una componente de caos continuo, sin final previsto por el momento. El periodista digital integra a sus servicios la capacidad de gestionar este caos y de ofrecer sus criterios de ordenación a personas que lo necesiten.

La red es interactiva, y el periodista digital debe buena parte de su existencia a su eficiencia ante esta nueva capacidad de los usuarios, inviable en el periodismo de masas.

La red es hipertextual, multilineal. El periodista digital deberá sacar provecho de estas estructuras de información para ofrecer unos contenidos personalizables, flexibles, ampliables, actualizables e interactivos.

El hipertexto y el almacenamiento digital de la información posibilitan un rápido acceso a contenidos antiguos. Así, es posible contextualizar información, ofrecer backgrounds, utilizar archivos y hacer público el acceso

a bases de datos en estado puro. Esta es la vertiente documentalista del periodista digital.

La red es mundial, lo que supone que las posibles audiencias son multiculturales y multilingües. Cada medio digital opta por trabajar sobre una audiencia determinada, y sería una lástima que un buen periodista digital trabajara bien todos los puntos anteriores pero viera limitada su posible clientela por una simple barrera lingüística. Algunas temáticas estarán bastante limitadas a un público monolingüe. Otras no.

4.2.4.d.- Rutinas con respecto a los contenidos

La red constituye un flujo continuo de información, no precisando esperar a la mañana siguiente para ver publicados los contenidos. Pero a diferencia del flujo informativo de la radio y la televisión, que es sustitutivo de las informaciones previas, el flujo de la red es acumulativo.

Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada. Una opción es ampliar las noticias viejas con las informaciones nuevas.

El diseño de las informaciones digitales tiende a formatos abiertos, en los que sea posible modificar y ampliar la información. Es tarea del periodista digital organizar la convergencia de información, opinión, feedback, interpretación, contextualización y valoración transversal. Ahora bien, es necesario disponer de algún sistema de base de datos, ya que las capacidades del trabajo artesano tienen un límite.

La información deberá ser diseñada en base a diversas capas de profundidad. Por ejemplo, disponiendo de una primera capa actualizada pero superficial ofrecida gratuitamente, y de posteriores capas con acceso

restringido de pago. En la red, la actualidad pierde valor específico frente a la profundización, contextualización e interpretación de esta rabiosa actualidad.

El periodista digital deberá plantearse de dónde obtiene sus ingresos, si quiere vivir de su trabajo. Los costes de los medios tradicionales están basados en unos parámetros de costes de producción, distribución y publicación que pierden validez en el medio digital. En lo que respecta a la distribución, por ejemplo, Internet constituye el único medio que cuenta con una distribución totalmente universal. En ella, los costes son similares independientemente de que se quiera llegar a un único receptor o a millones de ellos.

4.2.4.e.- Requisitos fundamentales del periodista digital

Un periodista digital debe de responder a un perfil como se especifica a continuación:

- Activar una gestión y actualización de todas las informaciones que requieren un mantenimiento continuo.

- Editar, redactar y adaptar texto para el medio interactivo.

- Buscar recursos externos en la Red para vincular a las informaciones.

- Crear paquetes informativos.

- Gestionar herramientas interactivas como encuestas y foros.

- Establecer una búsqueda de historias en el archivo documental propio para vincular a las noticias.

- Redactar contenido original.

- Escribir y reescribir titulares.

- Contrastar información e investigar en la Red a objeto de verificar la fiabilidad de la información.

4.2.5 Retos del Periodista Digital

En cuanto a los retos que debe enfrentar el periodista en el marco del periodismo digital, es importante destacar que el mayor de todos ellos está enmarcado en la comprensión y destrezas del manejo de las plataformas tecnológicas que caracteriza el manejo de Internet.

Gil (1999) destaca al respecto, que los retos que envuelve al periodista dentro del género digital están básicamente enmarcados en los siguientes aspectos:

- Aprender el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías y los recursos de Internet.

- Ser cada vez más preciso, directo y sintético en nuestros trabajos.

- Proporcionar el contexto mediante la propia investigación directa y el resultado de sus búsquedas en Internet, respetando el derecho de autor.

- Valorar, aprender y aplicar los conocimientos de los diseñadores gráficos, en beneficio de la información, pero sobre todo, en beneficio del correcto acceso a ella del usuario.

- Respetar a los lectores. El gran reto es aprender que toda persona que sepa comunicar y tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia es potencialmente un informador y ejerce su derecho a informar aunque no trabaje en ningún medio. Porque Internet permite que cualquiera, desde cualquier punto, ejerza su poder informativo.

Dada la imposibilidad de controlar y certificar la veracidad de los trabajos que se publican en la Red, es primordial aprender a reconocer las fuentes fidedignas y serias, y separarlas de lo que es información no contrastada, imprecisa, no consecuente o falsa.

Cabe destacar que uno de los grandes retos que presenta el periodismo digital, es el manejo de la información la cual debe ser confiable en respeto a la audiencia y la ética del comunicador social.

El periodista de la era digital debe saber diferenciar a la noticia enmarcada en hechos de la realidad del rumor el cual basa sus cimientos en supuestos los cuales han de ser descartados dentro de la metodología de investigación del periodista.

CONCLUSIONES

La Internet ha cambiado la actividad periodística en el mundo entero, es por eso, que los periodistas han tenido que transformar sus prácticas informativas para estar a la par del desarrollo tecnológico, sin duda la red se ha convertido en una herramienta fundamental para crear prensa.

Los periódicos on line o digitales se han formado tomando como modelo a la prensa tradicional, empleando, los géneros y los estilos periodísticos como son: la entrevista, el reportaje, la crónica o la columna de opinión. Estos géneros han encontrado un nuevo acomodo en los cibermedios, de igual modo, el estilo impersonal, la estructura del titular y texto, y la pirámide invertida se han trasladado, entre otras rutinas del estilo informativo clásico, a las publicaciones digitales.

El periodismo venezolano en medios digitales se encuentra en permanente transformación, para adaptarse a los patrones establecidos por la academia, puesto que no puede hablarse de medios totalmente digitales, esta situación se puede reflejar en un estudio realizado por Mogollón en el año 2003 en Venezuela, que refleja que la Internet como fuente de Información (IFI) es usada en mínimas proporciones, sólo el 13 por ciento manifiesta su que hacer activo en las redes telemáticas, se tiene que los periodistas que usan IFI lo hacen bajo el criterio de observar y cotejar los datos que se generan en el ambiente virtual y desarrollan escasas iniciativas de participación en los servicios de mayor interactividad, tales como foros y listas de discusión.

En la actualidad el ciberperiodismo venezolano está tomando auge por ser un medio novedoso en lo que a transmisión de información se refiere. Gracias a la plataforma tecnológica con la que cuenta y que apoya la

presentación y contenido de la noticia, el amplio desarrollo del periodismo digital se evidencia en la cantidad de diarios de circulación nacional que tienen su similar digital, tal es el caso de El Universal y El Nacional.

Cabe destacar que las presentaciones digitales de El Universal y El Nacional, respetan los lineamientos bases del periódico impreso, empleando los géneros y los estilos periodísticos como son: la entrevista, el reportaje, la crónica o la columna de opinión, etc. Dichos géneros en el periodismo digital venezolano han encontrado un acomodo de mayor aceptabilidad por parte de la audiencia empleando para ello presentaciones novedosas que llaman el interés del lector.

La experiencia actual del periodismo digital venezolano, aún se basa en los contenidos de la prensa tradicional, debido a que casi siempre un reportero labora para la edición que sale a la venta y la digital, y sólo hay un personal extra para la permanente actualización de las informaciones a medida que se desarrollan.

Sin embargo el periodismo digital, más allá de ser una actividad informativa básica, que en este caso particular está dirigida a realizar su función a través de Internet, es sin duda un contenido concebido para el espacio web, con un soporte innovador, llegando a consolidarse como un medio con un contenido único e independiente de la prensa tradicional papel, en manos de un nuevo profesional multifacético.

Las informaciones que se producen para el medio digital son recopiladas por el periodista a través de diferentes mecanismos que propone el periodismo impreso (investigación, utilizando las fuentes tradicionales como personas; documentación, pero a la vez estarían incluidas las virtuales, es decir, internautas, sitios web; contrastación de informaciones de diferentes

medios; contacto con agencias de noticias, entre otras) que aportan más detalles a una noticia. La gran ventaja que presenta el periodismo digital, es la capacidad de interactuar con el lector de forma inmediata permitiendo acceder a puntos de vistas y estudiar la opinión de la audiencia de manera más exacta manejando datos estadísticos de gran fiabilidad (foros de discusión y votación con respecto a situaciones de relevancia del acontecer nacional e internacional).

A pesar de la novedad y las ventajas en cuanto a difusión y actualización de la información concierne en el periodismo digital, uno de los mayores obstáculos que presenta, es el acceso a la tecnología con que cuenta la gran mayoría de la población venezolana, la cual tiene acceso al Internet a través de los cibercafés reduciendo considerablemente el uso óptimo de este recurso.

Cabe destacar que Venezuela tiene una debilidad en cuanto a periodistas digitales se trata ya que de acuerdo al sondeo de opinión efectuado en la presente investigación a los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social de la UCV, apenas un 35% maneja términos y demás aspectos que son claves para el desarrollo del periodista dentro del periodismo digital. Es preocupante además que la población estudiantil desconocen el manejo de las fuentes dentro de este género periodístico lo que a manera de subsanar tal situación y tal como se planteó en párrafos anteriores, el esquema del periodismo digital en Venezuela esta basado en los lineamientos de la versión impresa, la validación de la información ofrecida es basada en la calidad y renombre de los periodistas y de las agencias de noticias de prestigio nacional e internacional.

Y es que además los talleres, cursos, seminarios, foros y congresos están al alcance de unos pocos, cómo puede entonces un estudiante tomar

otras vías para el aprendizaje si estas resultan ser tan costosas. La solución está en la incorporación y organización por parte de las instituciones educativas de materias y espacios para la discusión de temas tan significativos para el futuro del estudiante en su incursión al campo laboral.

Incontables esfuerzos han realizado académicos e investigadores de la comunicación, quienes luchan por alivianar esas dificultades que todo estudiante de comunicación social debe enfrentar para lograr incorporarse a un mercado profesional que suele recelar de sus conocimientos, competencias y habilidades.

Como señala García Márquez (2003) "Tal vez el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo".

La escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, tiene en su pensum una sola asignatura relacionada con el periodismo digital. Para cursar dicha materia, el estudiante en primer lugar debe aprobar materias obligatorias como Estadística del quinto y sexto semestre; en segundo lugar Informática, dictada en el séptimo semestre; en consecuencia, el estudiante regular sólo tendrá acceso a la materia especializada de Periodismo Digital, en el octavo semestre, donde verá los aspectos básicos del periodismo digital, en un sólo semestre.

Otro hecho importante es que esta materia es optativa, por lo tanto como se aprecia en el estudio de campo, desconocida por la mayoría de los estudiantes.

Cómo podremos garantizar a los medios de comunicación, que los comunicadores del futuro tendrán todas las herramientas básicas que

demanda esta nueva vertiente del periodismo, si no hemos sido capaces de avanzar a la par del uso de las nuevas tecnologías.

El periodista digital debe pensar que lo más importante para él son los lectores, por lo que es necesario que el periodista se anticipe a la demanda de los mismos, sea interactivo, más hábil y labore de forma continua en la búsqueda y presentación de la información.

El periodista puede construir informaciones completas aplicando correctamente los valores agregados con los cuales ahora cuenta: sonido, imágenes estáticas o interactivas, debe aprovechar al máximo los recursos que ofrece la red en función de su aplicación directa sobre los contenidos, motores de búsqueda, animaciones, interacción, enlaces que estén incluidos en los textos multimedia.

Por otra parte el profesional del medio cuenta con el manejo y tratamiento de las fuentes desarrolladas para el periodismo impreso, ya que no hay que olvidar que el periodismo digital en Venezuela basa sus lineamientos de la versión impresa agregando a ello la novedad de la interacción con el lector.

Según Mogollón el correo electrónico es usado con alta frecuencia ,93 por ciento, pero con fines personales, (no periodísticos) lo que convierte a este mercado en el país en un medio incipiente que requiere de expertos comunicadores y especialistas informáticos.

El manejo de las fuentes para el periodismo digital aun no está claramente delineado de hecho se desconocen que mecanismos deben de seguirse para validar la información para este nuevo género de presentar la noticia.

No obstante los mecanismos usados para recolectar la información para el medio digital, responde a los empleados por el periodista para la versión del diario impreso, se continua recurriendo a la búsqueda de la información a través de la entrevista personal u *on line*, documentación y revisión de las fuentes vía web de las agencias de noticias de mayor prestigio para posteriormente constatar la veracidad del hecho y desarrollar la información siguiendo un estilo muy personal por parte del periodista a objeto de captar el interés de la audiencia (en los contenidos digitales todas las informaciones adicionales que se relacionen con la noticia pueden ser a su vez agregadas en un mismo espacio interconectadas en el mismo soporte tecnológico).

Los diarios digitales y tradicionales no dejarán de alimentarse y beneficiarse de la tecnología y seguirán ofreciendo al lector un campo más amplio de información para que pueda entenderlas, comprenderlas y al mismo tiempo comprobar la veracidad de las informaciones que redactan los periodistas para cada medio digital.

La Red le proporcionará al comunicador social la herramienta más importante de todas y es la de conocer las diferentes tendencias y opiniones a través de un "click" en la comodidad de un hogar o de una oficina, lo que permite que no sólo el comunicador sino una comunidad considerable a través de los beneficios que ofrece la red, publiquen sus trabajos lo que le permite al periodista nadar en mares de información de la cual tiene que aprender a discernir entre la fiable y aquella que no aporta ningún valor agregado a la noticia.

Es por ello que las fuentes del periodista digital se mantienen en constante crecimiento, ya no sólo son otros medios o personas, la inmediatez permite al profesional contar con informaciones de primera mano: agencias

de información, comunidades virtuales, sociedades, blogs, interacción con cualquier persona en cualquier lugar del mundo que le pueda proporcionar “informaciones” a través de un computador. Internet permite el intercambio de documentación, verificación de noticias, recibir convocatorias de prensa, capturar imágenes, sonidos y entrevistar en tiempo real.

La labor periodística se encuentra cada vez más comprometida, el periodista dejó ser una fuente que produce nuevas informaciones, para convertirse en un periodista multifacético, con la labor de redacción, diseño, diagramación uso y conocimiento de herramientas y soportes tecnológicos, unidos para la elaboración de contenidos totalmente digitales multimedia.

Por otra parte los mecanismos para verificar la información en el periodismo digital responden a los lineamientos del periodismo impreso, el periodista debe de ejecutar una labor de investigación previa ajustándose a la metodología de investigación proyectada en la academia, la cual debe ser soportada por fuentes de renombre y una actividad documental como base para el desarrollo y presentación de la información.

Justamente de lo anterior es importante destacar que la calidad de la información en el periodismo digital, se proyecta de igual manera en que se visualiza la calidad del periodismo impreso.

La calidad va de la mano de la experiencia del periódico, lo que ha generado renombre y consolidación en la audiencia. Para el presente estudio, se cuenta con dos diarios de prestigio en el país como lo es: el Universal y el Nacional que cuentan con una trayectoria periodística de amplia data lo que permite asegurar la calidad de la información ofrecida a la audiencia.

Sin embargo está de por medio el reto de hacer buen periodismo a través del nuevo soporte tecnológico. El nuevo profesional coloca ante los ojos del mundo informaciones que pueden marcar o afectar en mayor o menor proporción tanto su futuro como el del medio al cual representa.

Las herramientas básicas con la que cuenta los diarios digitales para su producción y circulación, se reduce a dos aspectos que son: a) la formación del periodista y b) la tecnología, siendo la primera de vital importancia ya que engloba veracidad, calidad de la fuente, estilo de redacción para atrapar a la audiencia y compromiso ético en el manejo de la noticia, en cuanto a la segunda, es propia del mundo globalizado en que está inmerso la información con la aparición y desarrollo de la Internet como puente de conexión entre comunidades que exige del periodista una gran versatilidad en su formación académica.

Por tanto las herramientas de software para la producción de contenidos (editores de HTML, programas de diseño gráfico, etc.) son indispensables para el profesional sin que exista la necesidad de convertirse en un experto y tener que memorizar de forma mecánica su funcionamiento.

Conocer las propiedades de cada herramienta tecnológica permite al periodista digital saber qué limitaciones y posibilidades posee para crear, estructurar y distribuir una información. El periodista, más que el funcionamiento debe conocer las funciones de los programas usados para la elaboración o la disposición de los contenidos informativos dentro de Internet o bien dentro del servidor que almacena al medio de comunicación, debe a su vez identificar qué elementos le permiten cada programa para manejar los contenidos (enlaces, anclas, imágenes fijas, texturas y colores, tablas, imágenes, vídeos, audio, etc.)

Por su parte el profesional del medio no debe olvidar los recursos técnicos de la profesión periodística como la narrativa y lenguaje que le permitirán dar forma precisa y adecuada a las informaciones incorporando los recursos hipertextuales y multimedias. El periodista debe recurrir en todo momento al proceso de revisión y no permitirse caer en los vacíos que pueda producir la instantaneidad de los hechos.

Los diarios digitales en Venezuela aun mantiene la responsabilidad de la información en el periodista el cual se ajusta a los lineamientos metodológicos de la investigación para el tratamiento de las fuentes y presentación de la información. La tecnología ha servido de base para la difusión de manera casi inmediata de la noticia e interacción con la audiencia pero se respeta la manera de hacer periodismo impartida en la academia como la más fiable.

De acuerdo a la opinión de los estudiantes encuestados, la manera tradicional de buscar la noticia no va a pasar de moda, la misma prevalecerá destacando que el periodismo digital es un nuevo acceso a la información que fortalece el periodismo impreso en el país logrando atrapar a una mayor audiencia que permitirá así obtener una sociedad mejor informada.

El periodismo digital debe ajustarse al proceso de investigación, análisis, comprobación y verificación de las informaciones ya que sino responde a este mecanismo no puede ser considerado un medio de información de calidad poniendo en tela de juicio el tratamiento de la información.

El filtro debe ser implantado por el propio periodista de acuerdo a su experiencia. Un periodista digital tiene que ser un buen reportero, un gran navegador pero especialmente un gran Monitoreador, capaz de identificar el

color de los hilos noticiosos apto para verificar la información, debe tener cuidado con los riesgos de la inmediatez, saber jerarquizar, dispuesto a lidiar con las herramientas multimedia (no tiene por qué ser un experto en informática, debe ser planificador, tiene que trabajar en equipo, asumir el medio digital y cortar los cordones con el formato de papel, pensar más en función del monitor), debe tener muy presente al lector, su fin, su objetivo, pues en torno a ellos se levanta el contenido, debe conocer a la audiencia para poder tomar decisiones, por consiguiente tiene que tener una actitud abierta al usuario, capaz de diseñar flujos de información, pero sobre todo no debe tener miedo a los retos tecnológicos.

En base a lo anterior, el perfil del periodista digital o ciberperiodista radica en que se apoyará de las nuevas tecnologías y de su capacidad de búsqueda de la verdad para publicar el hecho noticioso, además deberá estar empapado de todo lo referente al mundo de la informática y de las nuevas tecnologías, así como explotar a Internet como una fuente de información, este paso es muy importante sobre todo para aquellos periodistas de la "vieja escuela" que en muchos casos se niegan a aceptarlas como parte fundamental de sus trabajos.

Igualmente deberá ser "multimedia"; es decir integrar todos los formatos periodísticos en uno, o lo que es lo mismo proveerle al lector en sus diversos trabajos texto, imágenes, audio, fotografías, gráficos, y otros recursos para que de esta el lector pueda profundizar en el tema que está interesado en leer. El periodista digital debe pensar que lo más importante para él son los lectores, por lo que es necesario que el periodista se anticipe a la demanda de los mismos, sea interactivo, más hábil y labore de forma continua en la búsqueda y presentación de la información.

La oferta tecnológica que ofrece el periodismo digital es invaluable, novedosa y eficaz, pero es importante destacar que la misma jamás alterará el fondo de los conceptos básicos del periodismo a pesar de que el diseño, los contenidos, los géneros, los porcentajes temáticos y las secciones, los formatos, muchas de las rutinas de las redacciones, el trabajo personal del periodista, las publicidad, y sobre todo la relación del medio con los lectores, radioyentes y telespectadores serán totalmente diferentes. Después de todo, será el mismo periodismo pero sostenido por una plataforma tecnológica.

Necesariamente para laborar en un periódico digital es necesario tener una formación académica en periodismo digital, o por lo menos poseer un perfil especializado que capacite al periodista lo que se carece en las actuales escuelas de periodismo del país.

En la actualidad la principal función del periodista digital es darle el tratamiento técnico adecuado a la noticia llegada a la redacción, para que, de forma automática, sea referenciada, enlazada, guardada, y clasificada, así como distribuida a los lectores que les interese.

La misión del periodista digital será obtener a partir de la noticia un paquete digitalizado, susceptible de ser incorporado al Gestor de Conocimiento que es el periódico digital.

RECOMENDACIONES

A los estudiantes

Es probable que a partir del siguiente estudio, una buena cantidad de estudiantes sienta curiosidad por este mundo del periodismo digital. Bien sea para realizar algún trabajo de clase, y, por qué no, un trabajo de licenciatura que aborde este tema, se hace necesario mencionar algunas recomendaciones para facilitar el desempeño estudiantil a la hora de investigar.

En primer lugar, el estudiante de comunicación social que desee investigar sobre el área digital, debe saber que en nuestro país no existe suficiente bibliografía que hable sobre medios digitales, por lo que será necesario tener conexión a Internet para empaparse del tema y localizar autores iberoamericanos que le sirvan para elaborar el marco teórico.

Es importante destacar que, mientras más definido y focalizado sea el tema de estudio, mejores serán los resultados y el trabajo se realizará de la mejor forma, ahorrando tiempo y recursos materiales.

Por ejemplo, es preferible estudiar la mecánica de uno o dos diarios nacionales de una manera detallada –como se hizo en este trabajo-, a emprender una investigación acerca del desarrollo de medios digitales en todo el país o más allá de nuestras fronteras. Es mejor emprender un trabajo que luzca sencillo y termine siendo interesante, a pretender abarcar muchos conocimientos que lleven la investigación al fracaso.

En lo referente a la localización de fuentes vivas, se debe mencionar que es difícil localizar periodistas que estén dispuestos a brindar información, por lo cual el futuro investigador deberá armarse de paciencia, puesto que, dada la agitación que envuelve la actividad periodística, son pocos los reporteros que disponen de tiempo para revisar correos electrónicos, o más aún, conceder entrevistas personales.

A la academia

Al culminar este trabajo de licenciatura, consideramos pertinente enunciar algunas recomendaciones que deseamos sean tomadas en cuenta por los miembros de la comunidad universitaria.

La principal recomendación que hacemos a las autoridades de esta escuela, es que las asignaturas de Informática, así como las de Estadística I y II sean impartidas en los primeros semestres de la carrera, pues el estudio de campo realizado determinó el poco conocimiento que tienen los estudiantes de la Escuela de Comunicación Social acerca de lo que son las comunicaciones digitales.

Entonces, además de la sugerencia anterior, se hace necesario estructurar una asignatura llamada Periodismo Digital, que, a nuestro criterio, debería tener un carácter obligatorio para todos los estudiantes, al igual que las otras cuatro asignaturas obligatorias de esta materia.

Decimos esto porque, así como un estudiante de periodismo debe dominar las técnicas de redacción de noticias, reseñas, reportajes, entrevistas o crónicas, es evidente que en este mundo globalizado no se concibe el ejercicio de la profesión periodística sin el dominio de los conocimientos básicos del manejo de programas de computación y un desenvolvimiento fluido en Internet.

Es innegable que las comunicaciones giran en torno a la red de redes, por lo que sólo quienes estén mejor preparados en el dominio de las nuevas tecnologías entrarán fácilmente en el campo de trabajo, y es deber de nuestra Universidad garantizar una educación de primera línea que nos mantenga a la vanguardia de las instituciones educativas en Venezuela.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍCAS

ALONSO, Juan Francisco. Díaz, Pérez José Gabriel. Tinta Digital. Tesis de Grado de Comunicación Social, UCV. Octubre, 2001.

ARIAS, F (2004). Guía de Proyecto de Investigación. Editorial Episteme. Tercera Edición.

ARMAÑANZAS, Emy. **DÍAZ**, Noci Javier. y Meso, Koldo. El Periodismo Electrónico. Información y Servicios multimedia en la era del ciberespacio. Editorial Ariel, S.A. Barcelona. 1996.

DA SILVA, I. Conceptos Básicos en la Investigación de Mercado. Trabajo No Publicado. Instituto Universitario de Mercadotecnia. Caracas. 1999

DRAGNIC, Olga. Diccionario de Comunicación Social. Editorial Panapo. Caracas – Venezuela. 1994.

FLORES, Vivar Jesús. Arruti, Alberto Miguel. Ciberperiodismo. Limusa Noriega Editores. Ediciones 2010 Madrid. México, 2001.

Foro del Periodismo Digital (2004). (CD) El Periodismo Digital: Cibermedios venezolanos y extranjeros. Resumen no oficial de las ponencias del foro de periodismo digital realizado en Maracay en Octubre de 2004.

HERNÁNDEZ, R., **FERNÁNDEZ**, C., y **BAPTISTA**, P. (2003). Metodología de la Investigación. Colombia: Editorial MacGraw-Hill.

Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL). Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. FEDUPEL. Caracas - Venezuela 2003.

MORENO, Galvan. El Periodismo Argentino. Editorial Claridad. Buenos Aires. 1959.

MUSBURGER, Robert B. Periodismo Electrónico. Manuales Profesionales, Instituto Oficial de Radio Televisión Española. Madrid – España, 1991.

NEGROPONTE, Nicholas. Ser Digital. Editorial Atlantida. Biblioteca nacional "El Mundo Digital". Buenos Aires, 1995.

PANTOJA, Eliana M. Cuando los periódicos se convierten en bits. Tesis de grado de Comunicación Social. UCV. Junio, 1996.

RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Madrid: Ed. Debate. 1998

SABINO, C. El proceso de Investigación. Argentina. Editorial. Lumen - Humanitas. 1999

SORIA, Carlos. La crisis de Identidad del Periodista. Editorial, Mitre. Barcelona. 1989.

TAMAYO y TAMAYO. Metodología de la Investigación Científica. Editorial Limusa. 2001

TERCEIRO, José B. Del Homo Sapiens Al Homo Digitalis. Alianza Editorial. Madrid. 1996.

UNIVERSIDAD EXPERIMENTAL SIMÓN RODRÍGUEZ. Manual para la elaboración de proyectos de grado y postgrado. Caracas. 1989

UNIVERSIDAD SANTA MARÍA (USM) (2001). Manual para la Elaboración de Tesis de Grado. USM. Caracas

VILAMOR, José R. (1997): Nuevo periodismo para el nuevo milenio. Madrid: Ed. Olalla.

REFERENCIAS DIGITALES

BLANCO, Daniela. 2003. Entrevista a Gumersindo La Fuente. El Clarín. Recuperado el Noviembre - 2004.
http://www.clarin.com/diario/2003/11/05/t-653293.htm

BOCCO, Nieto María Eva. Análisis de la Sección Internacional en los Periódicos Digitales. Oct. 1999. Recuperado Mayo – 2004.
http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/tesis/eva/bocco.htm

CANGA, Larequi Jesús; García Coca; César; Martínez Rivera, Eloi; Cantalapiedra González, María José y Martínez Odriozola, Lucia. Un Nuevo medio para un nuevo siglo. Junio, 20 - 2000. Año III, Vol 2. Sala de Prensa. Recuperado Noviembre de 2006.
http://www.saladeprensa.org/art133.htm

[**Díaz** et al, 1996]. Conceptos y definiciones de hipertexto
http://www.ldc.usb.ve/~abianc/hipertexto.html

DÖBLER, Hanelore. ¿Amenaza de muerte al periodismo tradicional? Revista Electrónica Chasqui # 73, 2001. Recuperado Junio - 2004.
www.comunica.org/chasqui/dobler73.htm

GARCÍA Márquez, Gabriel. El Mejor Oficio del Mundo. Sala de Prensa. 2003. Año V. Vol. 2. Recuperado. Abril – 2004.
http://www.saladeprensa.org/art425.htm

GIL, Quim. Diseñando el periodista digital. En Sala de Prensa, Año II, Vol. 2, de noviembre de 1999. En http://saladeprensa.org/art89.htm.

HASSAN Montero, Yusef 2002 Diseño Hipermedia centrado en el usuario http://www.nosolousabilidad.com/articulos/hipermedia.htm

LÓPEZ, María José. Periodismo digital. Abril, 2002. Reuna, Red Universitaria Nacional. Central de Apuntes y Recursos. Recuperado. Mayo – 2004. http://www.reuna.cl/central_apunte/docs/perdig.pdf

LÓPEZ, X y **NEIRA** X (2000). Los medios locales ante los desafíos de la red. Revista Latina, nº 32, agosto. /http: www.ull.es/publicaciones/latina

LÓPEZ, Xosé. Ciberperiodismo: un Camino a la Innovación Marcado por Luces y Sombras. Razón y Palabra #41. (Revista electrónica) Octubre-Noviembre 2004. Recuperado Enero – 2005. http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n41/xlopez.html

NAVARRO, Zamora Lizy. El Periódico On Line. Estudio sobre el mensaje periodístico. 2000. Pág. 280 – 283. Recuperado Junio – 2004. http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11341629/articulos/ESMP0000110273A.PDF

NAVARRO Zamora, Lizy. Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. 2001. En Sala de Prensa. Año III, Vol. 2. En http://www.salsadeprensa.org/art253.htm.

OLIVER, Christian. Papel versus Web. El Universal, Caracas, 07 de diciembre, 1997. Apoyos. Recuperado Noviembre - 2004. http://buscador.eluniversal.com/1997/12/07/apo_art_07362BB.shtml

RAMONET, Ignacio. La Factoría Nº 8. El Periodismo del Nuevo Siglo. Febrero de 1999. Recuperado Febrero – 2005.
http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm

SALAVERRÍA, Ramón. Criterios para la formación del periodista en la era digital. Ponencia presentada en el I Congreso de Periodismo Digital Huesca España 14 – 15 de Enero de 2000.
http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm

SANDOVAL MARTÍN, María Teresa (2001): "La formación a distancia de periodistas digitales: una propuesta para el uso de la videoconferencia". En Revista Latina de Comunicación Social, nº 37. Año 4º, de enero de 2001. Universidad de La Laguna. La Laguna (Tenerife). En
http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/136sandoval.htm.

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS

CELY, Álvarez, Adriana y NEUMAN, María Isabel. Comunicación social en Venezuela. Caracterización de los medios cibernéticos. Revista Comunicación # 111. Centro Gumilla – 2000. Pág. 10-19.

DÍAZ, Noci Javier. ¿Hacia dónde va el periodismo en Internet? Shera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, No. 1. Murcia: Universidad Católica San Antonio, 2001, Pág. 77-100.

DÍAZ, Noci Javier. La Edición electrónica en Internet. Libros, revistas académicas y periódicos digitales. Euskonews & Media, No. 33, mayo. San Sebastián: Sociedad de Estudios vascos, 1999.

EDITORA, El Nacional C.A. Una Corporación por Dentro. Material elaborado por la Gerencia de Relaciones Institucionales. Septiembre, 2000.

FISCHER, Bernardo. La lenta agonía de la tinta y el papel (periódico). Del Periodismo Impreso al Electrónico. Revista Comunicación # 93. Centro Gumilla – 1996. Pág. 18-22.

GRAF, Hans. Internet un chance para comunicarnos. Revista Comunicación # 102. Centro Gumilla – 1998. Pág. 14.

PILATO, Elsa. Los diarios venezolanos en Internet. Revista Comunicación # 102. Centro Gumilla – 1998. Pág. 23-26.

TORTELLO, Miguel Ángel. El Universal Digital. 28 de Noviembre. 1996. Historia de El Universal. Fundación Andrés Mata. 2000. Pág. 32.

TORTELLO, Miguel Ángel. EUD.com y El Periodismo del nuevo milenio. El Universal. Su huella en la historia. El Periódico. 2000. Fundación Andrés Mata. Pág. 46-47.

UZCÁTEGUI, Ingrid. Lenguaje y diseño de los cibermedios. Hora Universitaria. Octubre II, 2004. Pag. 13.

VENCE, Araujo Haydee. La Historia Oficial. Tras un lustro en la red de redes, el gran reto es la personalización de los servicios. El Universal, Caracas, 30 de mayo, 2001. Computación.

ANEXOS

ANEXO # 1 Cuestionario para estudiantes de Comunicación Social

Formatos de cuestionarios

Estudio de Campo Sobre Periodismo Digital Fecha_____

Escuela de Comunicación Social UCV Semestre _____

1. ¿Sabes qué es el Periodismo Digital?

Si__

Explica_____

_____

No_____

Algo____

2. ¿Conoces los términos usados en el Periodismo Digital?

Si___Nombra alguno

_____

No___

3. ¿Sabes cómo es el manejo de las fuentes en el periodismo digital?

Si___ Cómo?

_____

No___

4. ¿Conoces los elementos qué se toman en cuenta para validar la información en el periodismo digital?

Si____Nombra alguno

_____

No___

5. ¿Conoces suficientes bibliografías sobre el periodismo digital?

Si ___ Nombra alguna

_____

No___

6. ¿Crees qué es necesario desarrollar investigaciones sobre periodismo digital?

Si_____Por qué?

_____

No_____Por qué?

_____

7. ¿Recibes en la Escuela preparación académica con respecto al Periodismo Digital?

Si___que tipo de preparación

_____

No_____

ANEXO # 2 Entrevista: Profesionales # 1

1. ¿Cómo definiría usted al periodismo digital?

2. ¿Qué diferencias establecería usted entre el periodismo tradicional y el digital?

3. ¿Cuáles considera usted son los recursos con los que cuenta el medio digital?

4. ¿Cuáles considera usted son las características del medio digital?

5. ¿Cuáles considera usted son los elementos de los que se vale la prensa digital para la elaboración de la información?

6. ¿Cuáles son las fuentes de información más usadas?

7. ¿Se alimenta el ciberperiodista solo de fuentes secundarias? ¿En qué casos se acude a la fuente primaria?

8. ¿Cómo determina usted la veracidad de una información antes de publicarla en la Web? ¿Es la contrastación de versiones su principal recurso?

9. ¿Cómo se le hace seguimiento a una información que pueda tener hechos secundarios? ¿Qué tratamiento recibe esta?

10. ¿La mayoría de las informaciones publicadas son contingentes, o también se utilizan contenidos derivados de una investigación periodística o de un trabajo especial?

11. ¿En el caso de presentarse trabajos que requieran investigación periodística (reportaje, crónica,) estos contenidos los proporciona o elabora el ciberperiodista o el periodista tradicional?

12. ¿Cuáles son las herramientas teóricas intelectuales que debe poseer un ciberperiodista?

13. ¿Por qué cree que los medios impresos han venido adecuando sus contenidos al medio digital?

14. ¿Cómo considera la labor del ciberperiodista, cómo una actividad que sigue manteniendo los principios propios y tradicionales de la investigación periodística, o cómo una variante del periodismo que ha desarrollado herramientas, métodos y mecanismos distintos para la elaboración de contenidos?

ANEXO # 3 Entrevista: Profesionales # 2

1. ¿Considera usted que la información obtenida en el periodismo digital es análoga con la que aplican otros medios de comunicación?

2. ¿Qué mecanismos son usados para recolectar información, con qué fuentes cuenta el periodista de este medio?

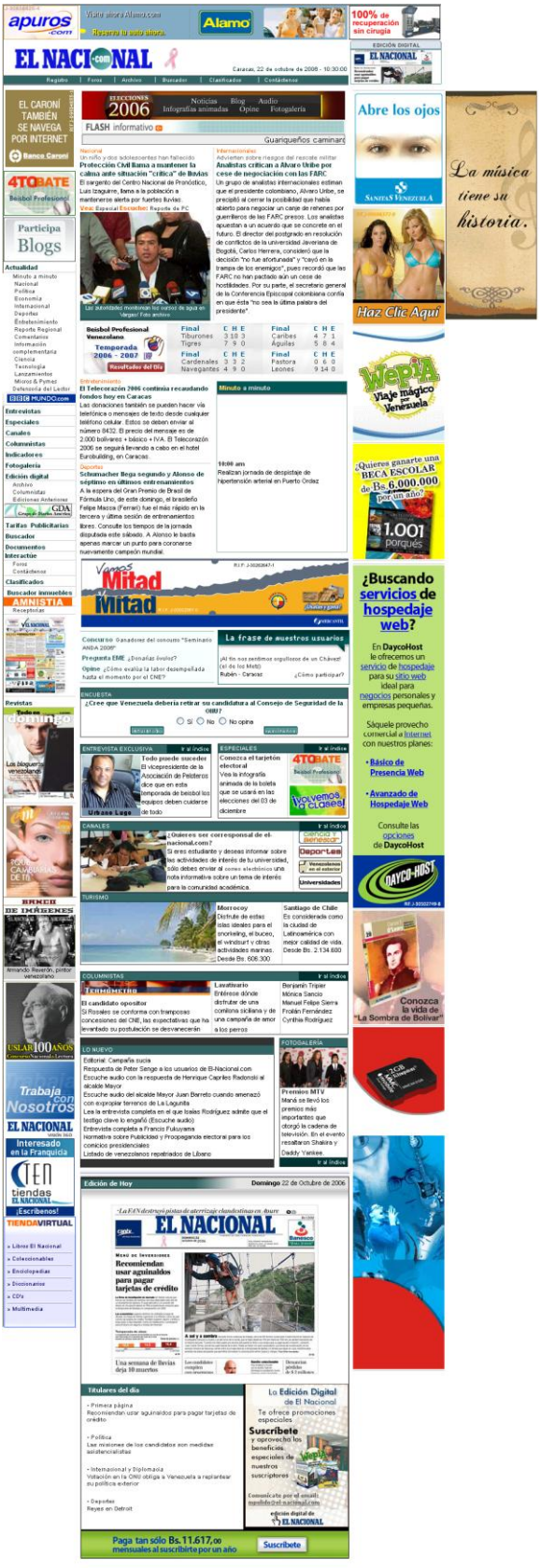
3. ¿Qué mecanismos son usados por los medios y el periodista para obtener y verificar la información?

4. ¿Cuáles son las herramientas o elementos básicos usados en la producción de informaciones para los diarios digitales?

5. ¿Cree usted que el periodismo digital permite la integración de procesos de investigación, análisis, comprobación, verificación de las informaciones?

6. ¿Cuál es el verdadero perfil del ciberperiodista?

7. ¿Cómo considera qué es la instrucción del periodismo digital en los diferentes centros de estudios?

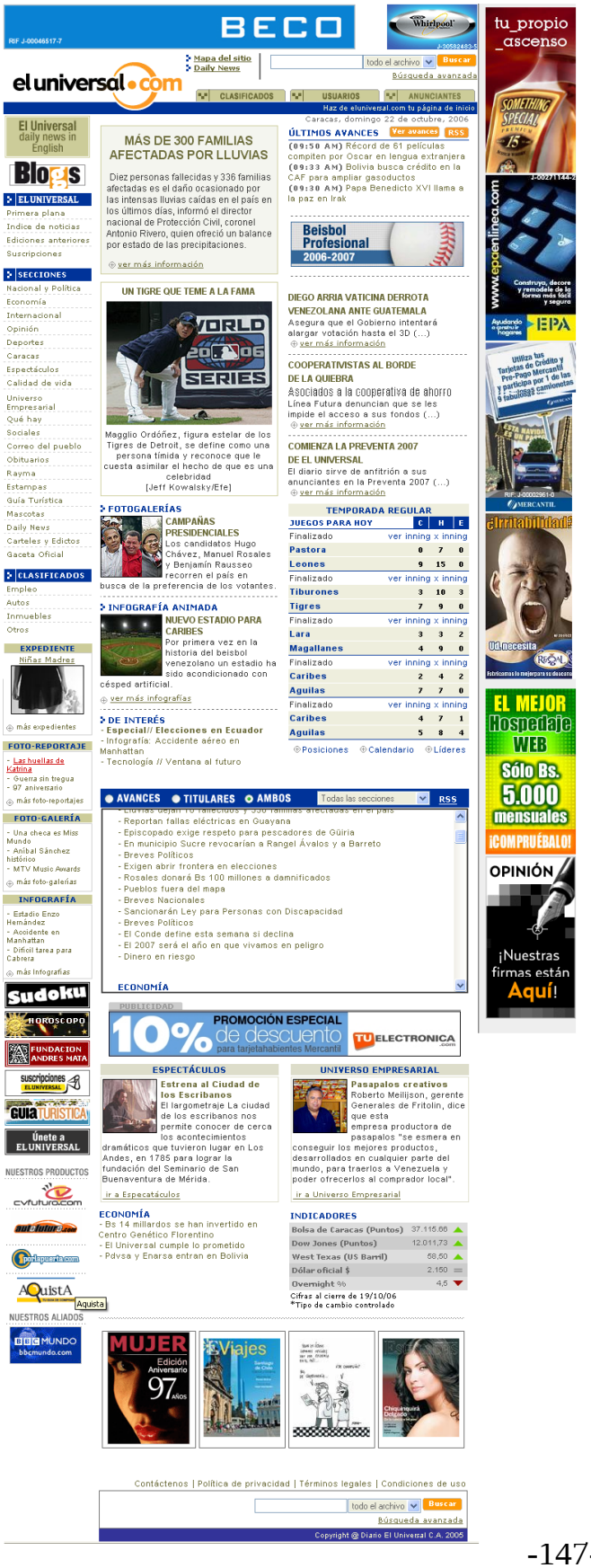


ANEXO # 4

Home de El Nacional

WWW.ELNACIONAL.COM

ANEXO # 5 Home de El Universal



WWW.ELUNIVERSAL.COM

"El secreto del éxito es la constancia hacia el propósito"

Benjamin Disraeli…

Octubre/2007

Mariot E. Luna G.