

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**Director Trabajo de grado: MIGUEL E. GARCÉS PRETTEL**

**Aceptación del Director:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_ **Calificación :** \_\_\_\_\_

**ACEPTACIÓN ÁREA DE INVESTIGACIÓN:**

**NOMBRE Y FIRMA:**

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**I. IDENTIFICACIÓN DEL INFORME FINAL**

<b>NOMBRE (S) Y ÉNFASIS PROFESIONAL:</b> <b>PREGRADO</b>
<b>DALIS BOTERO RIVERA</b>
<b>CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS</b>
<b>TIPO DE TRABAJO:</b> MONOGRÁFICO: ____ PRODUCCIÓN: ___ INVESTIGACIÓN: <b>X</b>
<b>DIRECTOR DE TRABAJO:</b> <b>MIGUEL E. GARCÉS PRETTEL</b>
<b>TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN</b>  LOS CAMBIOS DEL PERIODISMO DESDE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN DOS CIUDADES PRINCIPALES DEL CARIBE COLOMBIANO

LOS CAMBIOS DEL PERIODISMO DESDE LAS TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN DOS CIUDADES PRINCIPALES DEL  
CARIBE COLOMBIANO

Tesis presentada a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Como requisito de para Pregrado de Comunicación Social

**DIRECTOR: MIGUEL GARCÉS**

Por:

**DALIS BOTERO RIVERA**

Cartagena de Indias, D T y C. Mayo de 2012

## DEDICATORIA

*Este maravilloso proyecto de investigación se lo quiero dedicar con todo mi amor a mi hermosa hija Hillary, por ser mi motor, por quien luché día y noche para que esta victoria fuera una realidad; a mi esposo Harling; a mis padres: Julio Cesar Botero y María Rivera; a mis hermanas Yordaris, María Cristina, Luna y Ana; a mi director de tesis Miguel Garcés y a mi ángel de la guarda Roxana Segovia, pues gracias al aporte de cada uno de ellos pude alcanzar esta meta.*

*Gracias por confiar en mí, en mis capacidades, en mis ganas de salir adelante, por ser mis fuerzas, mis ganas, por darme la mano en momentos difíciles, por ser mi apoyo constante y mis acompañantes hasta el final. A todos ustedes, gracias los amo mucho.*

## AGRADECIMIENTOS

*En primer lugar, agradezco de todo corazón a Jehová Dios todo poderoso por derramar poder sobrenatural en mí, por llenarme de sabiduría, de fuerza y ánimo. Gracias a su ayuda estoy en esta etapa de mi vida que él más que nadie sabe lo que significa para mí.*

*Gracias por enviarme a sus ángeles para que me acompañaran en este desafío y por darme la fuerza, la voluntad y las ganas de soñar.*

*Gracias papito y mamita linda por sacarme adelante, por poner toda su confianza en mí, por dar todo lo que tuvieran a su alcance para que fuera alguien en la vida y porque gracias a ustedes soy una profesional.*

*Gracias a mi precioso Harling por confiar en mí y apoyarme incondicionalmente. Te amo.*

*Gracias Roxana Segovia por darme la oportunidad de estudiar, de estar becada en una de las mejores universidades del país y por ser mi ejemplo y modelo a seguir.*

*Gracias profesor Miguel Garcés por ese corazón tan humilde, por luchar para que sus estudiantes sean los mejores a nivel personal y profesional. Gracias por compartir de manera desinteresada todos sus conocimientos, abrir su corazón y las puertas de su casa para que además de un profesor encontráramos un amigo y profesional ejemplar. Así mismo, gracias a todos los docentes que en su oportunidad compartieron saberes conmigo, brindarme su amistad y pasar momentos inolvidables.*

*Gracias Padre Sanín, por sus consejos y enseñanzas de usted nunca olvidaré estas palabras “la carreta es para los mangos”. En la vida hay que ser mejor cada día y aportar lo mejor de sí a la humanidad.*

*Muchas bendiciones a cada uno de ustedes, mil y mil gracias.*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Resumen</b>	<b>8</b>
<b>Abstract</b>	<b>9</b>
<b>Introducción</b>	<b>10</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>12</b>
1.1. Pregunta problema	13
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>14</b>
<b>3. OBJETIVOS</b>	<b>16</b>
3.1. General	16
3.2. Específicos	16
<b>4. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>17</b>
4.1. Antecedentes investigativos.	17
4.2. Marco teórico	20
4.2.1. El periodismo y los roles profesionales	20
4.2.2. Periodismo y tipos de periodismo	22
4.2.3. Periodismo y nuevas tecnologías	26
4.2.4. De lo impreso a lo digital	27
4.2.5. Las competencias de lo impreso a lo electrónico.	29
<b>5. METODOLOGÍA</b>	<b>33</b>
<b>6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION</b>	<b>34</b>
<b>7. RESULTADOS</b>	<b>35</b>
<b>7.1. LAS TIC QUE USAN LOS PERIODISTAS EN SU OFICIO</b>	<b>36</b>
7.1.1. Los dispositivos tecnológicos más usados en su oficio	36
7.1.2. Las nuevas tecnologías usadas por los periodistas.	36
<b>7.2. CAMBIOS POSITIVOS Y NEGATIVOS PERCIBIDOS POR LOS PERIODISTAS CON LA INSERCIÓN DE LAS TIC EN SUS LABORES</b>	<b>39</b>
7.2.1. Los cambios positivos	39
7.2.1.1 inmediatez	39
7.2.1.2 accesos a la información	40
7.2.1.3 ampliaciones de las oportunidades laborales	40
7.2.2. Cambios negativos	42
7.2.2.1 perder contacto directo con la realidad y las fuentes	42
7.2.2.2 reducir la profesión a retransmisión de información o noticias	43
7.2.2.3 desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes	43
7.2.2.4 cimentar la práctica periodística sólo desde competencias tecnológicas	44
<b>7.3 DEMANDAS PROFESIONALES DESDE EL USO DE LAS TIC</b>	<b>44</b>
7.3.1 competencias tecnológicas aplicadas al periodismo	44

7.3.2 competencias profesionales integradas	46
7.3.3 competencias éticas	47
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>49</b>
<b>9. RECOMENDACIONES</b>	<b>52</b>
9.1 Universidades	52
9.2 Periodistas profesionales	52
9.3 Empresas de informativas	52
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>59</b>

## RESUMEN

Esta investigación de naturaleza mixta y de tipo descriptivo, analiza las percepciones que tienen periodistas del Caribe Colombiano sobre los cambios y oportunidades que ha tenido el periodismo y la profesión periodística en Cartagena de Indias y Barranquilla (Colombia) a partir de la inserción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las labores profesionales. El diseño metodológico partió de una muestra intencional de ciento cuatro (104) periodistas en ejercicio, incluyendo directores de los principales medios de comunicación de estas dos ciudades que respondieron al tema mediante cuestionarios y entrevistas estructuradas. La muestra se seleccionó de acuerdo al criterio de que fueran periodistas en ejercicio con mínimo dos años de experiencia y que laboraran en empresas informativas dentro de las ciudades seleccionadas.

Dentro de los hallazgos se resalta que los periodistas de estas ciudades perciben positivamente el uso de las TIC en su oficio, reconociendo beneficios en términos de acceso rápido a diversas fuentes de información, facilitación de las labores de redacción y edición de contenidos, mayor contacto con sus audiencias y colegas de trabajo, facilidad para hacer cubrimientos fuera de sus ciudades y modernización de la plataforma de comunicación integrando en la edición lo impreso con lo digital para una mejor cobertura.

Sin embargo perciben que los cambios negativos que ha sufrido la profesión periodística no son por los medios tecnológicos, sino por los fines y por quienes lo usan y cómo lo aplican. De esta manera se resaltan cuatro peligros que afectan la calidad periodística desde el uso inapropiado de las TIC en sus ciudades: 1. Perder contacto directo con la realidad y con las fuentes; 2. Reducir la profesión a retransmisión de noticias; 3. Desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes; 4. Cimentar la práctica periodística solo desde competencias tecnológicas, dejando de lado las competencias profesionales y éticas.

**Palabras claves:** Periodismo, profesión periodística, práctica periodística, calidad periodística, tecnologías de la información y la comunicación.



## ABSTRACT

This investigation analyzes the perceptions of journalists of the Colombian Caribbean on the changes and opportunities that journalism and the profession have had in Cartagena of Indies and Barranquilla (Colombia) with the insertion of the Communication and information technologies (ITC) in the professional works. The methodological design started from an intentional sample of (104) journalists in exercise, including directors of the main mass media of these two cities that responded to the theme by answering questionnaires and structured interviews. The sample was selected according to the criterion that journalists were with a minimum two years of experience and worked in informative businesses in the cities selected.

Among the findings, it really gets the attention that the journalists of these cities perceive positively the use of the ITC at their work, they recognize the benefits in terms of a faster access to diverse sources of information, their work is easier such as editing content, greater contact with their audiences and colleagues, facility to do emission of news out of their cities and modernization of the platform of communication integrating in the edition the printed thing with the digital one for a better cover. Nevertheless, they perceive that the negative changes that have suffered the journalistic profession are not because of the technological media, but by the purposes and the form as they apply. In this manner they stand out four aspects that affect the journalistic quality for the inappropriate use of the TIC in their cities: 1. Losing direct contact with the reality and with the sources; 2. Reducing the profession to broadcast of news; 3. Desisting of the valuable exercise of verifying the sources; 4. Reducing the exercise of the journalism to technological abilities, leaving apart the ethical and professional bases.

**Keywords:** Journalism, journalistic profession, journalistic practice, journalistic quality, technology of information and communication.

## INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han sido de importante utilidad en el mundo en todos sus contextos. Sus transformaciones en las maneras de comunicarse y ejercer la labor los periodistas han tenido que ver con la economía, la política, la sociedad y por supuesto con el desarrollo mismo de la profesión periodística.

Dichas transformaciones han obligado de alguna manera a cambiar los usos que se le da comúnmente a la información y a la relación entre los periodistas y sus audiencias. Las nuevas tecnologías han permitido a los periodistas hacer usos de nuevas plataformas como la Web 2.0, lo que ha hecho que en algunos contextos sociales de países como Colombia el perfil del periodista y del periodismo -que ha sido nutrido por las ventajas comunicativas que ofrece la hipertextualidad y la multimedialidad- cambien de manera sustancial, pues estas nuevas ventajas mediáticas están siendo usadas para facilitar la transmisión de información por medio del ciberespacio y para generar nuevos vínculos entre las agencias, los usuarios y entre los mismos periodistas, trascendiendo lo local y avanzado hacia un modelo de periodismo de trascendencia mundial.

Sin duda alguna los cambios tecnológicos son necesarios para el progreso de una sociedad, pues existe una estrecha relación entre conocimiento, información y desarrollo. Por ello, es necesario que el periodista como comunicador, emisor y receptor de información use todas las herramientas posibles para hacer su labor de una manera seria, responsable y fundamentada, y para que esos cambios que se generan con el uso de las TIC no empobrezcan la calidad de su labor, sino que más bien la enriquezca para desarrollar un oficio con rigurosidad, confiabilidad en sus fuentes y profundidad en los análisis.

El propósito de esta investigación tiene como fin identificar cuáles son las TIC que han incorporado los periodistas en sus labores profesionales, así mismo, conocer las percepciones de los periodistas sobre los cambios que han tenido sus roles y labores de producción

periodística a partir del uso de las TIC y por último establecer las nuevas competencias profesionales a nivel de periodismo que están demandando las empresas informativas a partir de la inserción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en sus prácticas cotidianas. Estos objetivos se dan dentro de un contexto polémico ya que existen diversos autores que miran con buenos ojos el uso de las tecnologías en el periodismo y otros que aunque no lo catalogan de manera negativa si les preocupa la forma en que se están utilizando y los problemas que están generando en lo que tiene que ver con el proceso informativo y la manera de relacionarse con las audiencias.

Además, es importante saber cuáles son esas nuevas competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas que están demandando las empresas informativas y que serán de gran utilidad para que las universidades, los centros de formación puedan hacer reformas en sus currículos, buscando formar a los comunicadores periodistas para llenar esas demandas que las empresas están exigiendo.

El diseño metodológico de la presente investigación es de naturaleza mixta y de tipo descriptivo. Se hizo un muestreo no probabilístico intencional de ciento cuatro (104) periodistas por cada medio de comunicación de las dos ciudades.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El periodismo y los periodistas en muchas partes del mundo han tenido cambios en la manera de comunicarse y ejercer roles, a partir de la inserción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en sus labores diarias. Todo esto, ha obligado también a cambiar el uso común de la información, y a la relación entre los periodistas y sus audiencias. Incluso se ha hablado de que la Internet en el siglo XXI está impulsando un nuevo modelo de periodismo más dinámico, claro y sencillo (López, 2005).

Las opiniones especializadas sobre el tema son variadas, algunos académicos como Sandoval (2001) y Meso (2002) son optimista al creer que con el internet, los periodistas pueden asumir las nuevas tareas y desafíos éticos que genera el ciberespacio y el trabajo en entornos digitales en donde se han convertido simultáneamente en emisores y receptores, lo que hace posible que reciban y emitan la información usando el mismo canal de comunicación.

No obstante, otros académicos están preocupados porque en algunos escenarios el mal uso de las TIC está afectando la calidad del periodismo, debido a que existen periodistas que ya no desean tener un acercamiento presencial con la realidad que investigan, solo retransmiten información y renuncian a la tarea de constatar las fuentes o de tener fuentes directas. De Pablos (2002) y Tania Bencomo (2004) por ejemplo, aseguran que con la llegada de Internet, empieza a darse un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes, y en otros casos está generando desempleo y empeoramiento de las condiciones de trabajo de los periodistas.

De allí, que López (2002) considere que las universidades deben asumir el desafío de preparar comunicadores con una oferta de calidad que tenga en cuenta los nuevos perfiles profesionales y las demandas del mercado, sin perder de vista lo más importante: formar profesionales que sepan pensar, que conozcan y entiendan el funcionamiento de la sociedad, que sepan investigar y que tengan preparación para trabajar en la sociedad en que viven.

Este fenómeno que ha sido objeto de debates académicos en escenarios internacionales y en Colombia, no es ajeno a las discusiones que intelectuales y periodistas en general realizan en el contexto del Caribe Colombiano. El uso de las TIC en el gremio periodístico en ciudades como Cartagena y Barranquilla, ha generado todo tipo de reacciones u opiniones a favor o en contra de esta nueva herramienta tecnológica en el quehacer diario del periodista tradicional. En entrevistas realizadas a algunos periodistas en estas dos ciudades se perciben puntos de vista en contra en cuanto al uso de las tecnologías.

Por ejemplo, Ada Echenique periodista de la Oficina de Prensa de la Alcaldía Mayor de Cartagena le preocupa que el periodista ha perdido la capacidad de análisis, capacidad de profundizar, de confrontar la noticia, de profundizar y de contextualizar. Así, lo dejó entrever la periodista cuando su relato afirmó:

*“Hoy todo llega en volumen y los periodistas muchas veces no salen de la sala de redacción, no salen ni siquiera de las oficinas, siendo la investigación, el trabajo de campo y la relación con el ciudadano la razón de ser de un buen periodista. Creo que esas desventajas están incidiendo en cómo estamos comunicando, cómo estamos produciendo; hoy con las nuevas tecnologías, hay más preocupación por lo inmediato, por lo de forma que por los de fondo”.*

Ahora bien, teniendo en cuenta este panorama que afronta el periodismo resulta pertinente indagar en esta investigación:

#### **a. PREGUNTA PROBLEMA**

¿Qué cambios perciben los periodistas que ha tenido su profesión en Cartagena y Barranquilla, a partir de la inserción de las TIC en sus labores profesionales?

## 2. JUSTIFICACIÓN

La investigación se justifica por el carácter exploratorio de la misma, pues las investigaciones de Said, Arcila y Méndez (2011) han estudiado la evolución de los cybermedios en Colombia observando los portales Web de las empresas informativas que tienen diarios digitales, pero en la actualidad esta investigación con fines de grado es la primera que analiza las TIC y la manera como la están usando los periodistas en sus labores profesionales, llenando un gran vacío de conocimiento a nivel regional y complementando los esfuerzos científicos que viene adelantando estos investigadores de otras universidades.

Este estudio permite también distinguir los aspectos influyentes en su perfil profesional como periodistas teniendo en cuenta la inserción de las TIC en sus prácticas, de esta manera se torna más sencillo esclarecer la importancia que tienen los cambios tecnológicos para el desarrollo social o por lo contrario que tanto afecta el avance tecnológico a los periodistas en su labor.

Sin duda alguna investigar sobre las TIC y cómo afecta o contribuyen al desarrollo del oficio del periodista, hace que nazca la iniciativa de proponer ideas que sirvan para nutrir y fortalecer los conocimientos y prácticas del periodismo, buscando que estas se ejerzan de una manera seria, comprometida, responsable y profesional, pero también buscando que dichas labores estén a la vanguardia de las tecnologías e innovaciones que surgen para beneficio de la sociedad y para mejorar los procesos de comunicación social.

La pertinencia de este trabajo radica en que las facultades y programas de comunicación podrán conocer que está pasando en el caribe colombiano frente a las transformaciones del periodismo desde el uso de las nuevas tecnologías en su oficio, esto puede incitar a que los periodistas se preparen mejor para enfrentar esos nuevos cambios y las nuevas demandas profesionales de las empresas informativas. Para esto, es necesario observar que medio y fin son importantes, no se puede descuidar el fin pero tampoco los medios y viceversa, es decir, se requieren competencias profesionales, pero también se requieren manejos tecnológicos de herramientas que permitan hacer un trabajo profesional de calidad.

El uso de las nuevas tecnologías en el contexto periodístico, tiene especial interés no solo a nivel internacional sino a nivel local, por varias razones:

Primero, porque no hay estudios en Cartagena y Barranquilla que analice lo que está pasando con las tecnologías, es un tema nuevo que abordarlo abriría la posibilidad de mostrar de manera general que está sucediendo en ese mundo y posibilitaría que aparezca nuevas investigaciones que estudien temas específicos de esa gran mirada general que va a ofrecer este proyecto.

Segundo, estudiar los cambios va a permitir que los periodistas conozcan qué está pasando en la ciudad frente a esas nuevas transformaciones del periodismo y también va a incitar a que los periodistas se preparen para enfrentar esos nuevos cambios.

Y por último, se justifica porque es necesario observar que medio y fin son importantes, de que no se puede descuidar el fin pero tampoco los medios y viceversa. Es decir, se requieren competencias profesionales, pero también se requieren manejos tecnológicos de herramientas que permitan hacer un trabajo profesional mucho mejor.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. GENERAL**

Analizar las percepciones de periodistas de Cartagena y Barranquilla sobre los cambios que ha tenido su profesión a partir de la inserción de las TIC en sus labores.

#### **3.2. ESPECÍFICOS**

- Identificar las TIC que han incorporado los periodistas en sus labores profesionales.
- Describir las percepciones de los periodistas sobre los cambios positivos y negativos que han tenido sus roles y labores de producción periodística a partir del uso de las TIC.
- Establecer las nuevas competencias profesionales a nivel de periodismo que están demandando las empresas informativas a partir de la inserción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en sus prácticas cotidianas.



## 4. MARCO DE REFERENCIA

### 4.1. Antecedentes investigativos.

La consecuencia de los cambios que ha traído consigo el uso de las TIC en la última década, ha influido significativamente en el desarrollo de la actividad periodística que ha variado desde la aparición y uso de estas herramientas.

Ante la imparable necesidad de información y el constante crecimiento de los medios de comunicación en la llamada “Sociedad de la información”, las nuevas tecnologías son consideradas el principal agente de este cambio.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, Bencomo (2004) plantea que la profesión del periodista no ha sido ajena a los cambios que ha traído consigo las tecnologías de la información y la comunicación ya que en esos procesos de cambios, algunos periodistas se adaptan a las condiciones que este “Boom” tecnológico les ofrece y que en determinado momento por alguna razón pueda modificar su entorno.

Por otro lado, Vega (2008) afirma que *“el periodismo no será hecho por periodistas ante el masivo uso de la tecnología ya que esta ha venido influyendo altamente en la manera como se consigue y transmite la información”*. Obviamente, por ese mismo afán de difundir una noticia, los precios baratos de estos aparatos tecnológicos contribuyen a que sean más las personas que desde esta herramienta estén difundiendo en tiempo real un acontecimiento por radio, prensa, televisión y la Web 2.0.

Precisamente, en el trabajo investigativo de Mogollón et al. (2006) afirman que las TIC se han ido insertando no solo a los medios de comunicación sino a la profesión misma ya que están cambiando la metodología que tradicionalmente se utilizaban como la recolección de datos, el contacto directo con las fuentes y la esencia de la investigación.

*“Mayor velocidad en los flujos de información genera una mayor presión sobre el periodista. Actualmente, en la creación y la difusión de la información este profesional debe conocer y hacer uso de una tecnología cada vez más compleja y diversa”.*

Lo anterior hace reflexionar sobre la manera como la influencia de las TIC se ha reflejado en los cambios que se observan en los últimos años en los medios tradicionales de información así como en el fundamento del trabajo del periodista y en el manejo de la información. Naturalmente con la incorporación de las TICs en el mundo del periodismo muchas cosas han cambiado, se ha dejado a tras los viejos paradigmas de búsqueda de información para dar paso al inevitable mundo de la tecnología que ha encontrado eco en todos los ámbitos.

Así mismo, Tejedor (2006) plantea que: *“Hay siete posibilidades que convergen en la incorporación de las TIC en el periodismo, las cuales no están presentes en ninguno de los medios tradicionales y son: La inmediatez, multimedia, personalización, interactividad, narrativa hipertextual, gran capacidad documental y virtualidad.”*

Por su parte Jaramillo, E. (2005) destaca lo siguiente: *“Como ya ha sucedido en muchos campos, las nuevas formas de acceder a la información ha superado los antiguos métodos”.*

Antes, como lo afirmaron los directivos de los medios de Cartagena y Barranquilla, la información oficial se ceñía a un simple boletín que se sacara y que los medios pudieran replicar, se demoraba hasta tres días para que esta saliera a luz. Hoy esa misma información llega a través de los medios alternativos, se montan en la Web 2.0, las redes sociales e inclusive se manda individualmente al público a su casa a través del correo electrónico. Es decir, las ventajas que están ofreciendo las TIC han sobrepasado las expectativas de quienes lo utilizan ya sea para bien o para mal.

Larequi (1996), reflexiona sobre los cambios que el periodismo ha experimentado a lo largo de la historia, los cambios que han beneficiado y afectado a la profesión y los profesionales marcados por los avances tecnológicos.

*“Hoy en día la tecnología es la responsable de la aparición de los denominados “nuevos medios” y de los cambios que los mismos están originando en el trabajo diario de la profesión periodística, la aparición y consolidación de los “nuevos medios”. Larequi (1996).*

Con base en lo anterior Molera (2008) considera que *“lo que marca la excepcionalidad de este momento, es que el constante y acelerado desarrollo de las TIC, determina también la celeridad en la transformación de los modelos comunicativos”.*

En ese mismo sentido Salaverría (2005) afirma que con la aparición de las TIC se está viviendo una nueva modalidad del periodismo que sobrepasa lo que anteriormente era fundamental en esta profesión que eran en primer lugar la investigación, la producción y la difusión. En ese mismo orden, la producción de los contenidos periodísticos, las nuevas plataformas digitales y la aparición del internet también facilitan las labores de redacción y edición, integrando en la edición lo impreso con lo digital para una mejor cobertura.

Ante el notable panorama de cambios las TIC generan grandes retos tanto para el periodismo como para el periodista, quizás un factor importante es la capacidad de adaptación y apropiación de la tecnología en el desarrollo de esta actividad, se puede decir que del buen uso que se le dé a estas herramientas depende la esencia del periodismo.

## 4.2. MARCO TEÓRICO

### 4.2.1 EL PERIODISMO Y LOS ROLES PROFESIONALES

La experiencia y estudios realizados sobre los roles y labores profesionales de los periodistas en países como Brasil, España, Puerto Rico y Portugal dan muestra de los diferentes actividades y prácticas que están asumiendo los comunicadores impulsados desde que aparecieron las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (Noci, 2010).

Todos estos retos que hoy asumen los periodistas en la ejecución de su labor son cada vez mayores, esto lo confirma López (2010) cuando asegura que *“Los datos indican que se ha incrementado el nivel de formación de los periodistas, aunque cada vez están más necesitados de conocimientos actuales para trabajar en la compleja sociedad actual, y que hay un panorama favorable para la formación continua, un reto para todos los comunicadores de la era digital”*.

Por su parte según el informe de Internet World State 2009 en América latina con relación a la labor periodística reconoce que *“hemos ido recabando gente tejiendo redes; hemos conseguidos periodistas facilitadores, formadores de distintas áreas”* (Díaz, 2010.)

Cabe resaltar que facilitar la forma de conocer cualquier información en el mundo con solo abrir las páginas de los diferentes medios de comunicación es algo trascendente, pues es una cosa antes que no se podía hacer, lo cual permite *“acceder a las fuentes de información, así como difundir a través de Internet todo tipo de mensajes con inusitada rapidez abonando a la idea de que ya no será necesaria capacitación técnica alguna, ni siquiera un bagaje cultural específico, ni mucho menos una titulación que garantice un ejercicio responsable y adecuado de la moderna comunicación social”*. Fernández (2010). En efecto, la información es una manera de tomarle el pulso al mundo a través de la red de redes.

Dadas las condiciones que anteceden existen unos estándares mínimos de calidad periodística independientemente del medio en que se desenvuelva, el periodista debe ser un investigador un entrevistador y un redactor con unos principios deontológicos (Salaverría, 2008).

La calidad también tiene que ver con lo axiológico, es decir tiene en cuenta principios que van ligados en cierto sentido al tema de responsabilidad social y responde al interrogante: ¿Por qué asumir responsabilidad social?, sencillamente, porque:

[...] las exigencias éticas y deontológicas periodísticas vienen reclamadas por la responsabilidad social y por las relaciones con la audiencia, ya que la información aparece como un elemento fundamental para el desarrollo pleno del ser humano. La ética tiene que identificar los valores periodísticos universalmente reconocidos como aspiraciones en pro de la dignidad de la persona humana y de la sociedad democrática”. (Bursset, M. 2003).

Dadas las condiciones que anteceden, conviene afirmar que la responsabilidad social y la ética del periodista no debe ser utilizado para aprovecharse de los demás ya sea extorsionándolo o causando daño irremediable sobre este; se ha visto casos en que utilizan a los medios para cometer sus fines, poniendo en juego la veracidad y la credibilidad del comunicador.

En ese sentido, *cabe destacar* que los periodistas y los medios ocupan un lugar muy importante en la sociedad y que la utilización de sus herramientas y el buen uso de estas generan un impacto positivo en sus prácticas profesionales.

Frente a esto, Naji (2009) considera que “*los medios son una fuente de conocimiento, una herramienta de desarrollo, una matriz para la ciudadanía, un recurso para la construcción del ser social y de la paz*”, haciendo referencia a una vía que permite la difusión, distribución y esparcimiento de información, dando cabida a la crítica de los receptores y sus posibles retroalimentaciones.

Autores como Gutiérrez et al. (2010) afirman que para el caso de Colombia, uno de los mayores problemas de la profesión periodística son “*la precariedad laboral y las presiones para el libre ejercicio informativo*”, pero a pesar de estos factores los periodistas se sienten satisfechos con su profesión sin importar que usen o no tecnologías de la información en sus labores.

#### **4.2.2 PERIODISMO Y TIPOS DE PERIODISMO**

Con relación a este tema, diversos autores en el mundo lo han abordado, mostrando puntos de encuentro en los enfoques pero siendo claros a la hora de entenderlo. A continuación se presentan algunas de estas miradas y conceptualizaciones que han elaborado reconocidos teóricos en este campo, que pueden ayudar a comprender mejor su definición:

Alberto Dallal (2003) define el periodismo como el “*acto de socializar rápida y efectivamente la información y cuando habla de socializar se refiere no solo que el mensaje se divulgue sino que pase a ser propiedad colectiva*”. Es decir, que no basta con que el mensaje sea divulgado; la información que se transmite debe ser aquella que surja de la realidad, que genere opinión, reflexión, debate y nuevas ideas que mejoren la calidad de vida de la sociedad.

Gil (1993) por su parte expresa, que “*el periodismo no es simplemente una afición o un pasatiempo, necesita estudiarse como asignatura obligatoria para todo aquel que pretenda ser comunicador*”. El periodismo es mucho más que lo dicho anteriormente, es un hecho de comunicación, donde se transmite información y contenidos a un público con el objetivo de tener a la sociedad al tanto de la realidad que afrontan en determinado país y el mundo entero.

Peltzer (1994) a diferencia de lo que plantea Dallal y Gil, considera que “*los cambios tecnológicos y sociales están provocando una revolución en los medios y en las audiencias que trajo como consecuencia la aparición de un nuevo periodismo*”. Efectivamente, estamos en una época donde el periodismo se pone al servicio de sus audiencias, sacando a flote la creatividad, innovación y la pluralidad de la información para ir más allá de los medios convencionales.

Estas nuevas modalidades del periodismo mediado por las nuevas tecnologías han cambiado el mundo de la reportería, cualquier persona que tenga un Blackberry, que tenga un Iphone, que tenga un computador en la mano, tiene la capacidad en tiempo real de hacer reportería sobre un hecho que está sucediendo en cualquier parte de la ciudad o del mundo. Lo que lleva al medio de comunicación a analizar cuál es ese valor agregado que como periodistas o como medio de comunicación le brindas a la audiencia para diferenciarse de los demás medios o de las demás personas que pueden estar generando a través de una cuenta de Twitter o una cuenta de Facebook información o reportería en un determinado lugar.

Todos estos aportes teóricos, desglosados anteriormente, son parte del proceso de transformación que ha ido teniendo el término desde su aparición hasta la fecha.

El periodismo tiene varias vertientes, entre las más comunes se encuentran: el periodismo interpretativo, periodismo de imagen, periodismo digital, periodismo científico, periodismo cultural etc.

En lo relacionado con el periodismo interpretativo Santibáñez (1995) describe tres condiciones básicas para dar cumplimiento a este propósito: *un profesional debidamente capacitado*, que pueda formular las preguntas teniendo en cuenta el perfil de la persona a quien va a entrevistar o abordar para indagar sobre un tema en específico, que la estrategia que utilice sea adecuadas a los personajes, que tenga acceso a la documentación necesaria para llegar al público objetivo, pero que la información no solo sepa leerla sino interpretarla para entregar a la audiencia un buen resultado; *recursos*, estos, van de la mano con el manejo del tiempo y dinero, y se reflejada en los mecanismos de gestión que se utilizan para brindar información completa al

usuario final; y un *clima adecuado*, hace referencia al acceso a las fuentes de información y al clima de confianza en la que la labor periodística no se considera un estorbo ni un mal necesario, sino la información resulta importante para la sociedad. Sobre la base de las consideraciones anteriores, se puede decir que el periodismo interpretativo además de la información que proporciona, ofrece explicaciones, comentarios y profundidad en sus escritos.

En igual forma, considera Santibáñez que cuando se habla de periodismo no solamente se habla de noticias también se habla de lo que la gente opina, del esfuerzo que tiene el periodista por mostrarle al público las visiones más profundas del periodismo, aquello que no se observa lo que está detrás desde los acontecimientos, contextos y significado hasta la proyección misma de la noticia.

En efecto, el periodista se ve obligado a indagar sobre la noticia, dar su punto de vista, interpretar a su parecer que quiere decir la noticia, y así mismo transmitirla con veracidad, pero ligado a una explicación e interpretación, ofreciéndole más oportunidades tanto para el periodista como para el lector para que éste tenga una visión más completa de la noticia.

En cuanto al periodismo de imagen, teniendo en cuenta la palabra "imagen" proviene del latín "imago" que significa: "Figura, representación", "Representación viva y eficaz de una intuición o visión poética por medio del lenguaje", (Diccionario de la Real Academia, citado por Rodríguez & González, 2011).

Ramírez, A, et all (2011) agregan que la imagen es un medio de comunicación que se apoya en diferentes rasgos para generar representación acerca de algo o de alguien en ese sentido se puede decir que la imagen es un medio de comunicación que puede generar en las personas una percepción que puede ser de aceptación o de rechazo.

Con relación a este tema, autores como Armentia & Caminos (2003) en sus estudios sobre periodismo de imágenes reflexionan diciendo que éste es un periodismo televisivo, por lo



que las estructuras textuales se complementan en el mejor de los casos o se supeditan al elemento visual que es el determinante. Es decir, que la imagen es usada como informante y por medio de éstas los receptores creen en la noticia, pues ven en ella la veracidad del hecho despertando un interés en las personas.

Por último, Armentia & Caminos (2003) opinan que si bien el periodismo televisivo es el periodismo de la imagen, el periodismo radiofónico es el periodismo de voz en off, dirigido a personas que habitualmente se encuentran en movimiento.

En lo que se refiere al periodismo digital Flórez (2011) considera que con la llegada del Internet transformó vertiginosamente el ejercicio de la actividad periodística de los profesionales en esta rama. Este fenómeno evidente ha contribuido a que los medios masivos de comunicación (radio, prensa, televisión) requieran de un personal que haga uso de las redes sociales, del blog, de los teléfonos móviles y todo tipo de tecnologías emergentes que sirvan para ser cada vez más eficientes y eficaces en el oficio. En el contexto competitivo actual, las empresas informativas necesitan profesionales con capacidades para crear una nueva forma de ver el periodismo, adaptarse y adaptar la empresa a los continuos cambios del entorno, y que, además, estén motivados y motiven a sus equipos.

Por otro lado Calvo (2005) considera el periodismo científico como una de las especialidades informativas más relevantes en esta nueva era. La relevancia de este espacio tiene que ver con los contenidos temáticos que elabora y difunde los cuales tienen un impacto decisivo en la vida de los seres humanos; descubrimientos médicos, inventos tecnológicos, son aspectos tratados en este tipo de periodismo, que para bien de los medios se ha convertido en el enlace entre la ciencia y el público receptor de noticias.

Por último, Tubau (1982) y Rivera (1995) resaltan un aspecto del periodismo que involucra el universo simbólico de la cultura. Ellos lo denominan el periodismo cultural, el cual resalta y

difunde la creación artística (poesía, pintura, etc.), las corrientes ideológicas y todo lo concerniente a la cultura popular de una sociedad.

### **4.2.3 PERIODISMO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

Fernández. Virginia (2000) expresa que el Internet se proyecta como el medio idóneo para plantear todo tipo de formación a distancia, tanto para personas incapacitadas como para profesionales en activo con carencia de tiempo para una formación presencial. Un ejemplo clave es el periodista, para éste las TIC son una herramienta indispensable para la práctica de su labor y al mismo tiempo se convierte en un campo de estudio para desarrollar su formación de manera eficaz en el nuevo milenio.

En el mundo se están dando cambios a nivel periodístico con relación al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y la producción de contenidos. Sin embargo, todo parece indicar que las empresas de comunicación periodísticas según investigaciones hechas por De Pablos & Concha (2003) se ocupan más de los resultados que de llenar de contenidos ricos sus espacios de comunicación ya sean planas de periódicos o minutos de radio o televisión.

De hecho, los autores aseguran que cada vez que surge una nueva tecnología entra en juego el uso que se le da a esta, generando nuevas transformaciones en producción y consumo de la información. Dichas transformaciones han obligado de alguna manera a cambiar los usos que se le da comúnmente a la información y a la relación entre los periodistas y sus audiencias. Las nuevas tecnologías han permitido a los periodistas hacer usos de nuevas plataformas como el internet para propiciar escenarios dejando a un lado los medios tradicionales como lo es el caso de la evolución de la prensa.

#### **4.2.4. DE LO IMPRESO A LO DIGITAL**

La prensa es el primer medio de comunicación que la gente vio migrar en la red. En los inicios de este movimiento, periodistas y editores propendieron por hacer el trabajo fácil y se limitaron a llevar la información de lo impreso a lo digital. (Castellanos, 2011). Es evidente entonces, que la era digital ha revolucionado la forma de ejercer los periodistas su labor, cambiando incluso su forma de investigar, redactar y difundir la información, adoptando nuevos métodos de comunicar y adecuando nuevas herramientas tecnológicas en su trabajo periodístico.

Por lo anterior, se puede decir que el perfil del periodista y del periodismo que ha sido nutrido por las ventajas comunicativas que ofrece la *hipertextualidad*, *instantaneidad*, *interactividad* y *universalidad* cambian de manera sustancial, pues estas nuevas ventajas mediáticas están siendo usadas para facilitar la trasmisión de información por medio del ciberespacio y generar nuevos vínculos entre las agencias.

Antes de entrar en materia, y empezar a explicar cada una de las ventajas comunicativas es importante resaltar el término CONVERGENCIA ya que es un concepto que se confunde con el hecho de integrar, cuando en realidad son dos conceptos, que en la praxis periodística son diferentes. En referencia a la clasificación anterior Salaverría (2008) define la convergencia como un proceso de la integración y puede ser un resultado de las redacciones aunque no necesariamente debe terminar en integración, en efecto para una empresa la convergencia puede darse en cuatro procedimientos: tecnológico, empresarial, profesional y de contenidos.

En todos esos procedimientos la interactividad, la hipertextualidad, instantaneidad y la universalidad las características más sobresalientes en los procesos de innovación tecnológica empiezan a utilizar tecnologías de la información y la comunicación para incorporarla en sus labores profesionales.

En lo que se refiere a interactividad Castellano lo define como *“el proceso comunicativo que imponen los nuevos medios, implica un receptor más activo que el de los medios*

*convencionales*”. Gracias a esta causa, se abre un espacio donde el público interactúa aumentando la relación entre los emisores y el espacio digital. De la misma manera, Belloch, C. (s.f) expresa que esta interacción esta *“basada en los sistemas de hipertexto, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información”*.

Belloch C. (s.f.) define al hipertexto como una red de información formada a partir de un conjunto de unidades de textos que se conectan por múltiples enlaces. Con base en la anterior definición Castellano (2011) expresa la hipertextualidad *“Permite una navegación en el interior del hipertexto a través de enlaces que posibilitan la ampliación de la información”*. Por lo anterior se puede decir que se ve afectado la comunicación no verbal o analógica.

Por otro lado, Castellano (2011) considera que *“los medios convencionales hablan de actualidad, pero los medios digitales dan paso a la instantaneidad”*. Dicha instantaneidad, debe ser utilizada de manera seria, responsable y fundamentada, para que esos cambios que se generan con el uso de las TIC, no empobrezcan la calidad de la labor periodística, sino que más bien la enriquezca y así se pueda desarrollar este oficio con rigurosidad, confiabilidad basadas en sus fuentes y profundidad en los análisis.

Con relación a la universalidad, Castellano (2011), afirma *“al fragmentarse el concepto de distancia y tiempo la información de cualquier periódico digital del mundo se obtiene en segundos”*. Lo anterior tiene en cuenta que desde que aparecieron las nuevas tecnologías, las distancias son cada vez más cortas y las barreras ya no son un obstáculo debido al servicio de banda ancha y la calidad del acceso a la red.

#### 4.2.5. LAS COMPETENCIAS DE LO IMPRESO A LO ELECTRÓNICO.

Según, Lev Manovich (2005), los medios electrónicos tienen las siguientes características:

LA DIGITALIZACIÓN *con base en la representación numérica vuelve a los nuevos medios programables.*

LA MODULARIDAD *hace un fuerte énfasis en la estructura modular, significa que cada uno de los atributos algorítmicos son representados en formas de pixel, vectores, scripts sin perder su identidad.*

LA VARIABILIDAD *un mensaje o contenido desde diferentes versiones, genera una escalabilidad, desde el mismo objeto mediático con diferentes niveles de detalle; otros autores como Noci, J (1997) expresa que estos pueden usar plantillas variadas para un mismo contenido.*

LA AUTOMATIZACIÓN *proceso que incluye la creación, manipulación y acceso a la información, a partir de la digitalización y la modularidad.*

LA TRANSCODIFICACIÓN *significa la transformación en las estructuras y convenciones tradicionales generadas por la sistematización que producen los ordenadores. Todas características se presentan con el fin de identificar las TIC que han incorporado los periodistas a su labor profesional.*

*(Producción Periodística)*

En la labor periodística las competencias son cada vez mayores y sin duda es el conocimiento de esas mismas habilidades las que se deben poner en práctica a la hora de utilizar las Tics. Además, el periodista desde que entró en la era de la red de redes tiene que estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tratar por lo menos

manejar el computador, acceder a la Web 2.0 y procurar al máximo de armar su propia página para que lógicamente se le facilite su trabajo.

Ante la situación planteada, Tobón hace una definición completa del término y afirma:

*[...] Las competencias se entienden como procesos complejos que las personas ponen en acción-actuación-creación, para resolver problemas y realizar actividades (de la vida cotidiana y del contexto laboral-profesional), aportando a la construcción y transformación de la realidad, para lo cual integran el saber ser, el saber conocer y el saber hacer, teniendo en cuenta los requerimientos específicos del entorno y las necesidades personales. (2004: 47. Citado por Sánchez. J et al, 2010).*

En el caso de la comunicación las empresas periodísticas exige de los nuevos periodistas un mayor grado de competitividad en su respectiva área es decir, el periodista debe ser creativo, tener espíritu de reto, conocer las nuevas herramientas tecnológicas y los programas que ofrece las TIC. Del mismo modo, tener una cultura amplia, ser estudios, ser un buen lector y conozca todos los temas que tienen que ver con la problemática de su país.

Por otra parte, Paipa y Parra (2010) suponen que las competencias requieren de la combinación de tres elementos: el primero hace referencia al dominio de unos conocimientos, que al mismo tiempo reclama el desarrollo de una habilidad, del segundo se desprenden los conocimientos y finalmente, se manifiesta la competencia como tal.

Cada día se va a necesitar que el periodista adquiera las competencias mencionadas anteriormente, que maneje el internet, las redes sociales, el twitter y todo lo que le presenta las nuevas tecnologías, etc. El periodista entonces es quizá el ciudadano que tiene que llevar la bandera de lo que es adelanto, “tecnología de punta”.

Con todos esos retos asumidos el periodista pasa de ser tradicional a estar familiarizado con la Web 2.0, así lo reconoce Arroyo, M (2011) cuando plantea que estos cambios han modificado

el trabajo de los periodistas haciendo uso de la tecnología digital para elaborar y difundir la información.

Con la aparición de las TIC no significa que el periodista va renunciar al núcleo de base de la profesión periodística es decir, va a dejar ser reportero, un carga ladrillo, haciendo referencia un periodista del diario el Universal de Cartagena aportó en la entrevista *“el periodista debe aprovechar todos estaos avances tecnológicos y seguir siendo aquel que sale al trabajo de campo, que busca la noticia, se mueve, va a las fuentes, entrevista, compara, presenta las dos caras de la noticia e investiga”*.

Con respecto a la formación de nuevos perfiles para los nuevos medios, en la actualidad, cada vez más expertos como Flores, J & Salinas C. (2009) afirman que la era de la información que afecta a la sociedad impacta en mayor medida a los medios y al ejercicio del periodismo, trastocando la forma en cómo se presenta las noticias y al mismo tiempo generando estrategia para atraer a la audiencia.

Las posibilidades que brinda la tecnología afecta la labor del periodista porque limita algunas veces la investigación. Es decir, se queda en lo superficial y no acuden al trabajo ya un poco mas de profundidad en la búsqueda de la información como tal e impacta de manera positiva gracias al dinamismo de la información, la gestión de los contenidos permitiendo en un Blackberry, satélite, la web, computador, los contenidos prácticamente en tiempo real. Eso es muy positivo pero al mismo tiempo negativo, porque se ha convertido en el karma de los periodistas ya que han perdido el criterio suficiente para filtrar la información, verificarla para luego publicarla.

En ese mismo orden de ideas, Flores, J & Salinas C. expresan que las tecnologías y de los recursos que proporciona Internet a través de la web, obliga a utilizar cada vez más el término “Ciber”, tratando de relacionar las tecnologías de la información con áreas del conocimiento, como Ciberperiodismo, Ciberaprendizajes, Ciberespacio, etc.

Es en ese mismo contexto, donde se desarrolla y se educa la Net generation, según Flores (2009) una generación influida por la presencia cada vez mayor de las TIC.

Los celulares, el internet, las redes sociales, entre otras, han contribuido a ese cambio que se está experimentando en la audiencia mundial. Y, como es obvio, el periodismo no podía quedarse fuera de esta dinámica tecnológica. El periodismo es una de las profesiones que más ha aprovechado e integrado este boom tecnológico para beneficio propio y para la sociedad en general. Ahora bien, las TIC han contribuido positivamente a hacer de la profesión mejores periodistas entendiéndose esta, como la que exige toda una serie de criterios científicos por llamarlo de alguna manera; la capacidad de investigar, de confrontar la noticia, de profundizar, de contextualizar, son cualidades que han perdido valor en el actuar del periodista; ahora lo interesante es saber manejar estas herramientas para dar a conocer una noticia en tiempo real.



## 5. METODOLOGÍA

La investigación es de naturaleza mixta y de tipo descriptivo. Como no existe ninguna información oficial en cuanto al número de periodistas en Cartagena se hizo un muestreo no probabilístico intencional de ciento cuatro (104) periodistas por cada medio de comunicación escrito, radial y televisivo de las dos ciudades.

Para lograr el primer objetivo, se realizó un cuestionario tipo encuesta que se aplicó a una muestra por conveniencia de sesenta y tres (63) periodistas, de los cuales cuarenta y un (41) periodistas eran de Cartagena y 22 eran de Barranquilla. Para alcanzar los dos objetivos últimos se abordaron a treinta y cuatro (34) periodistas de empresas informativas de comunicación masiva y siete (7) jefes de medios que respondieron a preguntas sobre los aspectos centrales mencionados, mediante cuestionarios y entrevistas estructuradas diseñadas por la unidad investigativa.

La muestra fue seleccionada de acuerdo al criterio de que fueran periodistas en ejercicio vinculados formalmente a un medio de comunicación o que demostraran su vinculación activa como periodista independiente, periodistas con dos años de experiencia como periodista activo, periodistas que laboraran en la ciudad de Cartagena y Barranquilla produciendo noticias ya sea a nivel local, regional o nacional.

## **6. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION**

La recolección de la información en Cartagena y Barranquilla se aplicó en la primera jornada de trabajo de los periodistas. Los participantes fueron seleccionados desde sus puestos de trabajo los medios de comunicación de las dos ciudades.

A los periodistas se les aplicó un cuestionario tipo encuesta en su lugar de trabajo donde disponían del espacio y tranquilidad para responder las preguntas. En varias ocasiones, se les tuvo que dejar la encuesta porque se encontraban por fuera ejerciendo su oficio.

Las encuestas fueron enumeradas para facilitar labores de digitación y luego ser procesada en el Software Estadístico SPSS Versión 18.

Para la etapa cualitativa se hicieron entrevistas estructuradas a los Directores de los principales medios de comunicación de estas dos ciudades.

## 7. RESULTADOS

El abordaje del objetivo en estas dos ciudades se hizo desde tres aspectos centrales:

1. Las TIC que están usando los periodistas en su oficio; 2. Los cambios positivos y negativos percibidos por los periodistas con la inserción de las TIC en sus labores;
3. Las demandas profesionales que hacen las empresas informativas a partir de las oportunidades que ofrecen las TIC.

Antes de abordar lo central, es relevante señalar a nivel demográfico que la participación de los periodistas en este estudio fue diversa en cuanto a género y condición etaria. El periodismo en los medios de estas ciudades es ejercido con mayor frecuencia por hombres (67%) que por mujeres (33%). Ambos grupos contaban en su gran mayoría con periodistas que tienen título profesional (86%), pero también había grupos minoritarios sin formación académica en periodismo (11%) y otros que solo disponían de formación técnica (3%).

Al valorar la categoría edad se encontró que los periodistas de estos medios en su gran mayoría son jóvenes entre los 20 a 26 años (32%), otros son adultos jóvenes entre los 27 a 33 años (16%) y entre los 34 a 40 años (17%); el resto correspondió a adultos maduros o intermedios entre los 41 a 47 años (27%), y en porcentajes bajos están los que tienen entre 48 a 54 años (3%) y los superiores a 54 años de edad (5%), que no alcanzaban el rango de adulto mayor. Esta clasificación se hizo teniendo en cuenta las etapas del desarrollo según Erikson (1950) y la clasificación de la Organización de las Naciones Unidas sobre etapa juvenil.

Las empresas informativas muestran tener una buena convergencia generacional que bien aprovechada puede ayudar a generar internamente procesos de formación periodística con sólidas bases profesionales aprovechando la experiencia de los veteranos y el dinamismo modernizador de las nuevas generaciones.

## 7.1 LAS TIC QUE USAN LOS PERIODISTAS EN SU OFICIO

### *7.1.1. Los dispositivos tecnológicos más usados en su oficio*

A nivel de tecnología informática los dispositivos más usados en sus labores periodísticas son los computadores tanto PC como portátiles (96.8%) y las memorias USB (93.7%) para el almacenamiento e intercambio de información.

En el ámbito de las telecomunicaciones, el Celular (100%) y el Blackberry (44%) muestran ser los nuevos dispositivos más imprescindibles en su tarea profesional, aunque siguen usando las tradicionales grabadora de voz (68%) y cámaras profesionales (46%) pero han ido incorporando nuevas tecnologías como el IPOD (23.8%), y en otros casos están modernizando los dispositivos de grabación y filmación adquiriéndolos con mayor capacidad de almacenamiento, mejor resolución y con tendencia a lo digital.

### *7.1.2. Las nuevas tecnologías usadas por los periodistas.*

Internet se muestra como un medio masificado entre los periodistas de estas dos ciudades, de hecho no sólo el total de periodistas participantes manifiestan saber manejar computadores e internet, sino que el 100% ha usado internet frecuentemente los últimos tres meses desde diferentes lugares y escenarios, incluso desde su propio hogar en donde el 95% cuenta con conexión a internet. Los usos más frecuentes que estos periodistas le dan a las tecnologías es posible ubicarlo en dos ámbitos: **personal y laboral**.

Dentro del ámbito personal, la gran mayoría de los periodistas escogidos usan frecuentemente las nuevas tecnologías para buscar información de interés personal o privado (84%) y para fortalecer los vínculos socio afectivos como relaciones de amistad (81%) y relaciones familiares (74.6%).

Los tipos de programas que más usan para estos fines son: programas de correo electrónico (100%), motores de búsqueda (95%), programas tipo chat (93.7%) y redes sociales como Facebook (87%) y Twitter (60%).

En el ámbito laboral el uso de las TIC puede verse en dos vertientes: a) Lo laboral organizacional, que abarcan los usos tecnológicos para comunicaciones internas y procedimientos administrativos como informes, actividades de diagramación y diseño gráfico, entre otros; b) Lo laboral periodístico, que tiene que ver con los usos tecnológicos en procesos propios de la práctica periodística y el trabajo de campo, esto abarca búsqueda de información con fines periodísticos, uso de dispositivos tecnológicos para fines noticiosos o cualquier otro género periodístico que posibilite la divulgación de información y/o interacción con las audiencias, o bien para modernizar la plataforma de comunicación buscando mayor cobertura e impacto comunicativo.

Específicamente en lo laboral organizacional, los periodistas participantes usan las nuevas tecnologías para la comunicarse intra e inter profesionalmente con colegas y equipos de trabajo. Los tipos de programas más usados por los periodistas para estos fines son: en primer lugar, los tipo mensajería instantánea como el caso de las cuentas de correo electrónico (90.5%); en segundo lugar, los de comunicación en tiempo real como los chat de Messenger y Yahoo (50.8%); y en tercer lugar, los tipo videoconferencia como Skype (30.2%). Por supuesto también usan las TIC tradicionales para transcribir información, presentaciones y otras labores de oficina con programas de aplicación general como Word (90.5%), Excel (49%) y PowerPoint (52%); algunos incluso complementan su trabajo periodístico con artes gráficas, usando programas de diseño como Photoshop (27%), Indesign (19%), Coreldraw (12.7%) y PageMaker (12.7%).

A nivel laboral periodístico, los periodistas de estas empresas informativas, usan las TIC asociadas a Internet para: 1. Buscar información y hacer seguimiento a noticias (92%), para lo cual usan motores de búsqueda (87%); 2. Fortalecer la interacción con sus audiencias y difundir

información, aquí es común el uso de redes sociales como Facebook (34.9%) y Twitter (38%), lo cual coincide con los hallazgos de García de Torres et al. (2011) quienes al estudiar el uso de este tipo de redes en medios iberoamericanos encontraron que son usadas de forma generalizada y para esos mismos fines, facilitándoles una mayor visibilidad, una mejor captación de información y promoción de sus contenidos y alertas informativas; 3. Abrirse a nuevas lógicas y modalidades de periodismo, mediante el uso de cibermedios en sus labores periodísticas (52%), entendido estos como medios digitales basados en el ciberespacio para tareas de elaboración y difusión de información como también en actividades de periodismo investigativo (Díaz y Salaverría, 2003). Algunos dicen estar incursionando en periodismo electrónico (34.9%), otros en periodismo digital (22%). Existe también un grupo especial que ha podido trascender del contexto de apropiación institucional de las nuevas tecnologías al contexto de apropiación personal de dichos recursos, incluso varios han logrado crear su propio blog de información (27%), en donde abordan temas sociales y políticos (6.2%), culturales y deportivos (4.8%), literatura (3%), religiosos y existenciales (3%).

Dentro de estos periodistas blogueros hay algunos que definen su blog como especializado (12.7%) porque tratan a profundidad temas especiales desde una base periodística más personal y menos institucionalizada. De esta manera el internet ha sido visto por los periodistas de estas dos ciudades de la Región Caribe colombiana como una red que posibilita una comunicación horizontal, pues al no ser controlado por ninguna institución o gobierno potencializa mejor la libertad de expresión (Negroponte, 1995), y les permite alcanzar una apropiación tecnológica autónoma que genera lo que Castell (1999) denomina como cohesión social, porque en este caso fortalecen los lazos comunicativos con las audiencias y promueven acciones colectivas con otros colegas, logrando una mejor difusión de sus ideas desde una visión libre, abierta y diversa de la realidad. Todo esto, les reafirma su identidad política como sujetos productores de información sin condicionamientos políticos e institucionales que en ocasiones obliga a la autocensura.

## 7.2. CAMBIOS POSITIVOS Y NEGATIVOS PERCIBIDOS POR LOS PERIODISTAS CON LA INSERCIÓN DE LAS TIC EN SUS LABORES

### 7.2.1. *Los cambios positivos*

Los periodistas participantes de la investigación miran los cambios positivos basándose en las ventajas que ha generado el uso de las nuevas tecnologías en sus quehaceres profesionales. De esta manera sobresalen tres tipos de beneficios: *el beneficio de la inmediatez, la posibilidad de acceder a información abundante y la ampliación de las oportunidades laborales.*

#### 7.2.1.1 **Inmediatez:**

*“Las TIC me permite obtener información en tiempo real y totalmente actualizada; contar sucesos de manera rápida y recibir al instante retroalimentación”*

Periodista de medio radial.

La inmediatez la relacionan con la forma instantánea en que llega la información, la manera rápida de llevar a cabo el proceso de obtención y divulgación de la noticia, las grandes posibilidades de interacción mediante las redes sociales, los programas de chat y video instantáneo, que logran según ellos una comunicación sin barreras y más cercana con colegas, audiencias, amigos y familiares en todo el mundo.

En lo que compete al trabajo de campo, la inmediatez es relacionada con el beneficio de obtener mayor cobertura periodística, pues reconocen que hoy es posible desde cualquier lugar del país o el mundo transmitir en directo un hecho noticioso a través de celulares (Blackberry, Iphone...), redes sociales y portales de internet, o bien usando servicios de streaming que les facilita la difusión de audio y video en tiempo real.

### **7.2.1.2 Acceso a la información**

Antes el proceso informativo se desarrollaba de forma lenta y con muchas limitaciones que impedían la masificación de la noticia. En la actualidad los periodistas que usan las nuevas tecnologías han sabido aprovechar las ventajas de acceso a la información más allá de lo presencial y lo local.

Precisamente, los periodistas intervenidos perciben cambios positivos en este punto gracias a las innovaciones tecnológicas existentes. El siguiente testimonio de un periodista de medio impreso, recoge esas percepciones:

*“Antes había que tirar una línea, poner una consola, esperar tres días para dar una noticia, ahora con la Web 2.0 originas una información desde donde tu estas, puedes acceder a la información sin moverte del lugar de trabajo. Eso es un adelanto y un beneficio que se ve reflejado en el rol y ejercicio periodístico”.*

Cabe agregar otras ventajas centrales que mencionaron sobre acceso informativo:

- Acceso a las bibliotecas y fuentes de información periodística en diferentes idiomas y lugares. Internet hizo realidad lo que Marshall Mc Luhan denominó “la aldea global”.
- Facilidad de interacción con otras fuentes.
- Facilitación de las labores de redacción y edición de contenidos.

### **7.2.1.3 Ampliación de las oportunidades laborales.**

*“El uso de las TIC está abriendo el espectro de acción de nuestra profesión en nuestras ciudades y a nivel global”.*

Periodista de medio impreso



*“Las TIC han ayudado a optimizar la planta de personal, pues ahora una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de periodistas”.*

Director de Prensa Virtual

Los periodistas intervenidos, además de mencionar reiteradamente como el uso de la TIC ha facilitado la labor periodística, resaltaron que en estos últimos años las empresas informativas locales han modernizado la plataforma de comunicación para un mejor desempeño y cobertura. Por supuesto, esto ha abierto nuevas ofertas laborales para los periodistas, en especial para aquellos con manejo de recursos tecnológicos digitales y habilidades para la integración tecnológica mientras algunas empresas informativas completan la transición de lo análogo a lo digital.

En el mismo orden de ideas, los directores de los jefes de medios también señalaron que existen diversos casos de periodistas con experiencia en el uso de las nuevas tecnologías que han logrado un mejor posicionamiento y una mejor remuneración en sus instituciones. Otros han podido ascender a nuevos cargos como los de editor Web y relacionista laboral que se encargan de conseguir nuevos negocios por medio de las redes de información.

Sin embargo, preocupa que algunos de estos directores de medios definan la optimización como un simple proceso de reducción de costos de contratación, ya que según ellos, en años anteriores había que contratar más personal de apoyo logístico para el desarrollo de una noticia, lo que implicaba un gasto elevado en la remuneración salarial debido a la cantidad de personas que trabajaban en la producción informativa.

Este concepto de optimización es desconocedor de lo que han demostrado los estudios de Bencomo (2004), Suarez et al. (2009) y Arroyave & Blanco (2005) en materia de calidad periodística, recalcando que la calidad se encuentra amenazada por aspectos inherentes a las malas condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo precisamente por la sobrecarga laboral, el descontento con los salarios, los recursos limitados, la carencia de oportunidades y la temporalidad en los empleos entre otros factores, que influyen injustificadamente en la pérdida de la independencia, el poder crítico y la auto regulación de la profesión.

### **7.2.2. Cambios Negativos**

Dentro de lo negativo que ha sufrido la profesión periodística en estas dos ciudades, los participantes del estudio coinciden en que la baja calidad periodística que existe en ciertas empresas informativas locales con relación a las TIC, no es por causa de los medios, sino por los fines y la forma en que se usan para ciertas actividades que contradicen los principios del periodismo. De esta manera resaltan cuatro peligros que afectan la calidad periodística desde el uso inapropiado de las TIC en sus ciudades: Perder contacto directo con la realidad y las fuentes; Reducir la profesión a retransmisión de información o noticias; Desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes; Cimentar la práctica periodística sólo desde competencias tecnológicas, dejando de lado las competencias profesionales y éticas.

#### **7.2.2.1 Perder contacto directo con la realidad y las fuentes**

En este aspecto, los participantes mencionaron que les preocupa que muchos periodistas hagan de las tecnologías el centro de sus vidas perdiendo cercanía con la realidad. Esto se ve explícito en uno de los comentarios que expresó un periodista de medio radial:

*“Los buscadores se han convertido para algunos periodistas en la única fuente de información, ya muchos no acceden a fuentes primarias”.*

Dicha opinión tiene relación con las inquietudes De Pablos (2006) sobre el mal uso de las TIC, según él está proliferando un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes. Tal parece que algunas cosas se hacen de forma facilista y desde el encierro laboral.

### **7.2.2.2 Reducir la profesión a retransmisión de información o noticias**

Los periodistas entrevistados están preocupados porque al dejar el trabajo de campo muchos colegas están perdiendo la capacidad de analizar, investigar, confrontar, profundizar y contextualizar la noticia. El periodista sobrecargado de trabajo o que se acostumbra a ganarse la vida fácil, quiere salir de su compromiso laboral de espalda al compromiso social y olvidando los principios para producir un periodismo de calidad.

El trabajo periodístico involuciona cuando los imaginarios sociales o el mismo periodista confunden la profesión con el simple ejercicio de cortar, pegar y retransmitir noticia o información.

### **7.2.2.3 Desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes**

Dos de las cosas valiosas que caracteriza al periodismo es la duda y la búsqueda insaciable por la verdad. Ambas cosas se pierde cuando el periodista erróneamente da por hecho que todo lo que encuentra en la redes de información es verdadero. Cuando lo hace renuncia irresponsablemente a la tarea de constatar las fuentes.

Mencionan además, que se está perdiendo la privacidad, la relación con el entorno familiar, y el periodista se vuelve exageradamente introvertido al dedicar cientos de horas a un aparato tecnológico que los aleja del mundo real y los transforma en seres impersonales.

Los periodistas entrevistados mencionan algunos aspectos para superar la impersonalidad y seguir haciendo un periodismo de calidad:

- No usar el internet como la única fuente de información y subsistencia.
- No convertirse en periodistas mecánicos que pierden el olfato periodístico al transmitir sólo información ajena sin construcción propia.
- No convertirse en periodistas de escritorio amantes del encierro que no buscan la noticia, sino que esperan que todo les llegue desde una pantalla.
- Evitar perder la pasión por investigar.

#### **7.2.2.4 Cimentar la práctica periodística sólo desde competencias tecnológicas**

En este sentido, la calidad de la noticia se ha perdido por la manera en la que estamos comunicando, porque *“hay más preocupación por lo inmediato, por lo de forma que por lo de fondo”*, así afirma uno de los periodistas de Prensa.

Los periodistas si bien es cierto que deben estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, no son estos lo que definen su quehacer profesional, sino sus propósitos sociales y los principios de veracidad, objetividad, responsabilidad, legalidad, y manejo adecuado del lenguaje y las bases de la comunicación. Frente a esto, García (1996:29) plantea que la responsabilidad periodística en un contexto democrático se basa en esos principios y radica estratégicamente en mostrar todos los hechos y puntos de vista significativos para que los ciudadanos tomen sus propias decisiones a partir de lo que recibe, se trata de aportar a ese proceso y no de decidir por ellos.

### **7.3 DEMANDAS PROFESIONALES DESDE EL USO DE LAS TIC**

Se encontraron tres tipos de competencias que demandan las empresas informativas de estas ciudades con relación a los avances tecnológicos: *competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas.*

#### **7.3.1 Competencias tecnológicas aplicadas al periodismo:**

Referida específicamente al uso de las TIC basadas en la Web 2.0, en donde cada vez más las empresas informativas de estas dos ciudades están requiriendo periodistas con dominio de estos recursos tecnológicos, así lo dejó entrever uno de los directores de medios impresos:

*“Si a mí llega una persona que tiene sólo condiciones para hacer un periodismo convencional, no me sirve porque creo que esa parte la complementaria yo y el equipo que me ayuda en la*

*parte editorial. Tengo un grupo de personas, son como diez, unas escriben otras no, pero me apoyan en el tema de las nuevas tecnologías y eso para mí es de gran ayuda”.*

Este comentario guarda relación con los trabajos de Túnez, Martínez y Abejón (2010) quienes afirman que el modelo de comunicación tradicional en el campo periodístico está siendo superado por las nuevas tecnologías que están generando cambios en el producto informativo, los roles de los emisores y receptores, los soportes y la formación académica que se espera en la actualidad de los periodistas que deben ser capaces de llegar a nuevas audiencias activas y a públicos juveniles que demandan participación, interacción e información de carácter local.

Es así que dentro las habilidades y conocimientos tecnológicos que están demandando las empresas informativas de estas dos ciudades para contratar a periodistas resaltan:

- Deben tener conocimiento de las redes sociales y capacidad para aplicarla estratégicamente en los propósitos periodísticos.
- Capacidad para tratar periodísticamente la información localizada en la Web.
- Manejo de correo electrónico.
- Dominar técnicas y principios para redactar periodísticamente en la Web,
- Dominar técnicas para hacer periodismo investigativo en la Web,
- Habilidad para crear y administrar blogs y páginas Web para fines periodísticos.
- Capacidad para buscar, generar y difundir información en internet.
- Manejo de programas de edición digital, productos audiovisuales y multimedios.
- Manejo de programas de diseño gráfico.

### **7.3.2 Competencias Profesionales integradas:**

*“Más que competencias tecnológicas son las profesionales las que se necesitan, porque para mí un periodista no se mide porque sepa hacer una grabación o porque sepa manejar un computador, yo creo que lo más importante es el compromiso que uno tenga consigo mismo y con la comunidad”*

Director de noticiero radial

Los periodistas participantes de este estudio apuntan a que el periodismo no se define sólo por el manejo de recursos tecnológicos, sino por competencias profesionales sólidas que deben soportar el presente y el porvenir de esta labor a partir de un compromiso con la sociedad. Las palabras de Alberto López Marín (2012) lo resume mejor: *“el futuro del periodismo es el periodismo”*.

Estas son las competencias profesionales que más enfatizaron:

- El periodista debe tener un buen nivel de cultura general.
- Tener buena capacidad de redacción y de lectura.
- Servir responsablemente con un firme compromiso social y no usando los medios para el mero beneficio personal.
- Ser creativos, innovadores y estar a la vanguardia de la tecnología.
- Tener habilidad de síntesis y análisis, aspectos que también resaltan los trabajos de López (2002) al considerarlos elementos vitales en la formación académica del periodista.
- Manejo de una segunda lengua u otras, preferiblemente el inglés.
- Tener una visión integral que abarque lo profesional, lo tecnológico y lo estratégico de la comunicación.
- No evadir la crítica de sus colegas y audiencias.

Los hallazgos de Túnez et al. (2010) muestran que las competencias profesionales y tecnológicas son factores mutuamente incluyentes en el ejercicio periodístico, por lo cual adicionan otros desafíos que deben asumirse para modernizar la labor: la necesidad de integrar lo masivo con la revolución de las comunicaciones interpersonales ya sea de forma individual o en grupos sociales; producir mensajes a la misma velocidad y en los mismos términos que los consumidores; capacidad para depurar qué es noticia con lo que no desde criterios de calidad y ética periodística.

### *7.3.3 Competencias Éticas*

La ética es un aspecto importante en la fundamentación de la identidad profesional del periodista, pues ésta tiene que ver con el desarrollo de un periodismo sólido en su compromiso con la verdad que reivindica el estatus profesional, la libertad ideológica y el tratamiento informativo serio y eficaz (Suarez, 2009).

Al respecto los jefes de medios de estas ciudades resaltan las siguientes competencias como vitales para el desarrollo de la práctica periodística:

- Saber utilizar las tecnologías apreciando la crítica y tratando con respeto a la audiencia.
- Tener en cuenta el tema de la responsabilidad social, porque de la veracidad de la información depende la credibilidad del periodista.
- Transmitir noticias o cualquier género periodístico de manera seria y analítica.
- Mantener la independencia periodística desde cualquier ámbito o medio tecnológico utilizado.

Sin duda son muchas los aportes y avances que se han logrado en el periodismo a partir de la inserción de las TIC, pero también son muchos los vacíos y desafíos mencionados que requieren asumirse. Cuando el afán y la preocupación por el producto están por encima del

proceso ético y profesional, entonces todo se aplica equivocadamente incluyendo las tecnologías al dejar de lado la rigurosidad y la responsabilidad social.

Pero también es cierto que existen muchos periodistas en estas dos ciudades que son reconocidos por trabajar de manera profesional, y a pesar de que el ritmo del mundo les exige producir información rápida, procuran hacerla con profundidad, buen análisis y sin perder el foco de la calidad periodística.



## 8. CONCLUSIONES

Es difícil imaginar un oficio, una actividad, una profesión, en síntesis un mundo que no esté penetrado y conectado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin temor a equivocarnos se puede afirmar que la tecnología es una herramienta fundamental e imprescindible que fortalece el trabajo de los periodistas a nivel organizacional y profesional.

Estas razones, llevaron a las empresas informativas a constituir una relación estratégica con la nueva dinámica que el entorno estaba ofreciendo; quizás el periodismo es de las actividades que exige estar actualizado social y tecnológicamente para no quedarse rezagada o tal vez “extinguida” de este mundo interconectado. Tal vez los resultados y las competencias profesionales y tecnológicas que aquí se muestran, en cualquier momento puede quedar extemporánea si se tiene en cuenta los adelantos que la ciencia y la tecnología brinda casi que a diario. Sin embargo, los nuevos dispositivos tecnológicos y los nuevos roles que han asumido los periodistas hasta hoy proporcionan muchos elementos de juicio, para presentar algunas consideraciones finales sobre esta temática.

En este orden de ideas se pueden mencionar algunas conclusiones que arrojó este trabajo investigativo en dos de las principales ciudades del Caribe Colombiano. Por cuestiones metodológicas es conveniente empezar a mostrar los resultados concretos que se dieron en esta investigación a partir de los tres objetivos específicos de manera secuencial:

Los participantes de esta investigación en términos generales manifestaron que los dispositivos tecnológicos más usados por los periodistas son los computadores portátiles y el Blackberry.

De igual forma, el internet con sus buscadores, sus correos electrónicos y redes sociales se convirtieron en una herramienta fundamental en la labor periodística. Además, manifestaron que los escenarios que más frecuentan para la utilización de la Web 2.0 se ubican en dos ámbitos el laboral y el personal.

Dentro del ámbito laboral se destacan dos vertientes lo laboral organizacional y lo laboral periodístico. En el ámbito laboral organizacional, los periodistas encuestados expresaron que los programas que más utilizan son los de tipo de mensajería instantánea, comunicación en tiempo real, videoconferencia sin dejar de lado las TIC tradicionales como Word, Excel y PowerPoint. Un grupo muy reducido de periodistas afirmaron que utilizan programas de diseño gráfico como Photoshop, Indesign, Coreldraw y PageMaker para complementar su trabajo periodístico.

En el aspecto laboral periodístico, se observa a nivel general que los periodistas utilizan las TIC para buscar información y hacer seguimiento a noticias, fortalecer la interacción con las audiencias y difundir información, abrirse a nuevas lógicas y modalidades de periodismo mediante el uso de cibermedios en sus labores periodísticas. Además, afirman estar incursionando en el periodismo electrónico, otros en periodismo digital e incluso varios han logrado crear su propio blog de información donde abordan temas sociales y políticos, culturales y deportivos, literatura, religiosos y existenciales.

La investigación evidenció que son más los cambios positivos que negativos en el uso que se le ha dado a las tecnologías de la información y la comunicación, dentro de los cuales se resaltan: el beneficio de la inmediatez, la posibilidad de acceder a información abundante y la ampliación de las oportunidades laborales.

Sin embargo, un grupo reducido de periodistas consideraron que el mal uso de estas herramientas ha traído ciertos cambios negativos en cuanto se ha perdido el contacto directo con la realidad y las fuentes, se ha reducido la profesión a retransmisión de información o noticias, se ha desistido del valioso ejercicio de constatar las fuentes, y por último se ha cimentado la práctica periodística sólo desde las competencias tecnológicas, dejando de lado las competencias profesionales y éticas.

En cuanto a las competencias laborales que requieren las empresas informativas los jefes de medios destacan tres tipos: competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas.

En competencias tecnológicas los periodistas deben tener conocimiento de las redes sociales, capacidad para tratar periodísticamente la información localizada en la Web, dominar técnicas y principios para redactar periodísticamente en la Web, dominar técnicas para hacer periodismo investigativo en la Web y habilidad para la administración de blogs y páginas Web para fines periodísticos, entre otros. En lo concerniente a competencias profesionales el periodista debe tener un buen nivel de cultura general, buena capacidad de redacción y de lectura, compromiso social, habilidad de síntesis y análisis, tener una visión integral que asume la crítica como esencial.

El aspecto ético también demanda competencias básicas que el periodismo necesita para desarrollarlo de forma seria y transparente, siendo estas: saber usar las tecnologías tratando con respeto a la audiencia, responsabilidad social, transmitir de manera seria y analítica y mantener la independencia periodística desde cualquier ámbito o medio tecnológico utilizado.

Antes del cierre de las conclusiones es preciso afirmar que esta investigación no pretende ser un tema acabado, ni mucho menos hay que considerarla como una verdad absoluta o revelada; pero, si pretende establecer de manera objetiva la visión generalizada que tienen los periodistas frente a este álgido tema. Son muchos los interrogantes que pueden surgir a partir de esta investigación, la tarea que queda pendiente para un futuro inmediato es tratar de solucionarlos de la forma más racional posible, esperando que estos resultados que se pudieron obtener aquí contribuyan a mejorar la práctica del periodismo en estas dos ciudades.

## 9. RECOMENDACIONES

Una vez terminado el proceso investigativo de este tema tan debatido y comentado a nivel académico y en el círculo de periodistas profesionales, se hace necesario y pedagógico hacer una serie de recomendaciones finales para tener en cuenta a quienes lean esta tesis y a todas las personas que están inmiscuidas en el mundo del periodismo. A continuación presentaremos de manera muy breve algunas cuyo orden no implica una jerarquización de una sobre otra:

### 9.1 Universidades

- Mantener una política de actualización permanente en los currículos para estar a la altura de los cambios tecnológicos.
- Resaltar la importancia de la ética profesional por encima de cualquier influencia externa.
- Cultivar la investigación periodística como un área que no debe ceder frente a otras formas superficiales de hacer noticias

### 9.2 Periodistas profesionales

- Aprovechar las herramientas tecnológicas para mejorar el oficio periodístico
- Hacer un buen uso de las TIC, para desarrollar un periodismo más objetivo, eficiente e imparcial.
- Tener una cultura general para que en determinada situación se posean los suficientes criterios y elementos de juicios para producir una noticia.

### 9.3 Empresas de informativas

- Mantener una política de capacitación permanente a su equipo de trabajo.
- Estar a la vanguardia de lo que ofrece diariamente la tecnología en materia de comunicación e información.
- Incentivar y promover un ambiente periodístico laboral donde converjan las tecnologías de la información y la comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

Armentia, José Ignacio & Caminos, José María. (2003). Fundamentos de Periodismo Impreso. Editorial Ariel S.A. España (Barcelona). pp. 45-50.

Arroyo, C. M. (2011). Aproximación al Perfil del Periodista en la Postmodernidad. Razón y Palabra. No. 76.

Arroyave, Jesús., & Blanco, Iscar (2005): “Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación”. Investigación y desarrollo, Vol. 13, no 2, 364 – 389.

Belloch, C. (s.f). Aplicaciones Multimedia Interactivas. Hipermedias. Recursos Tecnológicos para la evaluación Psicoeducativa. Universidad de Valencia.

Bencomo, T. (2004). Las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el trabajo de los comunicadores sociales. Visión Gerencial, Vol.3, No.2, 3-13.

Burset, M. (2003). Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación. Ciclos de Conferencias. Universidad Computense de Madrid. pp. 244.

Calvo, Manuel. (2005). Ciencia y Periodismo Científico en Iberoamérica. España.

Canga, Larequi. (1996). Periodismo e Internet: Nuevo Medio, Vieja Profesión. Ponencia No, 2. Universidad del País Vasco.

Castell, M. (1999). Internet y la Sociedad Red. Recuperado el 12 de Febrero de 2012, de Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC): <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MM2162.pdf>

Castellanos, J. (2011). De lo Impreso a lo Digital La Migración de los Periódicos Impresos de América Latina a los Entornos Digitales. Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. n. 77.

Cobo Romani, J. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. Revista ZER, Vol.14, No.27, 295-318.

Dallal, Alberto. (2003). Lenguajes Periodísticos. Universidad Nacional Autónoma de México Instituto de Investigaciones Estéticas. 2da. Edición. pp. 56.

De Pablos, J. M. (2006). Fuentes Mudas en la Web: Periodismo transito propaganda. Razón y Palabra, Vol.11, No.49, 1-31.

De Pablos, J. & Mateos, C. (2003). Cambios Tecnológicos y Calidad del Periodismo. Revista Mexicana de Comunicación 15. n. 82. pp. 16-20.

Díaz, Luís. (2010). El Impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe. Centro Knight para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Austin, Texas. pp. 37-40

Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). Manual de redacción Cyberperiodística. Barcelona: Ariel.

Díaz, N. Javier. (2010). Medios de Comunicación en Internet: Algunas tendencias. El profesional de la información, Vol. 19, No.6, pp.561-567.

Díaz, Rafael (1990). Las nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual. Editorial: Universidad del País Vasco, Bilbao. pp. 57-66.

Elías Said, H. (2009). El reto de formar a los periodistas en el siglo XXI. *Zona Próxima*, No.10, pp. 182-195.

Erickson, E. (1950). *Childhood and society*. New York: Norton.

Fernández. L. Virginia. (2000). Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte. *Revista Latina de Comunicación Social*. No. 34. Barcelona, España.

Fernández, M. (2010). Una profesión titulada "Periodismo". *Revista Latina De Comunicación Social*, 13. n. 65. pp. 1-13.

Flores, J. (2011). Reinventar el Periodismo y los Medios. Apuntes sobre el Estado del Arte en la Construcción del Ciber Periodismo. Editorial Fragua. No, 44.

Flores, J. & Salinas, A. (2009). Perfiles profesionales para los nuevos medios. *Revista Latina de Comunicación Social*. Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. pp. 1-10.

García de Torres, E., Yezers'ka, L., & Rost, A. (2011). Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos. *El profesional de la información*, Vol.6, No.6, 611-620.

García, José Alberto. (1996). *Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC Y ABC*. Pamplona: EUNSA.

García, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social* 13, No. 65: 1-13.

Gil, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y Teoría: Curso Práctico de Periodismo Evangélico*. Volumen 1. España (Barcelona). pp. 14-20.

Gutiérrez et al. (2010). Las condiciones Laborales y la Satisfacción de los Periodistas Colombianos. *Investigación y Desarrollo*, Vol.18 n.1. pp. 24-43

López García, X. (2005). El Cyberperiodismo cultiva sus señas de identidad. *Ámbitos*, No.13-14, 45-58.

Jaramillo, E. (2005). *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*. Quito-Ecuador. No, 90.

López Marín, A. (10 de Abril de 2012). *Punto de Encuentro Complutense*. Recuperado el 22 de Abril de 2012, de <http://www.puntoencuentrocomplutense.es/2012/04/futuro-periodismo/>

Meso Ayerdi, K. (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, Año 5, No.51, 1-7.

Mogollón, H & Prieto, Carmen. (2006). Las TIC en la Generación de Contenidos Periodísticos en Venezuela. *Revista Latina de Comunicación Social*. No, 61.

Molera, E. (2008). *Guía para el Análisis del Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Desarrollo Humano*. Universidad Politécnica de Madrid. pp. 5-16.

Naji, J. (2009). Educación en medios ante la brecha digital en los países del Sur. *Comunicar* 17, n. 32. pp. 41-50.

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.

Paipa, Alfredo y Parra, Ciro (2010). *Competencias: lenguaje común para la internacionalización de los currículos de la educación superior*.

Pablo, J. (2002). Fuentes mudas en la web. *Revista Razón y Palabra* No.49.

Peltzer, Gonzalo. (1994). *Nuevo periodismo y periodismo con futuro*. Dialnet: Cuadernos de información. No. 9. Pp. 1 - 4.



Producción periodística y nuevas tecnologías. (2003). *Comunicación y Sociedad*, 16. No 2. pp. 181-182.

Ramírez, A., Sandoval. R., & Vásquez, B. (2011). La imagen Personal Como Factor de Éxito. *Revista Reporte Final*. Vol.1. No. 5. Pp. 40-45.

Said-Hung, E. Arcila, C & Mendez, J. (2011). Desarrollo de los Cibermedios en Colombia. Universidad de Norte Barranquilla.

Salaverría, (2008). Nuevos medios, nuevos modos y nuevos lenguajes. Primer Foro de periodismo digital de Rosario. Laborde Libros Editor. Edición 1. pp 163

Sánchez, J., González, J., & Loreno, F. (2010). Competencias Profesionales y Empleo del Futuro Periodista: El caso de los Estudiantes de Periodismo de la UCH-CEU. @Tic.*Revista D'innovació Educativa*, No. 5. pp. 8-19.

Sandoval Martin, M. (2001). La formación a distancia de periodistas digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol.4, No.37, 1-6.

Santibáñez, Abraham. (1995). Periodismo Interpretativo. Segunda edición actualizada. Editorial Andrés Bello. Santiago de Chile. pp. 273.

Suárez Villegas, J. (2009). La crisis de identidad del periodista y la ética profesional. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, No.15, 119-134.

Suárez, Juan Carlos., Romero, Lorena., y Almansa, Ana. (2009): “El periodismo en el espejo. La profesión analizada por periodistas andaluces”. *Ámbitos*, no 18, pp. 157-175.

Tubau (1982) & Rivera, J (1995). Revista Latina de Comunicación Social. Periodismo Cultural, Reflexiones y Aproximaciones. La Laguna (Tenerife). No, 6. pp. 1-7.

Túnez López, M., Martínez Solana, Y., & Abejón Mendoza, P. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 79-94.

Vega, Adriana (2008). Retos del Periodismo en un Entorno de Avances Tecnológicos. Revista Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín- Colombia. Vol. 3, No. 5. pp. 3-12.

# ANEXOS

## **CUESTIONARIO –PETE- TIPO ENCUESTA SOBRE PERIODISMO Y NUEVAS TECNOLOGIAS**

### **Objetivo:**

Analizar las posibles cambios que ha tenido el periodismo en ciudades del Caribe con relación a las nuevas tecnologías.

**Dirigido a:** Periodistas en ejercicio del Caribe. Tiempo de servicio: 2 años.

**Modalidad de preguntas:** Cerradas con algunos ítems abiertos.

Ciudad donde se aplicó la Encuesta: \_\_\_\_\_ Periodista en ejercicio: 1.Si\_\_ 2. No\_\_  
Empresa donde labora el periodista: \_\_\_\_\_ \* Empresa de: 1.radio\_\_ 2.prensa\_\_ 3.Tv\_\_

### **A. INFORMACION PERSONAL**

*(En todo este ítems escoja una sola opción marcando con una X la respuesta con la que se identifica).*

**A1.** En cuánto al género usted es: 1.Hombre\_\_ 2.Mujer\_\_

**A2.** Mencione su edad en años: 1. Entre 20-26\_\_ 2. Entre 27-33\_\_ 3. Entre 34-40\_\_  
4. Entre 41-47\_\_ 5. Entre 48-54\_\_ 6. Más de 54\_\_

**A3.** Su Estado civil Es:

1.Soltero\_\_ 2.Casado\_\_ 3. Unión Libre\_\_ 4. Viudo\_\_ 5.Separado o Divorciado\_\_

**A4.** Señale el estrato en el que vive actualmente: 1. Estrato uno\_\_ 2.Estrato dos\_\_ 3.Estrato tres\_\_ 4. Estrato cuatro\_\_ 5. Estrato cinco\_\_ 6.Estrato seis\_\_

**A5.** ¿Usted es oriundo o ha vivido parte de su vida en esta ciudad?: 1. Si\_\_ 2.No\_\_

**A6.** ¿Cuál es el Nivel Educativo máximo alcanzado?:

1. Primaria\_\_ 2. Bachillerato\_\_ 3. Técnico\_\_ 4. Tecnólogo\_\_ 5.Universitario\_\_ 6. Postgrado\_\_ 7. No ingrese a ninguna Institución o escuela\_\_

**A7.** El nivel educativo escogido lo terminó: 1.Si\_\_ 2.No\_\_

**A8.** ¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo el periodismo?: 1. Entre 2-4 años\_\_ 2. Entre 5-7 años\_\_ 3. Entre 8-10 años\_\_

4. Entre 11-13 años\_\_ 5. Entre 14 y 16 años\_\_ 6. Más de 16 años\_\_

**A9.1** Mencione a qué nivel ha estudiado periodismo: 1. Técnico\_\_ 2. Tecnólogo\_\_  
3.Profesional\_\_ 4. No soy profesional (empírico)\_\_

## B. HABITOS TECNOLOGICOS

Marque con una X el tipo de Tecnología con las que usted se relaciona:

<u>Tecnología</u>	<u>B1. Usted lo saber usar</u>		<u>B2.Lo usa en su trabajo como periodista</u>	
	1.Si	2.No	1.Si	2.No
a. Computador				
b. Celular				
c. Ipod				
d. Blackberry				
e. Memoria USB				
f. Celular				
g. Grabadora de Voz				
h. Cámara de Video Domestica				
i. Cámara de Video profesional				
¿Otro cuál?				

**B3. ¿Ha usado Internet en los últimos 3 meses (no importa el sitio de uso)?:** 1. Sí \_\_\_ 2. No \_\_\_

**B4. ¿Podría detallarme desde que lugar y con más frecuencia ha usado Internet en los últimos 3 meses?**

1. No lo he usado \_\_\_ 2. Hogar \_\_\_ 3. Centro de trabajo \_\_\_ 4. Centro de estudios \_\_\_ 5. Otro lugar (de familiares o amigos) \_\_\_ 5. Cybercafés \_\_\_ 6. Otros lugares  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

**B5. En caso de que no haya usado Internet en los últimos 3 meses, podría decirnos ¿Cuál es el motivo principal:**

1. Si he usado internet en ese periodo \_\_\_ 2. No lo he usado por desconocimiento \_\_\_ 3. No lo he usado por Falta de interés \_\_\_ 4. No lo he usado porque cuesta demasiado \_\_\_ 5. No tengo dinero para ir a un café internet \_\_\_ 6. Otro motivo cuál:  
\_\_\_\_\_

**B6. ¿En su hogar tienen conexión a internet?** 1. Sí \_\_\_ 2. No \_\_\_

*En caso de que usted no tenga conexión a Internet responda las siguiente preguntas:*

**B6.1. ¿Por qué en su hogar no tienen conexión a internet?:**

1. Falta de recursos económicos\_\_ 2. No saben usarlo\_\_ 3. No lo necesitan\_\_ 4. No les interesa o desconocen su utilidad\_\_ 5. No cuento con computador\_\_ 5. ¿Otro Cuál?
- \_\_\_\_\_

**B7. Con frecuencia usted usa internet para: (Puede escoger más de una opción si lo requiere)**

1. Revisar correo y/o chat para Comunicarse con amigos\_\_ 2. Revisar correo y/o chat para Comunicarse con familiares en la distancia\_\_ 3. Buscar información de interés personal\_\_ 4. Buscar información para su trabajo como periodista\_\_ 5. Uso del correo electrónico para labores como periodista\_\_ 6. Todas las anteriores\_\_ 7. Ninguna de las anteriores \_\_ 8. No uso internet\_\_

**B8. De acuerdo a las herramientas o programas de Internet favor responda-**

<b><u>Tecnología</u></b>	<b><u>B8.1. Usted lo lo sabe usar y lo usa.</u></b>		<b><u>B8.2.Lo usa en su trabajo como periodista</u></b>	
	1.Si	2.No	1.Si	2.No
a. Motores de búsqueda en Internet				
b. Correo electrónico				
c. Programas de Chateo (ej: Messenger, yahoo messenger...)				
d. Programas de videoconferencias (ej. Skype...)				
e. Facebook (redes sociales)				
f. Twitter (redes Sociales)				
¿Otro cuál?:				

B9. ¿Qué programas maneja frecuentemente? (Marque con una X las opciones)

En caso de que maneje algún programa de diseño gráfico responda por favor:

Programas	B9.1 Seleccione el que sabe usar		B9.2 ¿Cuál de estos usar en su trabajo como periodista?	
	1. Si	2. No	1. Si	2. No
a. Page maker				
b. Coreldraw				
c. Photoshop				
d. Publisher				
e. Indesign				
f. Word				
g. Excel				
h. PowerPoint				
Otro cuál				

B10. ¿Utiliza algún tipo de Cibermedios? 1.Si\_\_ 2. No\_\_

**B10.1. ¿En cuanto al tema de los cibermedios menciones en que áreas se viene desempeñando en la actualidad?**

1. No conozco ni manejo cibermedios\_\_ 2.. Periodismo electrónico\_\_ 3. Periodismo Digital\_\_

B11. ¿Tiene Blogs o páginas de Blogs?

1. Si \_\_ 2. No \_\_

B12.2. ¿Tiene algún blog especializado donde expresa sus opiniones como periodistas sobre un tema en particular? 1. SI\_\_ 2. No\_\_

B 12.3 A nivel periodismo que temas con frecuencia trata en ese blog.

1. económico\_\_ 2. Sociales\_\_ 3. Políticos\_\_ 4. Culturales\_\_ 5. Deportivos\_\_ 6. Otro cuál\_\_\_\_\_

B14. ¿Está de acuerdo o No con las redes sociales que existen?

si\_\_ No\_\_

### C. A NIVEL INTERNO DE LA EMPRESA

C1. ¿Ha recibido capacitaciones en el manejo de las nuevas tecnológicas en la empresa donde labora? (señale con una x): 1. Si\_\_ 2. No\_\_

## **GUIA DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA - CUALITATIVA No1**

### **OBJETIVOS:**

Analizar las percepciones de los periodistas del Caribe en torno a su profesión a la luz de las nuevas tecnologías.

**Dirigido a:** Periodistas en ejercicio. Tiempo de servicio: 2 años.

### **Modalidad de preguntas: Abiertas.**

1. ¿Qué funciones tiene usted en la empresa y que procedimientos realiza dentro de la empresa con relación al uso de las nuevas tecnologías?

---

---

---

2. ¿Qué oportunidades le ha abierto a su vida profesional manejar las nuevas tecnologías?

---

---

---

3. ¿Qué competencias o habilidades requieren los periodistas para hacer periodismo en el siglo XXI mediado por las nuevas tecnologías?

---

---

---

4. ¿De qué manera considera que las nuevas tecnologías beneficia o afecta la labor de los periodistas?

---

---

---

5. ¿Cómo considera la aparición de las nuevas tecnologías para el periodismo en ciudades como esta?

---

---

---

6. ¿De qué manera las nuevas tecnologías incide en las posibilidades de acceder o conseguir un excelente trabajo?\_\_\_\_\_

---

---

---

7. ¿Qué ventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?

---

---

---



8. ¿Qué desventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?

---

---

---

9. ¿Cómo está el periodismo en esta ciudad con relación a las nuevas tecnologías (en que lo ha beneficiado y en qué no?)

---

---

---

## LOS CAMBIOS DEL PERIODISMO DESDE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN CARTAGENA Y BARRANQUILLA

---

**OBJETIVO:** Recopilar a través de esta guía toda la información necesaria para cumplir con el objetivo planteado en el estudio.

### ENTREVISTA A JEFE DE MEDIOS

1. ¿Qué necesidades por solucionar existe en esta ciudad y en su empresa en particular a nivel de comunicación?
2. ¿Qué capacidades o experiencias ustedes necesitan que tengan los comunicadores o periodistas para solucionar dichos problemas o necesidades en su empresa?
3. ¿Qué competencias profesionales y tecnológicas exige esta empresa para contratar periodistas teniendo en cuenta las nuevas modalidades de periodismo? (tanto en lo que están en trabajo de campo como administrativo).
4. ¿Cómo esta empresa ha venido incorporando las nuevas tecnologías en sus labores periodísticas, es decir cómo se han abierto al Ciberperiodismo o periodismo electrónico?
5. ¿Qué tipo de profesional y con qué características han tenido que incorporar con esas nuevas modalidades de periodismo mediatizado por las nuevas tecnologías?
6. ¿Qué nuevos procesos de formación o actualización profesional han tenido que desarrollar como institución para entrar en nuevas modalidades de periodismo mediado por las nuevas tecnologías?
7. Podría usted decirnos ¿Qué cambios significativos o aportes ha traído a esta empresa periodística la incorporación de las nuevas tecnologías? ¿Qué ha sido lo novedoso del periodismo que ustedes realizan actualmente con nuevas tecnologías a diferencia del pasado?
8. ¿En resumen podría usted señalar cuál ese nuevo perfil de periodista que demandan empresas periodísticas de gran prestigio como la de ustedes para contratar profesionales en sus áreas de desempeño?

**FOTOS DE EVIDENCIA DEL PROCESO INVESTIGATIVO**

**EMISORA ATLANTICO – BARRANQUILLA    EMISORA MINUTO DE DIOS - BARRANQUILLA**



**CANAL REGIONAL TELECARIBE**



**RADIO LIBERTAD Y DIARIO LIBERTAD**



**EL HERALDO – BARRANQUILLA**



**EMISORA ATLÁTICO - BARRANQUILLA**

