

El periodista multimedia en Venezuela

En un escenario en el que la industria comunicacional atraviesa continuamente transformaciones tecnológicas, el comunicador social, específicamente el periodista, debe adaptarse a diversos cambios para desempeñar exitosamente su profesión.

Durante la última década en Venezuela, el periodismo ha vivido una transición de la etapa analógica a la multimedia, en la cual la masificación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha originado drásticos cambios en la esfera empresarial, profesional y de contenidos, generando un impacto directo en el perfil profesional del periodista.

Esta situación despierta el interés por estudiar las necesidades del mercado laboral actual, incentivando la ejecución de una investigación que, desde el punto de vista del empleador, permitirá conocer cuáles son las nuevas competencias que debe tener un periodista para trascender en su desempeño profesional. Al reconocer la formación que tiene la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, los resultados de la investigación le suministrarán las bases estructuradas para su actualización curricular.

Si bien en la conformación de la identidad profesional intervienen múltiples actores, nuestro objetivo principal ha sido desarrollar el perfil profesional del periodista actual a partir de la visión del empleador en Venezuela sobre la convergencia multimedia.

El estudio se restringió a los empleadores de periódicos impresos y digitales, medios alternativos, revistas, emisoras de radio, canales de televisión, consultores de agencias de comunicaciones, gerentes de comunicaciones o relaciones institucionales, académicos especializados en el área digital e importantes figuras de gremios y sindicatos periodísticos. Por consiguiente, para levantar el perfil curricular del periodista actual se tomaron en cuenta las destrezas, conocimientos y valores que exige específicamente la esfera empleadora del periodista.

Para ello se seleccionaron los medios de comunicación, organizaciones y gremios más significativos del país, tanto públicos como privados, cuyas sedes residen en la ciudad de Caracas, a pesar de que los mismos posean alcance nacional en sus operaciones y circulación.

La investigación se ha llevado a cabo en un lapso de nueve meses, desde diciembre de 2008 hasta septiembre de 2009.

Aspectos metodológicos

Las variables del estudio fueron:

- Convergencias tecnológicas en el periodismo.
- Situación laboral del periodista en Venezuela.
- Competencias del periodista actual. Balance de la formación universitaria de periodistas/comunicadores en Venezuela.
- Formación universitaria de comunicadores ucabistas.

El objetivo principal de este estudio que presentamos es desarrollar el perfil profesional de este tiempo a partir de la visión de los dueños de los medios (empleador) sobre la convergencia multimedia. Se trata de una investigación enmarcada en la conformación de la identidad profesional del ejercicio de la comunicación social.

Abstract

The main objective of this study is to develop professional profile of this time from the view of media owners (employers) on multimedia convergence. This is a research under the formation of professional identity of the exercise of social communication.

■ LAUREN MARTÍNEZ
■ CARLA SZEMZO

- Comunicador social especializado vs. comunicador integral.

Las unidades de análisis estuvieron constituidas puntualmente por los distintos tipos de empleadores de los periodistas, conocedores de los procesos productivos, los cuales se enumeran a continuación:

- Jefes de redacción e información.
- Jefes de páginas web de medios de comunicación.
- Gerentes de comunicaciones o relaciones públicas/institucionales.
- Gerentes de recursos humanos.
- Consultor de comunicaciones.
- Secretario general del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP).
- Presidente del Colegio Nacional de Periodistas (CNP).
- Presidente de la Cámara Nacional de Comercio Electrónico (Cavecom-e).
- Profesores universitarios de la UCAB expertos en materia multimedia.

En la selección de las treinta unidades, realizada por expertos que validaron también la pauta de la entrevista estructurada, se consideró la representatividad de las fuentes de trabajo y su variedad funcional. De esta forma fueron escogidos los siguientes medios y elementos (ver cuadros 1 al 13).

Resultados sobre la variable *Convergencias tecnológicas en el periodismo*

A continuación se describirán solamente los resultados alcanzados en las entrevistas semiestructuradas sobre dos de las variables fundamentales de las cinco analizadas en el estudio: las convergencias tecnológicas que se están dando en el campo periodístico, que afectan su labor y las competencias requeridas por el periodista en la actualidad.

Influencia de las TIC en la estructura organizacional de los medios de comunicación/empresas

Casi tres cuartos de los entrevistados indican que sus *estructuras sí han sufrido cambios tras la incorporación de las TIC*. Sin embargo, estos cambios han sido poco significativos en términos de convergencias, ya que la mayoría de los medios y organizaciones sólo han incorporado algunos departamentos a sus modelos de negocio.

1. Jefes de redacción e información de diarios impresos

PRENSA IMPRESA	PERIODISTA	CARGO
<i>El Nacional</i>	Javier Conde	Jefe de redacción
<i>Cadena Capriles-Últimas Noticias</i>	Hilda Carmona	Jefe de información
<i>Diario VEA</i>	Servando García Ponce	Subdirector

2. Jefes de redacción e información de revistas

REVISTAS	PERIODISTA	CARGO
<i>Bloque de Armas -Revista Variedades-</i>	Lavinia Muñoz	Jefe de información
<i>Zeta</i>	Alfredo Conde	Coordinador general
<i>Producto</i>	Ernesto Lotito	Jefe de información

3. Jefes de redacción e información de televisión

TELEVISORA	PERIODISTA	CARGO
<i>Venevisión</i>	Sol Vargas	Gerente de información
<i>Canal 8-VTV (pública)</i>	Isabel Rui	Gerente de servicios informativos
<i>Vale TV</i>	María Eugenia Mosquera	Fundadora/directora

4. Jefes de redacción e información de radio

EMISORA	PERIODISTA	CARGO
<i>Unión Radio</i>	Idania Chirinos	Vicepresidente de información
<i>Radio Nacional de Venezuela (pública)</i>	Domenico Carucci	Jefe de información
<i>Radio Caracas Radio</i>	Javier Perera	Jefe de información
<i>Radio Fe y Alegría</i>	Reinaldo Linares	Coordinador de prensa

5. Jefes de redacción e información de agencias de noticias

AGENCIA DE NOTICIAS	PERIODISTA	CARGO
<i>ABN (pública)</i>	Antonio Núñez	Jefe de información

6. Jefes o encargados de páginas web de medios

MEDIO	PERIODISTA	CARGO
<i>El Nacional</i>	Antonio Fernández	Gerente editorial El Nacional.com
<i>Cadena Capriles-Últimas Noticias</i>	Miguel Tortello	Gerente de medios web de la Cadena Capriles
<i>El Universal</i>	Robert Gómez	Líder en el proceso de integración de las redacciones
<i>Noticias 24.com</i>	Frank de Prada	Director
<i>SinFlash.com</i>	Roberto Rasquin	Director editorial

7. Gerentes de comunicaciones

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
PDVSA	Marisela Brito	Gerente de asuntos públicos
NESTLÉ	Cristina Iriarte	Jefe de comunicaciones internas

8. Gerentes de recursos humanos

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
<i>El Universal</i>	Erika Montiel	Gerente de captación y desarrollo
<i>Grupo HBO</i>	Betzimar Solórzano	Gerente de reclutamiento

9. Consultor de agencia de comunicaciones

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
PIZZOLANTE	Lidia Pinto	Asesora senior

10. Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
SNTP	Gregorio Salazar	Secretario general

11. Colegio Nacional de Periodistas

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
CNP	William Echeverría	Presidente

12. Cámara Nacional de Comercio Electrónico

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
CAVECOM-e	Rubén Darío	Presidente

13. Profesores universitarios expertos en materia multimedia

ORGANIZACIÓN	NOMBRE	CARGO
UCAB	Luis Ernesto Blanco	Coordinador de comunicación -DTI-

En estos casos sigue imperando una separación funcional y técnica, característica del periodismo industrializado, que se fundamenta en la división del trabajo y la burocratización.

Los departamentos que se han creado con mayor frecuencia en los medios o instituciones son:

- Departamento de tecnología o servicios técnicos: se encarga de mantener en óptimas condiciones los servidores y redes de la organización, para mejorar el flujo de la información interna y externa.
- Departamento web: encargado de generar los contenidos gráficos, audiovisuales y usuario-lector del *site*, por lo que sus integrantes seleccionan comentarios, revisan encuestas e incentivan y regulan los foros *on line*. Por consiguiente, este departamento tiene como finalidad incrementar el tráfico del sitio web.

Son muy pocos los medios que han optado por la integración total de sus redacciones o la convergencia de sus departamentos. Dentro de la muestra, La Cadena Capriles y *El Universal* son los únicos medios que se encuentran en un proceso de transición hacia esta estructura horizontal.

Un poco más de un cuarto de los entrevistados indican que en sus sitios de empleo aún no se han generado cambios significativos en sus estructuras o diseños organizacionales, por lo que, en un primer

plano, en estos medios-organizaciones no se ve el impacto de las TIC. No obstante, han presentado algunas innovaciones ya que tuvieron mejoras en:

- La dirección de ingeniería y actualización de materiales y dispositivos electrónicos.
- La digitalización de contenidos.
- En el caso de los medios impresos, mejoras en el sistema editorial, agilizando los procesos de producción e impresión de la prensa-revistas y demás material gráfico.

Periodista multimedia

Más de la mitad de los entrevistados indica que actualmente *sí existe el periodista multimedia* dentro de su organización/medio. Sin embargo, se pudo observar cómo la mayoría de las personas que dieron esta respuesta asocia al periodista multimedia con una persona que utiliza Internet como instrumento de trabajo, o lo considera un empleado que pertenece al departamento web y que escribe para el *site* del medio. Sin embargo, y partiendo de la premisa del profesor Núñez Noda, el periodismo multimedia no es una cuestión netamente instrumental, sino una forma de pensar la información, de concebirla, manejarla, distribuirla, organizarla y planificarla. Es decir, es una forma de ser y hacer la labor periodística.

Casi un cuarto de los entrevistados indica que en sus sitios de trabajo *el periodista multimedia se está gestando* ya que

se encuentra en un proceso de formación y adaptación a las nuevas tecnologías. Aquí se evidencia la afirmación de Núñez Noda cuando señala que el periodismo está sufriendo una transición entre el mundo comunicacional digital y el no digital.

El otro cuarto de los entrevistados afirma que todavía *no existe la figura del periodista multimedia* en su organización o medio de comunicación. Parte de esta porción se mostró ávida a la incorporación de esta figura pero todavía no ha sido posible por limitantes económicas, culturales y de infraestructura.

Rol del periodista multimedia

La mayoría de los entrevistados que indica que en su sitio de trabajo existe o se está gestando la figura del periodista multimedia, coincide en que su rol es: ser un *periodista multiplataforma* que procesa y genera información con conciencia de que ésta será tratada y difundida a través de distintos soportes. Estos empleadores tienen bien definido el rol de este periodista ya que sus respuestas coinciden con la definición del periodismo multimedia suministrada por Malaver, quien lo describe como un operador de un gran sistema de comunicación en el que se difunden contenidos a través de distintos soportes.

Otra significativa porción de la muestra coincide en que el rol del periodista multimedia es: manejar y producir contenidos web. Por ende, ellos asocian el rol del periodista multimedia con el del periodista digital, coincidiendo con Tejedor que define al ciberperiodista como aquel que utiliza el medio digital y sus facilidades para la creación, distribución y almacenamiento de mensajes periodísticos.

Otros de los roles que los entrevistados le adjudican a los periodistas multimedia son:

- Generador de contenidos con inmediatez.
- Desarrollador de contenidos asertivos, noticiosos y de interés para los lectores- usuarios. Esta respuesta está muy asociada al rol del periodista tradicional.

Tareas del periodista multimedia

En este ítem, los entrevistados describen las tareas que emprenden los periodistas en cada uno de sus sitios de trabajo. Debido a la multimedialidad característica del periodismo actual y descrita por

Salaverría y García, los periodistas producen contenidos para distintas plataformas por lo que las tareas fueron separadas en dos grupos: tareas comunes para todos los tipos de soporte y específicas para cada uno de éstos.

Tareas generales del periodista multimedia

1. Redactar contenidos impresos y web.
2. Monitorear el contenido web (*blogs*, foros, periódicos digitales, etcétera) e impreso (leer la prensa).
3. Difundir información a través de redes sociales.
4. Generar hipervínculos para darle profundidad a la noticia.
5. Cobertura multimedia de eventos o sucesos.
6. Producir guiones informativos.
7. Establecer contacto con las fuentes (vía digital, telefónica, personal, etcétera).
8. Actualizar las noticias de la página web.
9. Editar material audiovisual.
10. Producir *breaking news*/avances informativos.
11. Ensamblar contenidos multimedia producidos por el propio medio y por otros.
12. Jerarquizar y clasificar la información a publicarse.
13. Realizar entrevistas y cargarlas con audio y/o imágenes a la web.
14. Bajar fotos y videos de la web.
15. Tomar fotos/grabar videos y cargarlos al sitio web.
16. Grabar audios para la narración de fotos o videos y publicarlos en la página web.
17. Extraer fotografías del banco de imágenes del medio y de las agencias de noticias.
18. Elaboración de infografías y fotogalerías.
19. Elaborar contenidos especialmente diseñados para dispositivos móviles.
20. Cargar los contenidos producidos en la blogósfera.
21. Cargar los videos producidos en *YouTube*.
22. Extraer información de bibliotecas virtuales.

Igarza afirma que mientras mayor es el grado de convergencia en un medio, mayor es el grado de polivalencia existente. Como en Venezuela aún son muy pocos los medios que están convergiendo sus redacciones, todavía se observa una



Analizando las respuestas emitidas, todavía se observa que los cambios en las funciones del periodista han operado en las vías que Aguirre describía para el 2006: adición de tareas surgidas ante la adopción de nuevas tecnologías, fusión en las tareas que antes solían ejecutarse por grupos separados y la transferencia de tareas de un grupo técnico a la ocupación del periodista.

delimitación marcada en las tareas que se realizan para los distintos soportes. Los entrevistados, dependiendo del tipo de medio en el cual se desempeñan, indican que las tareas específicas más comunes en sus sitios de trabajo (radio, televisión, periódicos impresos-digitales y medios alternativos) son:

Periódicos impresos-digitales y medios alternativos

- *Twittear* las noticias.
- Monitorear y filtrar los contenidos difundidos por los usuarios-lectores del sitio web (departamento de Participación).
- Moderar foros digitales.
- Elaborar encuestas digitales.

Radio

- Elaborar y cargar *podcasts* a la página web.
- Transmitir noticias desde los dispositivos móviles (los cuales se conectan a una consola para transmitir contenidos en vivo).
- Transcribir los contenidos difundidos al aire y cargarlos a la página web.
- Cargar fragmentos de audio de los programas (aire) al *site*.

Televisión

- Monitorear noticias que salen en televisión, tanto del propio canal como de otros.

- Extraer fotografías a partir de imágenes congeladas de videos, para luego cargarlas al *site* del medio.

Corporativo

- Elaborar notas de prensa.
- Asistir y organizar eventos corporativos y ruedas de prensa.
- Difundir notas de prensa de los clientes o de la propia organización, a través de medios tradicionales, digitales y redes sociales.
- Elaborar estrategias comunicacionales y de responsabilidad social empresarial y trípticos y periódicos/revistas internas que se distribuyen en las organizaciones.
- Realizar investigaciones de mercado (sobre el cliente, organización propia o la competencia).
- Elaborar el contenido de los correos institucionales.

A raíz de las respuestas obtenidas, se puede observar que el trabajo diario de los periodistas requiere de la integración de los elementos multimedia, donde convergen texto, video, sonidos e imagen, tal como lo señalaban Salaverría y García.

Las tareas que más se repiten en todos los medios son: la elaboración y edición de productos fotográficos y audiovisuales. Por ende, en la actualidad sigue presente el fenómeno descrito por Aguirre en el 2006, en el que indicaba que el radio-periodista tiene función de anunciador de noticias paralelamente al de editor del sonido o control de audio; mientras que al periodista televisivo también se le han añadido las tareas de filmación y edición.

Debido a que el campo corporativo posee una dinámica laboral distinta a la de los medios de comunicación (a pesar de que se utiliza a los periodistas para desarrollar las funciones comunicacionales), en esta área no se observa aún la integración de las tareas características del periodista multimedia, y por ello este ámbito de trabajo presenta el mayor número de tareas específicas.

Analizando las respuestas emitidas por todos los entrevistados, todavía se observa que los cambios en las funciones del periodista han operado en las vías que Aguirre describía para el 2006: adición de tareas surgidas ante la adopción de nuevas tecnologías, fusión en las tareas que antes solían ejecutarse por grupos separados (y que ahora realiza un mismo periodista) y la transferencia de tareas de un grupo técnico (como las tareas de los programado-

res, diseñadores, por ejemplo) a la ocupación del periodista.

Parte de los entrevistados afirman que tras la adhesión, fusión y transferencia de tareas hacia el periodista, éste debe convertirse en un profesional multitarea. Sin embargo, indican que este periodista no debe transformarse en un hombre orquesta, coincidiendo con Salaverría y García, cuando señalan que “sería una exageración pretender que el periodista haga de todo”.

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el periodismo se dirige hacia la integración de equipos multidisciplinares, más que hacia la proliferación de hombres orquesta.

Resultados sobre la variable *Competencias del periodista actual*

Debido a que se trabajó con preguntas abiertas, las respuestas de las entrevistas presentaron una gran amplitud. Partiendo del hecho de que un mismo entrevistado podía nombrar varias competencias en una misma respuesta, se procedió a contabilizar el número de respuestas obtenidas por cada competencia y de allí se determinó la importancia que representa cada una de estas aptitudes en la labor del periodista actual.

Conocimientos

Las respuestas obtenidas indican que el principal conocimiento que debe tener un periodista para destacarse en la actualidad, consiste en saber estructurar una noticia para los distintos tipos de soportes. Esto está muy relacionado con el rol multitarea del periodista multimedia y con la convergencia que están viviendo los medios de comunicación. Asimismo, esta respuesta coincide con Salaverría y García cuando ellos afirman que el periodista multimedia debe concentrar nuevos conocimientos que le permitan producir contenidos para cualquier plataforma.

Otro conocimiento muy valorado por los entrevistados está vinculado con la construcción del discurso digital, ya que independientemente del tipo de medio en el que se desempeñe el periodista, la web ya tiene un protagonismo en la gran mayoría de las empresas de comunicación.

Los resultados también indican que sigue siendo muy importante la diferenciación de los géneros periodísticos, por lo que a pesar de que están apareciendo nuevas formas de presentar la información,

Cuadro 1. Conocimientos generales de los periodistas

CONOCIMIENTOS GENERALES	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Saber cómo estructurar una noticia para los distintos tipos de soportes (multimedialidad).	14
Conocimientos sobre el discurso digital: Síntesis de contenidos. Escaneo de contenidos en la web. Fragmentación de la información. Aplicación de otro tipo de pirámide invertida. Pensamiento no lineal. Tecnicidad.	12
Conocimiento y diferenciación de los géneros periodísticos.	8
Conocimientos sobre fotografía y composición de imágenes.	8
Cultura general (historia, sociología, psicología, etcétera).	5
Conocimientos sobre el acontecer nacional y mundial.	4
Conocimiento del lenguaje audiovisual.	3

Cuadro 2. Conocimientos específicos de los periodistas

CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Conocimiento intermedio del inglés (como segundo idioma).	3
Conocimiento sobre el funcionamiento de bases de datos.	2
Conocimiento sobre la evolución de los medios de comunicación en el país.	1
Conocimientos sobre cine.	1

los géneros tradicionales aún predominan en el periodismo.

Por otra parte, las respuestas obtenidas evidencian la importancia que tienen los conocimientos fotográficos en esta profesión, ya que como actualmente existe la figura del periodista multidisciplinario, éste se verá en la necesidad de tomar sus propias fotografías y asumir nuevas tareas que antes sólo emprendían personas especializadas en el área.

Las respuestas menos frecuentes en este ítem están asociadas a los conocimientos que los periodistas también debían dominar en años anteriores, como los saberes sobre la actualidad y cultura general.

Las respuestas indican que el principal conocimiento específico que requiere un periodista es el dominio del inglés, requerimiento que está directamente relacionado con la permeabilidad que tiene la web y el fenómeno de globalización, donde un mismo contenido puede ser leído por millones de personas alrededor del mundo. Por ende, el periodista debe tener al menos un dominio intermedio de este idioma.

Los otros resultados responden a particularidades que pueden ayudar al periodista en su labor diaria, pero no son determinantes para la profesión.

Los entrevistados indican que la buena redacción sigue siendo la destreza fundamental que todo periodista debe tener, ya que independientemente de la multiplicación de los soportes, la esencia del periodista continúa siendo la generación de contenidos. Sin embargo, los entrevistados señalan que el ser usuarios expertos de la web es casi tan importante como escribir bien porque el periodista debe conocer los buscadores, ser experto en el envío de correos, dominar las herramientas web, para así generar estos contenidos en las distintas plataformas.

Los resultados obtenidos también indican que la producción de contenidos audiovisuales es determinante en el trabajo del periodista multimedia, porque independientemente del soporte en el que éste se especialice, los contenidos web que genere para el *site* de la compañía, generalmente deben estar respaldados por audio,

imágenes y sonidos, mejorando la experiencia noticiosa del usuario-lector.

Una gran parte de los entrevistados indica que el periodista debe aplicar una sólida formación teórica sobre el periodismo en su rutina diaria.

La capacidad crítica, autocrítica y de análisis siguen siendo destrezas fundamentales que todo periodista debe tener para elaborar sus noticias, contrastar informaciones y digerir eficazmente la información, fundamentalmente en el soporte impreso.

Las respuestas señalan que la capacidad de edición ocupa un lugar importante en el trabajo diario del periodista ya que para poder publicar contenidos multimedia, este profesional debe ser capaz de editar los materiales audiovisuales que se generan en la calle y los que se encuentran en la web. Esta destreza es indispensable para el enriquecimiento de las informaciones que se difunden en la actualidad.

“Ser proveedores de contenidos multimedia” también constituye una importante destreza para el periodista, debido a que está íntimamente vinculada con el rol del periodista actual. En este sentido, los entrevistados coinciden con Salaverría y García ya que estos autores afirman que las grandes empresas de comunicación hoy día buscan a “proveedores de contenidos”.

Las destrezas que ocupan una valoración intermedia en las respuestas de los entrevistados están directamente vinculadas con las potencialidades informativas del soporte *on line* y que Rojano describe en el marco de la hipertextualidad, interactividad, multimedialidad y temporalidad.

Las destrezas tradicionales en la profesión periodística, como el manejo de las fuentes, la capacidad de investigación y la rápida detección de noticias, también reciben una ponderación intermedia por los entrevistados. Las destrezas que resultan de menor importancia para la labor del periodista están vinculadas con aquellas competencias que suelen considerarse inherentes a la profesión.

La mayoría de las destrezas específicas señaladas por los entrevistados están íntimamente relacionadas con las TIC y responden a las nuevas modalidades para hacer periodismo a través de la web. En este sentido, las tres destrezas que los entrevistados consideran más importantes en el periodismo son:

- El manejo de las *redes sociales*, ya que debido a sus beneficios en materia de cohesión social, el periodismo encontró en ellas un nuevo mecanismo de di-

Cuadro 3. Destrezas prácticas generales de los periodistas

DESTREZAS GENERALES	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Excelente redacción en los distintos soportes.	20
Ser un usuario experto de la web (navegación, búsqueda, etcétera).	14
Producción de video y audio.	13
Capacidad crítica, autocrítica y analítica.	11
Capacidad para aplicar los conocimientos periodísticos (cómo titular, lead, etcétera) en la práctica.	10
Manejo y relacionamiento con las fuentes.	9
Edición de materiales audiovisuales.	8
Ser proveedores/ agregadores de contenidos multimedia.	8
Capacidad para promover la interacción con el usuario.	7
Capacidad para monitorear información en medios tradicionales como digitales.	7
Rapidez en entrega de productos y respuestas.	6
Capacidad de investigación.	6
Pensamiento y visión multimedia.	6
Capacidad de síntesis.	5
Capacidad para contrastar información.	4
Capacidad para subir contenidos a la página web del medio u organización.	4
Capacidad de adaptación (al personal, distintos soportes, cultura organizacional, etcétera)	4
Capacidad para detectar noticias.	4
Comunicación oral/escrita efectiva y oportuna.	4
Buena dicción y locución.	4
Hipervinculación de contenidos.	3
Capacidad para jerarquizar/seleccionar contenidos.	3
Capacidad creativa.	3
Capacidad de descripción.	2
Capacidad para identificar oportunidades de mejora en procesos y tecnologías.	2
Capacidad de planificación.	2
Capacidad para ejecutar entrevistas.	1
Capacidad para gerenciar.	1

fusión de información en tiempo récord y que complementa la relación de las personas con los medios tradicionales.

- El *blogging* porque como lo señala Igarza, esta herramienta ha ampliado y simplificado la comunicación de masas por ser un medio de publicación de contenidos gratuito y que está al alcance de todos los cibernautas.

- Los *podcasts*, ya que a través de esta herramienta, los periodistas difunden contenidos en audio que pueden ser escuchados por el usuario cuando éste lo desee.

En torno a los requerimientos prácticos del periodista, casi la totalidad de los entrevistados hace hincapié en el manejo de los siguientes programas de PC (ver cuadro 5).

Cuadro 4. Destrezas específicas de los periodistas

DESTREZAS ESPECÍFICAS	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Dominio avanzado de redes sociales (<i>Facebook</i> y <i>Twitter</i> primordialmente).	7
Manejo de <i>blogs</i>	6
Habilidad para elaborar <i>podcasts</i>	4
Habilidad para organizar eventos	2
Manejo de <i>smartphones</i>	2
Habilidad para elaborar fotogalerías	2
Habilidad en la redacción de guiones	2
Capacidad para re-empaquetar y ordenar los contenidos <i>web</i>	2
Diseño de interfaces de alta calidad	2
Capacidad para elaborar infografías.	1

Cuadro 5. Dominio de programas de PC de los periodistas

DOMINIO DE PROGRAMAS DE PC	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Programas de diseño y tratamiento de imágenes: <i>PhotoShop</i>	15
<i>Microsoft Office</i> : principalmente <i>Word</i> , <i>Excel</i> y <i>Power Point</i>	15
Programas de edición de audio y video, principalmente <i>Final Cut</i> y <i>Movie Maker</i> .	14
Programas de animación: <i>Adobe Flash</i> .	3
Dominio básico en programación web: <i>Dreamweaver</i> .	3
Programas de grabación de audio y video.	2
Sistemas editoriales (<i>CMS</i>).	1
Hojas de estilo: <i>CSS</i> y <i>RSS</i> .	1
Manejo de hospedajes on line para imágenes: <i>Flickr</i> .	1

La mayoría de los medios y organizaciones tienen como requerimiento el dominio de las herramientas básicas de *Office* para llevar a cabo las labores periodísticas. Sin embargo, se puede observar cómo una significativa parte de la muestra señala que *PhotoShop* es una herramienta indispensable en el tratamiento de noticias, ya que los periodistas requieren de este programa para la manipulación de las imágenes, lo cual es indispensable en la presentación gráfica de los contenidos multimedia.

El dominio de programas de edición y de animación cada vez representa un requerimiento más común entre los empleadores, ya que el periodista nuevamente debe manejarlos para asumir su rol multidisciplinario y generar contenidos interactivos para la web. Sin embargo, en la

mayoría de estos casos, los entrevistados afirmaron que los periodistas no deben ser expertos en esos programas pero sí deben tener conocimiento de algunos de sus elementos básicos.

Algunos empleadores exigen que los periodistas manejen programas vinculados con la grabación audio-video y con la programación de hospedajes web, pero estos requerimientos representan a una pequeña porción que demanda tareas muy puntuales, debido a la naturaleza de los empleos.

Si bien aquí se señalaron algunos programas puntuales para llevar a cabo las labores de diseño, edición y programación, una significativa parte de los entrevistados señala que los periodistas deben saber más de criterios de metodología (el cómo hacerlo) que sobre el manejo específico de

una marca, para poder ejecutar sus tareas ante cualquier situación adversa, carencia o modificación en estos programas.

Los entrevistados consideran que la difusión de informaciones veraces representa el valor más importante que todo periodista debe tener en su labor diaria. La preferencia por esta opción está íntimamente vinculada con los riesgos que implica la red en torno a la veracidad de las fuentes *on line* y la autoría de las informaciones, las cuales suelen perderse con la copia y el re-empaquetamiento de los contenidos.

Una significativa porción de los entrevistados hace énfasis en el valor del sentido ético del periodismo y en los preceptos que el periodista debe seguir del Código de Ética del Periodista.

También se hace un especial énfasis en el valor del trabajo en equipo porque constituye un requerimiento indispensable ante el creciente fenómeno de las convergencias tecnológicas y la tendencia hacia los equipos multidisciplinarios.

Los entrevistados consideran sumamente importante el valor del equilibrio informativo, ya que éste se ha perdido mucho en la actualidad con la polarización política del país. Esto entra en conflicto con el valor de compartir la línea editorial del medio, requisito para algunas organizaciones, principalmente del Estado (únicamente en las entrevistas de Pdvsa y VTV se señala este requerimiento).

Muchos de los valores que son considerados importantes para los entrevistados siguen siendo los mismos que han regido a la profesión desde sus inicios.

Los entrevistados le otorgan una mayor importancia a algunos valores (proactividad, liderazgo, audacia, compromiso, etcétera) que son requerimientos clásicos para que un individuo alcance el éxito en cualquier profesión, indistintamente del periodismo.

No obstante, a estos valores se les han incorporado algunos nuevos vinculados con la inmediatez y la participación que caracteriza a la Web 2.0. En este sentido, el periodista debe desarrollar una especial tolerancia hacia la crítica, principalmente hacia los comentarios de los usuarios digitales generados en torno a las noticias o en foros digitales; y no sólo debe tener disposición al diálogo con el público (sobre todo los periodistas del departamento de Participación), sino que también deben otorgarle un valor agregado al usuario. Estos profesionales también deben desarrollar una especial tolerancia a la

Cuadro 6. Valores clásicos de los periodistas

CLÁSICOS	FRECUENCIA DE RESPUESTAS
Veracidad en las informaciones/apago a los hechos.	11
Sentido ético/apago al Código de Ética del Periodista.	10
Responsabilidad.	9
Trabajo en equipo.	6
Honestidad intelectual y personal.	6
Neutralidad y equilibrio informativo.	6
Ganas de aprender (principalmente en el ámbito tecnológico).	6
Pasión por el trabajo.	6
Disciplina (con las fechas de entrega, normas internas, horario).	5
Identificación del periodista con el producto y/o el sitio de trabajo.	3
Lucha por la verdad y justicia.	3
Promover la defensa de los derechos humanos (sobre todo del sector marginado).	2
Manejo de situaciones de presión y conflicto.	2
Lealtad con el usuario y el sitio de trabajo.	2
Sensibilidad en el tratamiento de la información.	2
Espontaneidad.	2
Disposición a tolerar la diversidad cultural, racial y de opiniones.	2
Respeto de los derechos del lector-usuario.	2
Capacidad para jerarquizar prioridades.	2
Validación de las fuentes para otorgarle credibilidad a la información.	2
Compartir la línea editorial del medio.	2
Tolerancia a la crítica (principalmente hacia los comentarios de los usuarios web).	2
Disposición al diálogo con el público.	2
Otorgarle valor a lo que produce el usuario.	2
Sentido de las relaciones interpersonales.	1
Honradez.	1
Organización en la consecución de actividades.	1
Disposición para asumir nuevos retos.	2
Proactividad.	2
Discernimiento.	1
Liderazgo.	1
Audacia.	1
Compromiso.	1
Promover el desarrollo del país y el bien común.	1
Respetar los derechos de autor (sobre todo en el ámbito multimedia)	1

diversidad cultural, racial y de opiniones las cuales se han multiplicado con la proliferación de los usuarios digitales.

Los entrevistados le atribuyen importancia al valor vinculado con el manejo de situaciones de presión y conflicto, lo cual es muy importante en la actualidad debido a la presión política que enfrenta esta profesión y a la inmediatez que demanda la Web 2.0.

Algunas conclusiones parciales sobre el perfil

Efectivamente el periodista actual ha tenido que ajustarse al contexto que lo circunscribe y a la influencia de las TIC. Así se pudo observar cómo su rol está cambiando significativamente, pasando a ser un generador/difusor de informaciones y multimedia. Al cambiar su papel en el marco de las comunicaciones, el periodista debe presentar nuevas competencias en el ámbito laboral. En este sentido, los empleadores hicieron referencia a aspectos muy concretos sobre las habilidades y destrezas que ha de presentar el ciberperiodista. En función de los aportes más relevantes y comunes en las respuestas, se pudo estructurar el perfil curricular del periodista actual a partir de las siguientes competencias:

Saber-saber (conocimientos): el periodista multimedia tiene una sólida formación sobre el periodismo (teorías, estructuras y políticas de la comunicación) y la construcción del discurso digital. Tiene una comprensión integral sobre la estructuración de noticias para los distintos tipos de soportes (multimedialidad) y sobre el acontecer tanto nacional como mundial. Es un profesional con una amplia cultura general y adicionalmente posee conocimientos sobre el idioma inglés en su forma oral y escrita.

Saber-hacer (destrezas): es un profesional polivalente capaz de generar informaciones de alta calidad para las distintas plataformas, convirtiéndose en un proveedor/agregador de contenidos multimedia. Se destaca por su excelente redacción, capacidad para la producción y edición de materiales audiovisuales y el manejo de las principales herramientas técnicas de la comunicación/información (incluyendo *softwares* específicos). Es un usuario experto de la web (navegación, búsqueda, etcétera), con capacidad de síntesis y de explotar las potencialidades informativas del soporte *on line*. Tiene una actitud crítica y analítica frente a las estructuras de

los medios de comunicación y el acontecer diario, lo que le permite responder de manera rápida a los cambios y a las demandas comunicacionales emergentes. Es capaz de aplicar los conocimientos periodísticos en la práctica y de promover la constante interacción con el lector-usuario.

Saber-ser (valores-ética): es un profesional sumamente comprometido con la verdad y la justicia, los derechos humanos, el desarrollo del país y el bien común. Se caracteriza por su equilibrio informativo y el apego a los hechos. Posee facilidades para trabajar en equipo gracias a su sentido de las relaciones interpersonales. Es capaz de manejar situaciones de presión y tiene disposición para asumir nuevos retos y tolerar la diversidad cultural, racial y de opiniones. Aplica criterios éticos y deontológicos en su quehacer diario, apeguándose siempre al Código de Ética del Periodista. Es un profesional responsable y disciplinado que, ante todo, respeta los derechos de autor y del lector-usuario.

Es importante destacar que debido a que el periodista actual debe abordar un pensamiento multidimensional que se adapte a cada una de las plataformas existentes, este profesional integra en cada una de sus funciones el saber-saber con el saber-hacer y el saber-ser. Este periodista es polivalente y versátil, mantiene su esencia periodística (en la creación de la noticia, redacción, criterios de análisis y valores), pero ha desarrollado nuevas destrezas

para manejar los distintos medios y lenguajes de la comunicación. Sin embargo, se debe aclarar que los empleadores no buscan tecnólogos sino profesionales técnicamente capaces de responder a las exigencias instrumentales del nuevo medio digital, para enriquecer su trabajo y mejorar la calidad de sus contenidos.

No basta con que el periodista posea algunas de las competencias señaladas anteriormente, pues los empleadores requieren a un profesional multidisciplinario capaz de fusionar las antiguas prácticas comunicacionales con las nuevas habilidades que se deben desarrollar en torno a las TIC.

LAUREN MARTÍNEZ / CARLA SZEMZO
Licenciadas en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello

Nota: Este artículo forma parte de un estudio más amplio sobre “El perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela”, presentado como Trabajo de Grado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello y tutelado por el Dr. Jesús María Aguirre. Solamente se presentan los resultados referidos a la convergencia digital y a su incidencia en las competencias profesionales.

Referencias

- AGUIRRE, J.M. (1998): *La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela*. Caracas: UCAB.
- _____ (2006): “Nuevo perfiles y competencias en el periodismo digital”. En: *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996- 2006*. Caracas: CIC, UCAB, pp. 57-72.
- BISBAL, M., AGUIRRE, J., (2008): *Entre comunicación y periodismo: imágenes, parábolas, producción de realidades y algo más*. Caracas: UCAB.
- Federación Internacional de Periodistas (2009): *Análisis Regional 2008 basado en encuestas hechas en cinco países: Brasil-Colombia-México-Paraguay-Venezuela*. Caracas.
- FLORES, V., y otros, (2001): *Ciberperiodismo*. Madrid: Limura Noriega Editores.
- FOGUEL, J., y PATIÑO, B., (2007): *La prensa sin Gutenberg*. Madrid.
- Future Exploration Network. (2006): *Future of Media Report*. Documento Adobe. Sidney.
- GIL, R. (1994): *Figuras sobresalientes de la comunicación social, un perfil de ejemplaridad de los comunicadores*. Caracas: UCAB, Escuela de Comunicación Social.
- IGARZA, R. (2008): *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Argentina: La Crujía Ediciones.
- MORALES, E., PARRA, L. (2006): “Perspectiva de la formación del comunicador social en Venezuela”. En: revista *Comunicación*, N° 136. Caracas: Centro Gumilla, pp. 58-70.
- ROJANO, M. (2006): *Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996- 2006*. Caracas: CIC-UCAB.
- SALAVERRÍA, R., y GARCÍA, J. (2008): “La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo”. En: revista *Trípodos*, n° 23, 31-47. Barcelona, España.

