

**LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20  
AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA  
COMUNICACIÓN**

**MAURICIO DÍAZ GÓMEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL**

**MEDELLÍN**

**2016**

**LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE  
EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

**La adaptación de seis periodistas con más de 20 años de  
experiencia en Manizales a las Tecnologías de la Información y la  
Comunicación**

**MAURICIO DÍAZ GÓMEZ**

**Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Comunicación Digital**

**DIRECTORA**

**MARÍA ISABEL VILLA MONTOYA**

**Doctora en Contenidos de Comunicación en la Era Digital**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES**

**MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL**

**MEDELLÍN**

**2016**

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

*"Declaro que esta tesis (o trabajo de grado) no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad".*

Art. 82 Régimen Discente de Formación Avanzada, Universidad Pontificia Bolivariana.

Mauricio Díaz Gómez

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO .....	4
RESUMEN .....	6
1. INTRODUCCIÓN .....	8
2. OBJETIVOS .....	11
2.1 GENERAL.....	11
2.2 ESPECÍFICOS.....	11
3. MARCO CONTEXTUAL.....	12
3.1 Formación.....	15
3.2 Los medios digitales .....	17
3.3 Condiciones de trabajo .....	19
3.4 Más capacitación .....	23
4. MARCO CONCEPTUAL .....	25
5. ESTADO DEL ARTE .....	36
6. METODOLOGÍA.....	48
6.1 Técnicas y herramientas de investigación .....	50
6.2 Muestra .....	52

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

6.3 Construcción y validación del instrumento metodológico .....	75
6.4 Categorías y variables.....	77
7. RESULTADOS .....	85
7.1 Recolección de información .....	85
7.1.1 Buscando contexto.....	87
7.1.2 Directamente con las fuentes .....	95
7.1.3 Herramientas para entrevistar .....	97
7.1.4 En el cubrimiento informativo.....	99
7.2 Redacción de contenidos .....	103
7.3 Emisión de contenidos.....	111
7.4 Capacitación en periodismo digital .....	121
7.5 Estabilidad laboral .....	134
8. CONCLUSIONES.....	150
9. RECOMENDACIONES .....	157
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	159
11. ANEXOS .....	174
11.1 Cuestionario de entrevistas.....	174

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## RESUMEN

El objetivo de este trabajo es conocer cómo seis periodistas de Manizales (Caldas) con más de 20 años de experiencia en radio, prensa y televisión, se han adaptado al uso de Internet y las Tecnologías de la Información y Comunicación para ejercer el periodismo.

Se empleó la metodología cualitativa como enfoque metodológico, a través de entrevistas semiestructuradas realizadas entre septiembre de 2015 y marzo de 2016 con seis periodistas que ocupan cargos de editores o directores de espacios noticiosos en los medios más importantes y reconocidos de la capital caldense como son la *Editorial La Patria* (periódico y noticiero de televisión), *Caracol Radio*, *RCN Radio* y *Todelar Radio*.

Entre los resultados obtenidos, se observa que todos los periodistas consultados utilizan con frecuencia redes sociales como Facebook, Twitter y WhatsApp, principalmente para la búsqueda de datos e información que les sirvan para elaborar sus contenidos para los medios en los que trabajan. Sin embargo, la mayoría interactúa muy poco con las audiencias y no todos publican contenidos en redes sociales.

Los periodistas del principal medio de la región (*La Patria*) reciben capacitación en periodismo digital varias veces al año, mientras que para los demás ha sido poca o inexistente, y aprenden un manejo básico de las herramientas en el día a día.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Reconocen las ventajas de Internet y otros servicios digitales, pero su uso constante, así como el cubrimiento noticioso para varias plataformas, reduce el tiempo para realizar productos periodísticos innovadores y de calidad.

Los resultados de este trabajo subrayan la necesidad de ofrecer a los periodistas capacitación de calidad en periodismo digital y sus herramientas, desde el Estado y las instituciones educativas, lo que se verá reflejado en profesionales más preparados para entregar información pertinente y útil.

***Palabras clave:*** Periodistas, Manizales, adaptación, TIC, Internet.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 1. INTRODUCCIÓN

La aparición de Internet y de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) generó cambios en todos los campos de la sociedad mundial, incluyendo los medios de comunicación tradicionales, lo que creó la necesidad de que los periodistas se adaptaran al uso de las nuevas herramientas digitales y las aplicaran a su trabajo periodístico.

Los periodistas más jóvenes y que llevan menos tiempo en el oficio, al tener más contacto con el mundo de las TIC, es probable que hayan tenido una transición más fácil al periodismo digital. Sin embargo, aquellos comunicadores que tienen más edad, experiencia y una forma definida de trabajo que les ha dado resultados por años, puede que tengan más dificultades e incluso más resistencia a los cambios.

Esta temática la aborda, por ejemplo, un artículo que incluye una encuesta hecha con 239 periodistas de 11 países europeos en el que les preguntaron sobre su adaptación a los cambios generados por Internet en la profesión, y que concluyó que en general los periodistas no solo están cómodos con Internet sino que lo adoptaron con poca dificultad, sin dejarse intimidar por los retos de la web y no lo perciben como una amenaza a la calidad del periodismo (O'Sullivan y Heinonen, 2008, p.367).

En Colombia hay investigaciones similares como la de Rueda y Tovar (2011), que tenía como objetivo elaborar un diagnóstico sobre los niveles de apropiación de TIC de los periodistas de Riohacha y Bucaramanga. La conclusión principal fue que los profesionales lograron

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

resultados favorables en dos de tres niveles de apropiación de Internet y las TIC en su labor, pero presentaron un umbral muy bajo a la hora de generar prácticas innovadoras y originales para sus necesidades de formación, por problemas con “la brecha tecnológica, conflictos generacionales, ausencia de una visión integrada y crítica de sus aplicaciones al campo laboral, pero sobre todo, debido a programas escasos y esporádicos de capacitación tecnológica dentro de la empresa y desde el ámbito académico” (p.153).

Por su parte López (2014) decidió analizar las experiencias de apropiación de TIC por parte de periodistas de Cúcuta, mayores de 40 años y fundadores de medios digitales, y encontró una buena disposición de estos comunicadores a capacitarse en herramientas digitales. Además son conocedores de la terminología, aplicaciones y beneficios de la virtualidad y la interactividad, pero les falta arriesgarse más “a la hora de desarrollar contenidos más allá del texto, fotos y videos” (p.25).

Teniendo en cuenta estas experiencias mencionadas en el país y que no se encontraron trabajos similares en el contexto de Manizales, se plantea la necesidad de conocer desde la óptica de seis periodistas de esta ciudad de 400 mil habitantes, cómo ha sido su adaptación a Internet y a las TIC para la práctica del periodismo, ya que al llevar más de 20 años en el oficio, muchos ya estaban acostumbrados a un método para su labor, por ejemplo en la consulta de fuentes, la forma de narrar los hechos a su audiencia, etc.

Los periodistas que participaron en la investigación pertenecen a los medios más reconocidos de la ciudad y han forjado un nombre por su trayectoria y porque son editores o directores de los espacios noticiosos con más audiencia. A través de este estudio se busca conocer aspectos como

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

el uso de las redes sociales para buscar información, las características de las publicaciones que allí hacen, cómo interactúan con las audiencias, cómo ha sido su capacitación en periodismo digital, su relación con los comunicadores más jóvenes, la utilización de dispositivos móviles, entre otros aspectos.

Así pues, se busca contribuir a que aumente el espectro de investigación y análisis del periodismo digital en Colombia y generar reflexión sobre la evolución de este oficio que es una de las bases principales de la democracia, mediante la entrega de información de calidad a los integrantes de la sociedad para que se formen conceptos y tomen decisiones en el ámbito público.

Este trabajo de grado espera que sus resultados sean útiles para que, como lo anotan Rueda y Tovar (2011), tanto las universidades y el Estado se preocupen por “ofrecer formación tendiente a cerrar la brecha tecnológica en los periodistas de cada ciudad” (p.157), y que los periodistas entiendan que no es “estar por estar” en los medios digitales (p.158).

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 GENERAL**

Determinar cómo se han adaptado al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para el periodismo, seis periodistas veteranos de radio, prensa y televisión, con más de 20 años en el oficio en Manizales.

### **2.2 ESPECÍFICOS**

-Conocer cómo el uso que los periodistas les dan a las TIC generó cambios en la recopilación de información, construcción, y emisión de contenidos periodísticos.

-Determinar si los periodistas con más 20 años de experiencia han recibido capacitación sobre periodismo digital, y de qué clase.

-Establecer si se ha visto afectada la estabilidad laboral de los periodistas por la aparición del periodismo digital.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 3. MARCO CONTEXTUAL

Manizales, capital del departamento de Caldas, tiene cerca de 400 mil habitantes y cuenta con un grupo de medios de comunicación dominante que es *Editorial La Patria*, que con el paso de los años se convirtió en una empresa multimedia cuya base y cimiento principal es el periódico impreso que lleva su mismo nombre y que en 2016 cumplió 95 años de existencia.

Hace parte de este grupo editorial el diario popular *Q'hubo*, publicado por primera vez el 10 de octubre de 2007 bajo el nombre de *Nuestro Diario*; el portal web [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) se estrena en 1998; el noticiero de televisión *Noticias LPTV* que se transmite en convenio con el canal *UNE* desde 2010; y *La Patria Radio*, experiencia que inicia a mediados de 2015 a través de la emisora *Radio Cóndor* de la Universidad Autónoma de Manizales, con informativos a las 7:00 a.m. y 8:00 a.m., así como avances noticiosos cada hora.

Las principales cadenas radiales del país cuentan con emisoras propias en Manizales, las cuales tuvieron directores de noticias por largos periodos de tiempo como Iván Darío Góez (*RCN*), Mariela Márquez (*Caracol*) y Hernando Saldarriaga (*Todelar*), lo que hizo que se ganaran el reconocimiento y la recordación de los manizaleños. Los periodistas que los reemplazaron aprovecharon el terreno ganado y poco a poco aplicaron su estilo propio a estos espacios noticiosos, por lo que estas tres empresas dominan las preferencias radiales de los habitantes, aunque desde 2012 los noticieros radiales populares han ganado un espacio importante, sobre todo en los estratos 1, 2 y 3, con la aparición de programas como *Alerta Manizales*, emitido por *La Cariñosa* de *RCN Radio*.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Por el lado de la televisión, en el canal regional *Telecafé* se transmitieron los primeros noticieros en la década de los 90 y de los más recordados fueron *UNC Noticias* y *TVA Noticias*. Sin embargo, por tratarse de un canal que se dirige a los habitantes de Caldas, Quindío y Risaralda, los tres departamentos que conforman la región conocida como el Eje Cafetero, sus emisiones tienen que dividirse casi que por igual en cubrimiento noticioso de los tres departamentos, por lo que al terminar las noticias de la propia región, los televidentes cambian de canal.

El servicio de televisión paga de la empresa de telecomunicaciones UNE, del Grupo EPM de Medellín aprovechó esta situación y creó *Noticias UNE*, dedicado exclusivamente a sus suscriptores ubicados en Manizales y algunos de los municipios de Caldas, por lo que se convirtió en la alternativa noticiosa por televisión preferida por muchos ciudadanos. En 2010 *La Patria* vio esta oportunidad para implementar su proyecto multimedia y llevó a cabo un convenio con el canal *UNE* para darle vida a *Noticias LPTV*, iniciativa que ya se ha consolidado.

En cuanto a medios digitales, [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) es el más reconocido y visitado por todo el respaldo de la marca de *La Patria*. Cuenta con un editor web que dirige un grupo de periodistas y practicantes dedicados exclusivamente a la versión digital, que cuentan con el apoyo de los redactores del diario impreso, quienes deben actualizar el sitio con noticias de última hora y deben subir a la plataforma las noticias que redactaron para la versión impresa del día siguiente.

Según la página web [www.alexa.com](http://www.alexa.com) (que provee información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web), [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) aparece en el puesto 662 de los portales más visitados del país, en consulta realizada el 7 de noviembre de 2016.

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

Con respecto a otras páginas web informativas en Caldas, según el Estudio de Medios Digitales en Colombia II, realizado por Consejo de Redacción (2012), el Centro Ático y la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, de los 650 medios digitales registrados en la investigación, 12 eran de Caldas (siete de Manizales y La Dorada, La Merced, Salamina, Manzanares y Pensilvania con uno), equivalente a un 2% de participación del total, pero con un aumento del 20% frente a la medición de 2010.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 3.1 Formación

La capital caldense cuenta con un programa de Comunicación Social y Periodismo en la Universidad de Manizales desde 1994, acreditado de Alta Calidad por el Ministerio de Educación Nacional (UM, 2016), y que en gran parte ha cubierto la demanda de periodistas para estos medios regionales. De esta manera la labor se comenzó a profesionalizar ya que tradicionalmente la gran mayoría de los periodistas locales eran empíricos (como en casi todo el país) y solo algunos pudieron obtener su grado como comunicadores, gracias a programas de profesionalización como el que realizó la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Bogotá en esta y otras ciudades.

En ese entonces, así buscaban validar sus conocimientos básicos en radio, prensa y televisión, pero ahora uno de los principales retos de los comunicadores veteranos es el uso de las TIC, para adaptarse al periodismo digital. Según la legislación relacionada con el objeto de esta investigación, de acuerdo al artículo 6 de la Ley 1341 del Congreso de la República (2009), las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se definen como “el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, vídeo e imágenes”.

Esta simple definición no alcanza a dimensionar el tamaño que ha alcanzado en todo el mundo este fenómeno tecnológico, social y cultural, pero sí mediante diferentes estudios como la encuesta realizada por la agencia *We are social* (2016), en la que a enero de 2016 de los casi 7.400 millones de habitantes de la Tierra, 3.419 millones de personas tienen acceso a Internet,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

2.307 millones son usuarios activos de redes sociales, 3.790 millones poseen un teléfono móvil y 1.968 millones acceden a redes sociales desde sus celulares.

Frente al mismo informe de 2015, se registró un aumento del 10% en nuevos usuarios de la Web (332 millones de personas) y de usuarios de redes sociales (219 millones), así como un aumento de 4% en dueños de celulares, pero el aspecto que más creció fue el número de personas que entraron a Facebook, Twitter, etc, por medio del móvil con un 17%, igual a 283 millones de personas.

En cuanto al uso de redes sociales, Facebook lidera las estadísticas globales con 1.500 millones de usuarios, seguido de WhatsApp con 900 millones, pero con un aumento frente al año pasado del 50%. Por su parte Instagram (puesto 8) y Twitter (posición 9), cuentan con 400 millones y 320 millones de usuarios respectivamente.

De otro lado, las cifras del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) (2016) en Colombia muestran que en el cuarto trimestre de 2015 el número total de suscriptores a Internet (fijo y móvil) fue de 12 millones 824 mil 454, mientras que en el primer trimestre había sido de 11 millones 448 mil 854, equivalente a un 12% de incremento (p.13).

Abad (2015), para la agencia de publicidad Latamclick, indica que en Colombia en 2015 había 4,2 millones de usuarios activos de Twitter y 24 millones de usuarios de Facebook (puesto 17 en el mundo), de los cuales un poco más del 30% tienen de 18 a 24 años de edad, seguidos por el segmento de 25 a 29 años de edad con un 15%.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 3.2 Los medios digitales

De toda esta revolución ahora hacen parte tanto las grandes empresas periodísticas, como también personas o grupos de individuos que, aprovechando las herramientas digitales e Internet, han creado pequeños medios de comunicación que han captado la atención de la gente y han satisfecho las necesidades informativas de muchos.

Por ejemplo se observa que en el primer Estudio de Medios Digitales en Colombia (2010), elaborado por Consejo de Redacción, el Centro Ático y la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, se registraron en el país 391 medios digitales.

Posteriormente en 2012, en la segunda parte de esta investigación, el número aumentó a 745 medios digitales informativos (un incremento de 354 casos), aunque finalmente se tomaron en cuenta 650, pues dejaron de funcionar 95 enlaces. Sin embargo uno de los datos más reveladores fue que de la lista de medios del primer estudio, un 20% desaparecieron, mostrando la dinámica creciente del periodismo digital en Colombia.

También se destaca que de los 650 medios, 161 fueron clasificados como medios “*volcados*” (25% del total), es decir, cuyo contenido web e información es igual al de la plataforma original de la que provienen, ya sea radio, prensa o televisión (p.7).

Los otros 489 (75% del total), producen información propia para Internet, y de los cuales 306 eran medios nativos, que “surgieron como alternativas exclusivas de Internet; por lo tanto, el 100% de su producción es para la web” (p.7), y 183 eran medios migrados que “provienen de un

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

medio existente en otra plataforma, como prensa, radio o televisión, a partir de la cual surgió la versión web que luego empezó a realizar producción propia” (p.7).

El estudio arrojó que las 10 primeras regiones con más medios digitales fueron Bogotá con 204 (31%), Antioquia con 96 (15%), Santander con 46 (7%), Valle del Cauca con 43 (7%), Atlántico con 28 (4%), Cauca con 22 (3%), Risaralda con 21 (3%), Meta con 20 (3%), Boyacá con 19 (3%), y Nariño con 19, igual a un 3% del total (p.8).

Para esta investigación solo 61 representantes de medios respondieron una encuesta de caracterización en la que los principales hallazgos fueron que 45 medios llevaban entre uno y cinco años funcionando (p.20); 16 medios tenían entre 10 mil y 75 mil usuarios al mes, y solo tres tenían más de un millón de usuarios únicos mensuales (p.21); y que las principales fuentes de financiación eran la pauta publicitaria (23 medios), capital privado (18), seis medios con donaciones particulares, y tres medios con fondos propios (p.26). No se encontraron datos en el informe relacionados con número de empleados de los medios, salario, etc.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 3.3 Condiciones de trabajo

Las condiciones laborales de los comunicadores siempre han sido un tema que ha generado debate, pues solo un grupo reducido de periodistas en los grandes medios cobra altos sueldos por su trayectoria y reconocimiento, mientras que muchos tienen bajas remuneraciones y extensas jornadas de trabajo.

Otero (2014), en un artículo para el periódico *El Universal* de Cartagena sobre una investigación de la Universidad Sergio Arboleda realizada entre agosto y noviembre de 2013 sobre la inestabilidad laboral de esta profesión, muestra que entre 1.800 y 2.100 periodistas se gradúan por año en Colombia, “pero no todos llegan a ejercer la profesión por falta de oportunidades laborales y los que lo consiguen se enfrentan a la dura realidad de la inestabilidad en los contratos y los bajos salarios” (párr.1).

En la nota también se consultó a Antonio Roveda Hoyos, decano de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda, quien aseguró:

Al comunicador, sobre todo en la provincia, le están exigiendo que haga prensa, radio y televisión a la vez. (...) Que se encargue de la página web, que se compre su propia cámara y el nivel de protección laboral, de pago y de estabilidad va con tendencia a la baja (párr.5).

Agregó que el Estado debería velar porque las empresas de medios mejoren las condiciones laborales de los periodistas para así proteger la democracia con medios fuertes y profesionales capacitados, ya que en el estudio se dice que de cada 10 periodistas, un 52% afirmó tener inestabilidad laboral y que esta situación lleva a que peligre la calidad de la información.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Al respecto, el artículo de Otero (2014) anota que el medio que más empleo genera es el audiovisual, mientras que la radio es la que más inestabilidad presenta en las contrataciones. Es por eso que muchos de los egresados de las 89 facultades que existen en el país, se inclinan por la comunicación organizacional o buscan oportunidades en actividades relacionadas con el periodismo digital como la creación y mantenimiento de páginas web, redacción de blogs, etc.

La Federación Colombiana de Periodistas (Fecolper) también ha reclamado por las condiciones laborales desfavorables para ejercer el periodismo, como lo muestra una nota del portal PERIODISTASen español.com (2015), que trata sobre una reunión de esta entidad con el Ministerio del Trabajo, el SENA, y el Ministerio del Interior, para recordar que esta situación no solo vulnera los derechos de los periodistas, sino también el de todos los ciudadanos a recibir información veraz e imparcial.

Se mencionaron cifras de un estudio hecho por la Federación sobre el asunto que muestran que de un grupo de 92 encuestados el (24%) recibe un salario mínimo o menos por la actividad periodística, y que las principales formas de vinculación de periodistas a los medios de comunicación es a través de órdenes de prestación de servicios (23%), contrato laboral (16%), acuerdo o pacto verbal (13%) y por medio de concesión (10 %) (párr.5).

Un artículo del periódico *El Tiempo* (2003) trata sobre el estudio *La situación laboral de los periodistas en Colombia*, elaborado por Alejandro Manrique e Iván Cardona, estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Javeriana, en el que se consultaron 309 periodistas de 120 medios de comunicación. Se señala que "el perfil promedio del periodista colombiano es de

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

un salario promedio (sic) de 1.329.038 pesos mensuales, profesional, 35 años de edad y ocho y medio años de servicio" (párr.4).

La investigación de Gutiérrez et al. (2010) del Grupo de Investigación en Periodismo (GIP) de la Universidad de La Sabana, llamada *Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos*, consistió en una encuesta realizada a 185 periodistas de 11 de las principales ciudades del país, y en la que el perfil de los consultados es de un 64,8% de hombres, un 81,6% menores de 41 años y un 76,7% con grado universitario.

Además al 34% le pagan un salario superior al millón de pesos, pero inferior a los dos millones, y el 27,6% gana entre 500 mil pesos y un millón. Llama la atención que para contratarlos, a un 53,5% se les pidió experiencia laboral previa y a un 44,8% que dominen las TIC.

Según la consulta, los profesionales mejor pagados son los de las revistas. Por otro lado los peor remunerados son los de radio y prensa (54,5% y 58,2%, respectivamente, gana menos de un millón de pesos), mientras que los periodistas de Internet, se ubican un 50% “en el rango salarial que supera el millón de pesos, con un tope de dos millones, pero el otro 50% está repartido en rangos superiores, lo cual muestra que este medio se proyecta como uno de los mejor pagos” (Gutiérrez et al., 2010, párr.32).

Sin embargo, desde hace años los medios de comunicación han visto reducidos sus ingresos en gran parte por la aparición de Internet en la escena periodística. Basta recordar una publicación de Gutiérrez y Gutiérrez (2009) en el periódico *El Espectador* de Bogotá, en la que

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

se refiere a la crisis económica de varios periódicos de Estados Unidos y Europa por la reducción de la publicidad en impresos.

Al final del artículo se menciona la encrucijada de los medios colombianos por cierre de oficinas de las revistas *Gatopardo* y *Rolling Stone*, y por casos como que “en los últimos dos meses El Tiempo ha despedido a unos 200 trabajadores. Y en Publicaciones Semana se anunció a principios de año la desaparición de la edición impresa de Plan B y el cierre de la revista Blog” (párr.19).

En un caso más reciente por el despido de 129 periodistas del prestigioso diario español *El País*, analizado en un artículo de Jiménez (2012) para la *Revista Arcadia*, se lee cómo la dirección del periódico sentenció que “el despido obedece a una reestructuración obligada por la crisis financiera y por los cambios de la era digital” (párr.3).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 3.4 Más capacitación

En estudios mencionados anteriormente, la adaptación a las TIC ha sido una de las principales necesidades expuestas por los periodistas, tras la aparición de Internet en sus vidas y profesiones.

Ante esta realidad y tendencia, el Estado colombiano ha realizado convocatorias para formación virtual de periodistas en entornos digitales, a través de la red de periodistas *Periodismo de hoy*, que ya reúne a unos 9 mil profesionales en todo el país, y con temas predominantes como TIC y la gestión del conocimiento en red (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2014).

Otra iniciativa destacada en torno a la capacitación de los periodistas en el país, se desarrolla aproximadamente desde 2008 por medio de un convenio entre la Asociación Colombiana de editores de diarios y medios informativos (Andiarios) y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), a través de su programa de formación especializada y actualización tecnológica del recurso humano.

Por ejemplo durante 2012, directivos, editores y periodistas de los periódicos *El Colombiano* (Medellín), *El Herald* (Barranquilla), *El Universal* (Cartagena), *El Tiempo* (Bogotá), *El Espectador* (Bogotá), *Diario del Otún* (Pereira), *Meridiano de Córdoba* (Montería), *La Tarde* (Pereira), *El Nuevo Día* (Ibagué), *La Opinión* (Cucutá), *Vanguardia Liberal* (Bucaramanga), *Hoy* *Diario del Magdalena* (Santa Marta), *El País* (Cali), *La Patria* (Manizales) y *La República* (Bogotá), se beneficiaron con la realización de talleres con temas como infografía impresa, publicidad cruzada, actualización en redacción periodística, retos de los editores frente a las

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

nuevas realidades, edición de textos periódicos, la aventura de ser editor, y otros relacionados directamente con el surgimiento de Internet y las TIC y su nuevo papel en el periodismo, con temáticas como infografía digital, narración audiovisual, y cómo escribir para la Web.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 4. MARCO CONCEPTUAL

Cobo (2009) definió el concepto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) así:

Dispositivos tecnológicos que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal como la multidireccional. Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento (p.313).

Fernández (2005) agrega que las TIC permiten procesar y acumular grandes cantidades de información que se distribuyen de manera rápida a través de redes. “La vinculación de estos dispositivos electrónicos, permitiendo que se comuniquen entre sí, crea sistemas de información en red basados en un protocolo en común. Esto ha cambiado radicalmente el acceso a la información y la estructura de la comunicación”.

Un documento del Instituto Internacional para la Comunicación y el Desarrollo (IICD) (2007), citando un artículo del Banco Mundial, muestra que el uso de las TIC genera desarrollo económico y crecimiento.

Estas ofrecen oportunidades para la integración global a la vez que respetan la identidad de las sociedades tradicionales. Las TIC pueden incrementar el bienestar económico y social de

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

los pobres y brindar empoderamiento a los individuos y a las comunidades. Finalmente, las TIC puede mejorar la efectividad, la eficiencia y la transparencia del sector público, incluso en la prestación de los servicios sociales (p.14).

Debido a la aparición en escena de Internet y de estas tecnologías, y los cambios que generaron en los medios de comunicación, surgió el concepto de periodismo digital o ciberperiodismo, que Salaverría (2005) denomina como “aquella especialidad del periodismo que hace uso de la web o el ciberespacio para investigar, elaborar y sobretodo difundir contenidos periodísticos” (p.40).

En cuanto a la influencia de las TIC en la profesión, Kawamoto (2003) anota que estas herramientas impactan la manera cómo los periodistas y los medios investigan las noticias, mueven información, crean historias y nuevas formas de contarlas para atraer a las audiencias (p.4), generando “un lenguaje plural, unificador y multimedia (...) que va ser imprescindible para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo” (Edo, 2001, p.93).

Se trataba entonces de un nuevo entorno desconocido para muchos en el que los medios tradicionales de radio, prensa y televisión comenzaron su tránsito para convertirse en cibermedios, que Salaverría (2005) define como un “emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet” (p.40).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Las empresas periodísticas tenían esa nueva meta y requería que sus periodistas comenzaran un proceso de adaptación.

Para Cobo (2012), entre las características determinantes del periodismo digital a las que los profesionales tuvieron que comenzar a acomodarse están:

- **Hipertextualidad:** Es la cualidad que tienen un texto para albergar a otro, y entre sus características están unir y dar profundidad temática a la escritura, crear textos no lineales, multidimensionales y organizados por relaciones jerárquicas o de igualdad, que permitirán el nacimiento de estructuras hipertextuales para el discurso (p.21).

- **Interactividad:** Capacidad del usuario para relacionarse con un contenido o con el emisor del mismo. Ha sido vista como sinónimo de participación, pero también es “una cualidad técnica que se refiere a la capacidad de elegir una ruta de navegación –hacer clic en una noticia, ir a un enlace del texto, volver a la noticia, y volver a la página principal si desea-” (p.22).

- **Multimedialidad:** Trata de combinar distintos códigos informativos en un mismo discurso informativo, pero que solo Internet es el medio que tiene la capacidad de unir audio, texto, imagen, video y gráficos a la vez, lo que de hecho permitió configurar una forma de narrar exclusiva de la web (p.21).

Las rutinas productivas de los medios de comunicación también se afectaron por el fenómeno de la convergencia, que García (2002) definió como “poner en marcha diversas fórmulas para que las redacciones de distintos medios (prensa, televisión e Internet) compartan recursos, trabajen

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

conjuntamente en las coberturas y produzcan noticias para diversos soportes” (p.38). Por su parte Salaverría y García (2008) señalaron un aspecto fundamental de la convergencia porque:

Afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (p.35).

Para los defensores de la convergencia, el trabajo conjunto ha permitido que se generen informaciones de mayor calidad en los medios, pero algunos detractores indican que ha llevado a un periodismo menos elaborado (García, 2002, p.43).

Así, los géneros tradicionales como la noticia, el reportaje, la crónica, la entrevista, etc., se unieron a otros y aprovecharon las ventajas técnicas y de comunicación de Internet para crear otros como el reportaje multimedia, que Santana (2008) lo presenta como “una tipología específica de mensaje periodístico, resultado de la práctica del periodismo para y con Internet, que incorpora los rasgos esenciales de la comunicación en red –hipertextualidad, multimedialidad e interactividad– de diferentes maneras y con niveles de desarrollo variables” (p.351).

El reportaje multimedia presenta rasgos del reportaje tradicional en contenido y forma, pero uno de los elementos novedosos es la estructura multilineal que permite al usuario generar diferentes lecturas accediendo a los diferentes enlaces según su gusto (p.358).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Con estos géneros, llegaron también herramientas y aplicaciones digitales que los periodistas debían empezar a utilizar para responder a las necesidades informativas de los usuarios como las siguientes:

- **Foros:** Cobo (2012) los define como “espacios de discusión asincrónica donde los usuarios preguntan, responden y debaten sobre temas concretos. Suelen ser espacios de conversación informal y cuentan con un moderador que introduce temas, invita al debate o llama la atención” (p.28).

- **Blog:** Briggs (2007) indica que son diarios en línea que actualizan constantemente, con un estilo de conversación y con entradas publicadas en orden cronológico inverso. También se caracterizan por tener “enlaces a otras noticias e información encontrados en la Web, complementados con análisis del bloguero (o blogueros). Un enlace a ‘comentarios’ que permite a los lectores publicar sus pensamientos sobre lo que el bloguero está escribiendo” (p.90).

- **Podcast:** Para el autor, consiste en distribuir archivos de audio en Internet a través de una suscripción RSS (*Really Simple Syndication*), que pueden ser descargados a diversos dispositivos móviles o PC. “El término puede significar tanto el contenido como el método de entrega (derivado de ‘*Playable On Demand + broadcast*’ –Que se puede escuchar por demanda-” (p.90).

- **Microblogging:** Para Cobo (2012), es otro de los formatos surgidos en Internet que “parte de la misma forma de publicación de los blogs, pero limita sus artículos a un pequeño número de caracteres lo cual obliga a la economía informativa. Comparte algunas características con la red social al establecer vínculos entre usuarios” (p.27).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Adicional a estos espacios, también los periodistas han visto como su trabajo ha sido alterado por la interacción con los usuarios a través de las redes sociales, “plataformas de comunicación que se organizan alrededor de los perfiles personales (públicos o privados) de los usuarios, que se conforman en nodos y que articulan una lista de otros usuarios como contactos para establecer relaciones entre sí” (Cobo, 2012, p.27).

Todas estas herramientas son cada vez más usadas gracias a la creciente penetración del Internet móvil en las ciudades, la cual ha facilitado el surgimiento de fenómenos como periodismo participativo o ciudadano, que Bowman y Willis (2003) definen como:

El acto de un ciudadano o grupo de ciudadanos, que juegan un rol activo en el proceso de recolección, reporte, análisis y difusión de las noticias e información. La intención de esta participación es proporcionar la información independiente, fiable, precisa, amplia y relevante que una democracia (p.9).

También aparece el *Mobile Journalism* (MoJo), que Briggs (2007) entiende como periodistas todoterreno que cargan con “diversidad de herramientas en su mochila (‘backpack journalists’), (...) para reportear las noticias de una forma completamente multimedia” (p.48).

Se agrega además, el periodismo de datos, que consiste "en usar herramientas estadísticas y de visualización para contar mejor las viejas historias y descubrir nuevas historias que contar. Es la nueva veta del periodismo de investigación" (Flores, 2012, p.7).

Aunque el uso de las TIC incrementó el acceso al conocimiento y las posibilidades de conexión entre las personas, paradójicamente también generó una separación entre aquellos con

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

las posibilidades y habilidades de manejar estas herramientas y otros que no las tenían, situación conocida como brecha digital.

Este concepto según Serrano y Martínez (2003), muestra cómo los cambios generados por las TIC han incrementado la división entre los sectores de bajos ingresos frente a los de mayores ingresos y posibilidades y opciones de acceso a la información. (p.13)

En una definición más actual, Toudert (2013) anota que la brecha se distingue en las desigualdades de acceso al Internet.

Por la masificación de las TIC, se convierte en el referente central para plasmar las diferentes dimensiones de la brecha digital. De esta forma, si bien la brecha digital puede aludir a las barreras individuales, sociales y territoriales que limiten la accesibilidad e interacción con el conjunto de los artefactos y humanos que participen en la red, para otros puntos de vista es también una limitante para la participación ciudadana en un Internet cada vez más incrustado en la deliberación de los asuntos públicos (p.157).

Otros autores plantean que lo más importante es aprender a manejar las herramientas y aplicaciones, haciendo referencia a la habilidad como una ‘brecha digital de segundo nivel’:

Es cada vez más importante mirar no sólo quién usa Internet, sino también distinguir los distintos niveles de habilidades en línea entre individuos. En este contexto, se define como la habilidad para encontrar información de manera eficiente y efectiva en la Web. Al explorar las diferencias en cómo las personas utilizan la web para la recuperación de información,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

podemos discernir si hay una "brecha digital de segundo nivel" en el proceso, mientras la Web se extiende a la mayoría de la población estadounidense (Hargittai, 2002).

La brecha digital aumenta cada día entre los nativos y los inmigrantes digitales con la velocidad en que surgen nuevas aplicaciones y usos para el Internet. De esta manera, aquellos que podrán adaptarse de mejor manera a estas transformaciones, son aquellos que denominó Prensky (2001), como nativos digitales, jóvenes que han crecido con las nuevas tecnologías y “han pasado toda su vida rodeados de, y usando, ordenadores, videojuegos, reproductores digitales de música, videocámaras y móviles, y todos los demás juguetes y herramientas” (p.1).

El autor agrega que “como resultado de este entorno omnipresente y el enorme volumen de interacción con él (...), piensan y procesan la información de manera fundamentalmente diferente a sus predecesores.” (p.1).

Por otro lado están los inmigrantes digitales, que no nacieron en el mundo digital y que han decidido adoptar la mayoría de aspectos de las nuevas tecnologías, intento en el que a unos les ha ido mejor que a otros. (Prensky, 2001, p.2).

¿Y qué determina que esto último ocurra? Conocer, aprender a usar y entrenarse en el aprovechamiento de estas herramientas. En pocas palabras: estos inmigrantes necesitan una alfabetización digital.

Bawden (2002) indica que este término se refiere en general “a la capacidad para leer y entender textos de hipertexto y multimedia” (p.395); y cita a Lanham (1995), quien agrega:

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Significa la capacidad para entender información cualquiera que sea el formato en que se presente, y que la alfabetización digital incluye la habilidad para descifrar imágenes, sonidos, etc., además de texto (...) La persona competente en el mundo digital ha de ser capaz de entender y asimilar estas nuevas formas de presentación (p.395).

Gilster (1997), citado por Bawden (2002) en *Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital*, añade que la alfabetización “conjura un nuevo conjunto de retos que te exigen acercarte a los sistemas informáticos sin ideas preconcebidas. No sólo debes adquirir la habilidad de encontrar cosas, sino que además tienes que adquirir la habilidad para utilizarlas en tu vida” (p.395).

Teniendo en cuenta lo anterior, los periodistas veteranos que son inmigrantes digitales, están en desventaja frente a los nativos digitales y necesitan una alfabetización para poder adaptarse de mejor manera al periodismo digital, que implica un conocimiento puntual de herramientas, aplicaciones, etc.

Se trata de una clase de brecha digital, pues como lo expone Sandoval (2014) en un documento académico, en el 2004 la ONU en el evento *Building Digital Bridges*, propuso que este fenómeno se dividiera en tres clases. La de acceso, basada en la diferencia entre las personas que pueden acceder y las que no a las TIC. La de uso, basada en las personas que saben utilizarlas y las que no. Y las de calidad del uso, basada en las diferencias entre los mismos usuarios (p.1).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Así pues, no se hablaría de brecha digital entre los periodistas desde el punto de vista de la infraestructura porque tienen acceso en sus medios a computadores e Internet (p.1), pero sí desde la capacidad o dificultad para usar estas tecnologías.

Existe una diferencia relacionada con las habilidades o capacidades para utilizar adecuadamente la tecnología y no solamente con la posibilidad de disponer de ordenadores. Se empieza a desarrollar el concepto de alfabetización digital relacionado con el de brecha digital. La alfabetización digital debe preparar a la persona para vivir y convivir en la sociedad digital o si debe capacitarle para superar la brecha digital y luchar contra la desigualdad. Por tanto, no se queda en la capacidad de acceso (intelectual, técnico y económico), sino que ha de capacitar para trabajar y mejorar el nuevo entorno (p.1).

Esto implica que muchos periodistas pueden necesitar un proceso de alfabetización digital para generar destrezas, para manipular la información de las redes y la capacidad para “servirse de la información de las redes en asuntos laborales y personales. (p.1).

Adicionalmente, Castellón y Jaramillo (2002), también hablan de las múltiples dimensiones de la brecha digital, entre ellas la brecha generacional, y afirman que “desde los inicios de la llamada era digital, Nicolás Negroponte afirmó en *El Ser Digital* que la edad era un factor determinante para el aprendizaje y la incorporación de las nuevas tecnologías en todas las esferas del quehacer humano” (p.7).

Esto se aplicaría para el mundo del periodismo, diferenciando entre los veteranos y los más jóvenes, y cómo ellos se desenvuelven en el periodismo digital, en el que cada día se buscan

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

nuevas formas de llegar e interactuar con las audiencias, entendidas por Harcup (2014), como “la gente que consume el periodismo, quienes pueden ser seguidores de Twitter, usuarios de sitios web, televidentes, oyentes o lectores de periódicos y revistas” (p.24).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 5. ESTADO DEL ARTE

Los estudios encontrados relacionados con la problemática principal de esta investigación, como es la adaptación de los periodistas a Internet y las herramientas digitales, se enfocan en varias perspectivas.

La que más se acerca a este trabajo es la que desarrollaron dos investigaciones realizadas en Colombia que buscaron conocer los niveles de apropiación de las TIC por parte de periodistas de tres ciudades capitales del país, y encontraron que aún falta mayor conocimiento y aprovechamiento de los beneficios que trae el uso de Internet y las herramientas digitales para el periodismo.

En el primer caso, Rueda y Tovar (2011) llevaron a cabo un diagnóstico para establecer el conocimiento que sobre el tema tienen los periodistas de Bucaramanga y Riohacha, y hallaron que aunque los profesionales consultados “se han visto inmersos dentro de los cambios que la tecnología ha suscitado en el oficio, todavía existe un alto desconocimiento sobre las grandes posibilidades que puede brindar un entorno digital, especialmente en el contexto riohachero” (p.153).

Rueda y Tovar (2011) agregan que la tecnología es útil y está en plena expansión, y no niegan su impacto en el oficio.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Las TIC no les son ajenas, reconocen sus bondades y no existe rechazo de su parte por los cambios que se vienen suscitando, es más, consideran como algo normal que la convergencia de medios exista y evolucione tal como se ha venido dando (p.155).

Los investigadores concluyeron que los periodistas entrevistados alcanzaron resultados favorables en dos niveles de apropiación de las TIC e Internet: un mínimo de dominio técnico y cognitivo del objeto tecnológico, e integración significativa del objeto técnico en las prácticas cotidianas del sujeto (p.155).

Pero por el contrario, observaron que les faltaba generar innovaciones para crear nuevos contenidos o prácticas periodísticas, desde la utilización de Internet y las herramientas digitales. “Hace falta trabajo de formación para mejorar las relaciones con las fuentes y buscar información, persiste aún un nivel de analfabetismo digital y apego a las formas tradicionales de ejercer el periodismo que les impide mejorar su desempeño” (p.156).

En el estudio de López (2013), sobre la experiencia de cuatro periodistas mayores de 40 años e inmigrantes digitales de Cúcuta, que crearon y dirigen medios digitales, tras laborar en medios tradicionales, se observa un resultado similar, ya que aunque se distinguió una tendencia a formarse en lo digital, manejando la terminología, conociendo aplicaciones y entendiendo las ventajas de la virtualidad e interactividad, han sido “tímidos a la hora de desarrollar contenidos más allá del texto, fotos y videos” (p.25).

Incluso se determinó que no aplican las herramientas de información disponibles que les permitirían enriquecer sus medios digitales. “Se percibe que aún no se determinan los factores

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

diferenciadores entre el medio tradicional (radio y prensa) y el digital, como cuando se empezó a hacer TV y se utilizaban recursos que realmente mostraban la radio con cámara” (p.26).

Otro punto de vista reconocido en otras investigaciones similares, es que los periodistas ven a Internet como una herramienta que ha facilitado su labor, particularmente en la búsqueda de información. El estudio de Hermans, Vergeer, y Pleijter (2009) con miembros de la Asociación Holandesa de Periodistas, muestra en sus conclusiones que “el principal factor que explica la utilización de Internet es la funcionalidad percibida: los periodistas reemplazan su viejas herramientas de recopilar información por 'nuevas' herramientas en línea, ya que son más rápidas, ahorran tiempo y entregan más información” (p.65).

Agregan que en el momento de la investigación, 2009, era difícil evaluar “si las ventajas prácticas de Internet son mayores que los problemas de calidad relacionados, por ejemplo, a la información y fuentes no fiables” (p.67). Hermans et al (2009) afirmaron en ese entonces que la Web aumentaría su papel en proceso de producción de las noticias y que era necesario hacer un monitoreo constante a esta situación en los siguientes años.

O’Sullivan y Heinonen (2008) consultaron sobre los retos y oportunidades de Internet en el periodismo a 239 periodistas de 11 países europeos (45% con 10 o menos años de experiencia y 55% con más de 10 años), sobre los retos y oportunidades de Internet en el periodismo, también reflejan la tesis inicial en sus resultados, pues un 75% de los encuestados estuvo de acuerdo en que la Red les permite acceder a mayor información para sus historias.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Estos investigadores también preguntaron acerca de las inquietudes e interrogantes sobre posibles cambios en las prácticas y valores de la profesión, y un 64% de los periodistas que se identificaron como de medios impresos, no estaban tan familiarizados con encontrar y acceder a fuentes en la Red pues preferían el contacto cara a cara o por teléfono, y estaban menos dispuestos a confiar en las fuentes online. “Es una afirmación trivial que la Red es inmensamente útil para los periodistas, pero lo que puede ser más revelador es que las conversaciones cara a cara y telefónicas, todavía son los métodos más valorados y apreciados para reportar” (p.367).

En términos generales los autores indican que los encuestados se sienten cómodos con Internet, y adoptaron su uso con poca dificultad. “Ahora lo ven como esencial. Hay poca tecnofobia en evidencia. Lejos de intimidarse por la Red, clasifican las técnicas de investigación de historias relacionadas con Internet como algunas de las más importantes en su caja de herramientas” (p.367).

Rendón (2007) intenta hacer un diagnóstico general sobre el periodismo digital en México, basado en la experiencia del periódico *El Universal* de México, e indica en sus conclusiones que las cualidades que debe tener el ciberperiodista, incluye la adaptación a la tecnología, ya que “debe estar familiarizado con todo lo que pudiera ayudarle a transmitir datos por la Red” (p.48), y además “no puede darse el lujo de bloquear su trabajo o de darle una presentación poco atractiva, novedosa y clara, solo porque no está al tanto de las capacidades de la tecnología de su tiempo” (p.48).

Más adelante en el texto Rendón (2007) muestra la opinión de un editor del periódico *El Universal* de México quien afirma que mientras algunos reporteros ya entienden la importancia

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

de la edición digital y envían sus notas antes que las del impreso, “todavía es visible cierta reticencia de las generaciones de más edad para adaptarse a las nuevas tecnologías” (p.115).

Yezers'ka (2008) en su estudio confirmó el gran impacto de Internet en el trabajo de los periodistas digitales en Perú, con beneficios como “las cualidades interactivas que permiten mantener el contacto con la audiencia; la posibilidad de dar a la gente un foro para expresarse; y la búsqueda de nuevas ideas y tendencias para las publicaciones” (p.135).

En la encuesta realizada por la autora, en la pregunta sobre las razones más problemáticas al incorporar Internet a las redacciones, la disponibilidad de personal técnico obtuvo el 41%, seguido de costos con 33%, y la actitud de periodistas y actitud de editores y jefes, cada una con 32% (p.118).

En análisis más recientes como el de Barbosa (2012), el enfoque pasa de profundizar en las ventajas de Internet para el oficio, a analizar las nuevas formas de informar.

El periodista debe conocer las estructuras de información para ofrecer contenidos que se puedan personalizar, que sean flexibles, ampliables, interactivos, pero sobretodo contextualizables, es decir, que exista la suficiente información colateral, nueva o vieja, con hipervínculo a bases de datos o contenidos previos que le permitan al navegante tener el panorama documental completo (p.30).

El autor, sin embargo, hace énfasis en que a pesar de todos los adelantos y herramientas actuales, el periodista digital no debe cambiar sus costumbres periodísticas sino adaptarlas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

El lenguaje y parte del estilo de los medios digitales, ha tomado muchos de los elementos de los medios tradicionales especialmente de la prensa escrita. Sin embargo a medida que los medios digitales se van desarrollando se van apartando cada vez más de esta herencia de la prensa tradicional. Las nuevas tendencias no reemplazan las formas de hacer periodismo, las transforman o reconducen (p.31).

Al respecto un periodista de [www.msn.com](http://www.msn.com), hizo referencia al poco entusiasmo de los comunicadores tradicionales con los formatos y lenguajes digitales para contar historias.

Habitados a dispositivos móviles, plataformas de contenido, redes sociales, edición de audio, video, formatos digitales, etc., los periodistas jóvenes han tenido una adaptación más fácil a los medios digitales, porque manejan los instrumentos y los lenguajes mediante los cuales estos medios se ejecutan. No es el caso de muchos periodistas ‘mayores’, que no han podido adaptarse del todo a las tecnologías y asimilar estos lenguajes (p.36).

Otro aspecto que tienen en cuenta las diferentes investigaciones halladas sobre el área de estudio de esta investigación, es como los periodistas necesitan aprender conocimientos relacionados con el manejo de herramientas digitales, para adaptarse a los cambios.

Se observa que muchos de los periodistas de pequeños y grandes medios realizaron ellos mismos este aprendizaje y han refinado el manejo de diversos dispositivos y plataformas en el día a día de su oficio, pues se han dado cuenta que no se pueden quedar atrás frente a los cambios que se han presentado y así tratar de satisfacer las necesidades informativas de las cambiantes audiencias.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Por ejemplo, la monografía de Camacho y Patiño (2002) sobre el panorama de Internet y sus repercusiones en el ejercicio del periodismo, que consistió en un sondeo realizado a 100 periodistas de prensa, radio, TV y medios recientemente creados de Bogotá, reveló que el 71% de los encuestados llevaban menos de 10 años ejerciendo su labor.

Esto, según los autores, “supone que los profesionales de la comunicación han adquirido el conocimiento de modo empírico y pragmático” (p.92), y lo cual se reflejaba en que a pesar del diario uso de la web, el 64% de ellos desconocía aspectos técnicos para navegar en Internet, denotando “la necesidad de educar en estos temas a los periodistas del país” (p.92). Por esta razón, tenían la siguiente sugerencia para los medios de comunicación:

Cada empresa informativa, debería contar con planes permanentes de formación académica y participación en nuevas tecnologías para su personal. No le podemos exigir al periodista que sepa lo que no le enseñamos. La academia está concentrada en eso, pero hay generaciones de periodistas que quedaron atrapadas en el tiempo (p.25).

Sabogal (2004), quien describe el nuevo entorno de los medios y el impacto de Internet y las TIC para los periodistas, asegura que –a diferencia del estudio mencionado anteriormente- el profesional de la comunicación debe “por su cuenta adaptarse y adaptar las herramientas digitales a su profesión y trabajo” (p.35).

Esta revolución ha llevado también a la germinación de los tecnófobos, “reacios a someterse y depender de las máquinas que no hacen sino deshumanizar el proceso de comunicación” (p.36), y los tecnófilos “que en cambio se sienten fascinados por la tecnología y por todo lo que la

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

comprende. Este grupo se siente a gusto con el aprendizaje y el proceso de cambio en su empresa” (p.36).

Con el fin de tener una mejor aproximación al perfil de los periodistas de Internet de Latinoamérica y en particular sus procesos de formación y capacitación, Franco y Guzmán (2004) consultaron 23 medios (cuatro de Colombia). En el estudio se destaca que el 53% de los periodistas de los *puntocom* en esa fecha no tenían formación académica en periodismo digital. Además, solo el 43% de los medios ofrece capacitación interna a los periodistas sobre periodismo digital, y el 68% se ofrece apenas entre 1 y 3 veces al año (p.5).

En cuanto a necesidades de formación según los responsables de unidades digitales, los encuestados manifestaron en su mayoría la creación de productos multimedia (70%), seguido de cómo escribir para Internet (17%).

Cinco años después, Franco (2009) realizó una investigación apoyada por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) sobre las necesidades de formación para medios digitales en América Latina, y encontró que seguía siendo la realización de productos multimedia.

Para los creadores de contenido Web en la región, la mayor necesidad en términos de formación –aunque puede haber diferencias por país– es aprender a contar historias en video y otras formas complejas (esto contrasta con el hecho de que la narrativa Web en América Latina está dominada por el texto, seguido por la fotografía) (p.25).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En el caso de Colombia, el 82% de los encuestados respondió que la principal habilidad era la creación de productos multimedia, infografías animadas, etc. Adicionalmente el estudio arroja que de los 588 profesionales de medios de comunicación de la región que participaron, un 65,4% obtuvo por cuenta propia los conocimientos necesarios para desempeñarse como periodista digital (p.31).

Este contexto muestra que la gran mayoría de periodistas, al ver cómo cada día tiene más relevancia el periodismo digital, deciden buscar capacitación para responder a las necesidades de información de estas personas, y así facilitar su adaptación a este entorno.

Capítulo aparte merecen la aparición de las redes sociales, su adaptación a ellas y su uso en el oficio, tema que también ha sido tratado por varios autores entre los que se observa que estos *social media*, como Twitter y Facebook, son utilizados diariamente por los periodistas para obtener datos y testimonios para sus informaciones gracias a la interacción en tiempo real que proveen con las audiencias, pero que falta todavía un mayor conocimiento y mejor uso de estas y otras plataformas para aprovecharlas al máximo.

Es así que aparecen investigaciones como la de Rodríguez y Santisteban (2013), que presentaron los cambios en la producción de información y en la práctica periodística por la aparición y adopción de Twitter, mediante un análisis de la presencia en esta red social de tres medios de comunicación nacional: *Noticias Caracol*, *6 AM de Caracol Radio* y *ElTiempo.com*.

Entre las conclusiones afirman que aunque no es que sea obligación en los medios tener periodistas especializados en Twitter, si es necesario que esta labor no se deje a cargo de

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

cualquier persona para no cometer errores que cuesten la credibilidad de la organización. El periodista debería tener preparación sobre Twitter, tanto en aspectos técnicos, como sobre el debido manejo del público que está presente en la red social, esto último debido a que dentro de esta hay interacción entre usuarios y periodistas (p.34).

Añaden que Twitter ha generado cambios en las rutinas periodísticas diarias en cuanto a la reportería, presentación de las noticias, entre otras. Así que recalcan en la necesidad de un mayor conocimiento en esta red social, “pues es una realidad que la convergencia y diálogo directo con los usuarios complementa la información publicada, actividad enriquecedora para el ejercicio periodístico” (p.38).

También se encuentra el estudio y la encuesta de Alejandro (2010) con periodistas y editores en jefe de medios de varios países del mundo, así como de expertos en *social media*, en los que la autora encontró que entre 135 periodistas encuestados, la mayoría confirmaron que estaban empezando a aprovechar las redes sociales (Facebook y Twitter) para recopilar historias e información en particular durante la ocurrencia de las noticias de último momento (p.42).

Sin embargo, los jefes de información y editores consultados hicieron énfasis en que todavía se presentaban dudas sobre su uso para distribuir contenido por miedo a perder el control de la información.

Ambos grupos están de acuerdo que sin duda traerá consigo transparencia, rendición de cuentas y una mayor variedad de voces y puntos de vista. Aunque para el periodista, la marea de cambio también traerá consigo presiones sobre la necesidad de polivalencia, capacidad

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

para producir rápidamente, tener menos capacidad de reflexionar, tener menos tiempo para escribir bien y, posiblemente, un período más corto para verificar los hechos (p.42).

Reforzando la tesis principal, aparecen Kian y Murray (2014), quienes seleccionaron a 12 periodistas deportivos de EE.UU. (entre 31 y 64 años) y realizaron entrevistas semiestructuradas para determinar sus experiencias y actitudes hacia la Web 2.0 y en particular hacia Twitter, en cuyos resultados se nota que facilita el proceso de recolección de noticias y que les ha permitido llegar a un mayor número de lectores de diferentes partes del país. “Twitter y el contenido Web han permitido a los reporteros aumentar su notoriedad y la creación de redes dentro de la profesión de los medios de comunicación deportivos en EE.UU.” (p.72).

No obstante, encontraron que la mayoría de los encuestados aseguraron que el crecimiento de Twitter “había hecho daño en la calidad general de los informes de deportes profesionales debido al deseo de los reporteros de difundir algo en primer lugar, incluso si todos los argumentos y hechos todavía no se habían formulado o reunido” (p.72).

Adicionalmente, ha generado una mayor exigencia a los periodistas sobre todo en el aprendizaje de nuevas habilidades. “Todos están en Twitter con fines investigativos, pero la mayoría no utilizan el microblog para socializar” (p.61).

Por último, Dimitrov (2014) fue más allá y se preguntó en su estudio si el uso de las redes sociales significará el fin del periodismo como profesión, ante la avalancha de usuarios que comparten contenidos propios.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Exploró varias tendencias actuales con las que los *social media* dan forma al periodismo, y luego concluyó que a pesar de todo sobrevivirá el estatus profesional de periodista.

Proteger el contenido periodístico y el acto de su creación, es fundamental para la preservación de una ciudadanía competente y de la esfera pública democrática. Está en juego no sólo una forma temprana del trabajo intelectual, la profesión, sino también el 'oxígeno' de la sociedad civil - la libertad de información (p.11).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 6. METODOLOGÍA

Esta investigación se lleva a cabo a través de un enfoque cualitativo, el cual se define según Hernández, Fernández-Collado y Baptista (2006) como:

Conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorguen) (p.9).

La investigación cualitativa era la más pertinente para lograr los objetivos propuestos, ya que de acuerdo con Orozco y González (2012), la perspectiva cualitativa busca comprender las cualidades de un fenómeno desde el punto de vista de las personas que dan lugar o intervienen en este fenómeno y en este caso los sujetos que participaron en la investigación construyen el objeto de estudio a partir de sus percepciones sobre el proceso de adaptación al periodismo digital. “Es una mirada que parte de la premisa de que el hecho no es lo que está ahí afuera (el hecho objetivo), sino lo que los sujetos, incluido el investigador, perciben como hecho” (p.116).

Como una de las metas de esta clase de investigación según Marín (2013) es “describir, comprender e interpretar a través de percepciones y experiencias de participantes” (p.3), se pudieron encontrar diversas posiciones que enriquecieron el análisis. Adicionalmente, como lo afirman Hernández et al. (2006), “la investigación cualitativa proporciona profundidad a los

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas” (p.21).

Aunque con una investigación cuantitativa se habrían obtenido estadísticas sobre esta realidad, el método cualitativo permite mayor profundidad.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 6.1 Técnicas y herramientas de investigación

La herramienta utilizada para recolectar los datos para la investigación fue la entrevista, en la que se busca obtener la mayor cantidad posible de información de los sujetos, a través de preguntas extensas y que van en concordancia con los objetivos específicos del trabajo.

Hernández et al. (2006), la definen como un encuentro entre el entrevistador y el entrevistado para intercambiar información (p.597), y agregan citando a Janesick (1998), que “a través de las preguntas y respuestas, se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (p.597).

El tipo de entrevista que se escogió fue la semiestructurada, que de acuerdo a estos mismos autores se caracteriza porque se “basa en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas)” (p.597).

En cuanto a la pertinencia de la entrevista como herramienta para esta investigación, recordemos que Orozco, G. y González (2012), afirman que “plantea toda una gama de posibilidades e intenta adentrarse en los motivos y representaciones de los individuos; en tanto que el cuestionario se limita a captar percepciones inmediatas y automáticas en el entrevistado” (p.151).

Es por esto que al tratarse de un estudio que buscaba ahondar en la adaptación al periodismo digital de periodistas veteranos, cada experiencia fue diferente y con matices propios, de acuerdo

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

a las diferentes características de los personajes como su formación, su manera de ser, su visión del periodismo, entre otras, y la entrevista logró captar estos aspectos de manera natural para dar una visión general de este fenómeno.

Se decidió no utilizar la técnica de la observación participante, ya que no se pudo tener acceso a las rutinas periodísticas de todos los periodistas escogidos, puesto que durante la investigación Mariela Márquez Quintero ya se había jubilado de Caracol Radio y por tanto si la observación no hacía en todos los sujetos, entonces no se obtendrían datos que se pudieran comparar. Sin embargo, se realizó el acompañamiento a la jornada laboral de Osvaldo Hernández Buriticá para determinar la validez del instrumento (entrevista semiestructurada), como se explicará más adelante.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 6.2 Muestra

Para el proceso de elección de los individuos para el trabajo, inicialmente se conformó una lista de 17 periodistas de Manizales de los siguientes medios de comunicación: *La Patria* (principal medio de la ciudad), *Caracol Radio*, *RCN Radio* y *Todelar* (emisoras nacionales), *Red de los Andes* y *La Cariñosa* (emisoras locales), y *Noticias LPTV* (de Editorial *La Patria*) y *Telecafé*.

*La Patria*, junto a *Caracol*, *RCN* y *Todelar*, son los medios de comunicación más reconocidos de la región por su larga trayectoria en la ciudad como se expuso en el marco contextual de este trabajo. Cuentan con el mayor número de periodistas, y por su tradición se convierten en las empresas periodísticas preferidas por los periodistas para obtener una oportunidad laboral.

La diversidad y representatividad en la elección de los medios aporta a este trabajo una visión más general y completa del periodismo en la ciudad. Teniendo definido esto, se tuvieron en cuenta los siguientes requisitos para elegir los sujetos para esta investigación:

-Llevar entre 20 o más años trabajando en medios de comunicación, para garantizar que hayan sido testigos de la transición del uso en el periodismo de herramientas analógicas a las digitales.

-Ocupar cargos como directores de espacios noticiosos o editores de área, con el fin de conocer una visión más general del oficio, ya que además de dirigir a otros periodistas todavía se desempeñan como reporteros.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Buscar representación en prensa, radio y televisión para captar a través de las entrevistas, posibles diferencias en las experiencias de adaptación tecnológica en cada medio.

-Disposición de tiempo e interés para participar en la investigación.

Finalmente fueron escogidos los siguientes periodistas:

## **a) Mariela Márquez Quintero:**

Comunicadora Social y Periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Licenciada en Filosofía e Historia de la Universidad Santo Tomás, y Magíster en Educación con énfasis en Historia de la Universidad de Caldas. Periodista de *Todelar* Manizales entre 1984 y 1987, y periodista y directora de noticias de *Caracol Radio* Manizales entre 1987 y 2015. También se desempeñó como corresponsal de los diarios *El País* y *El Tiempo*. Docente catedrática del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales entre 1999 y 2007, y de la Universidad Nacional sede Manizales desde 2004 y hasta el presente.

Ganadora de los siguientes reconocimientos: Premio de Periodismo para la Tolerancia de la Federación Internacional de Periodistas para América Latina (FIP) en 2003, Premio de Periodismo ANIF en 2005, Premio de Periodismo ciudad de Manizales (luego cambió su nombre a Premio Orlando Sierra Hernández) 1995, 2001, 2005, 2011 y 2013, Premio Nacional de Periodismo Fasecolda 2013, y Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar en 1996.

La aplicación de la entrevista con esta periodista se hizo en su casa el miércoles 30 de septiembre de 2015.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## USO DE REDES SOCIALES:

**\*Twitter (Al 7 de noviembre de 2016):**

<b>Fecha de ingreso:</b>	Octubre de 2012.
<b>Perfil:</b>	Periodista delarealidad.com, docente.
<b>Nombre:</b>	@marielamarquezq
<b>Tweets:</b>	341
<b>Seguidores:</b>	721.
<b>Siguiendo:</b>	13

**\*Facebook:** no tiene perfil.

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

<b>Herramienta o recurso digital</b>	<b>Uso específico</b>
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes. Compartir y publicar información en los perfiles personales y del medio.
Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.
Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Contacto con fuentes.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

	Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes a través de un cuestionario.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto, audios, fotos, videos, a los medios para los que trabajan. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Grabación de video. Fotografías. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat.
Tablet	<b>NO</b>
Cámara fotográfica	<b>SI:</b> Fotografías propias para la página web del medio o perfiles en redes sociales.
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>SI:</b> Subida de textos a Google Drive para compartir con los periodistas de Caracol en Bogotá.
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.
Programas edición de audio	<b>SI:</b> Edición de notas para su emisión en los equipos del medio.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>SI:</b> Alimentar la página web del medio con noticias.
Programas de edición de imágenes	<b>SI:</b> Programas de edición de fotos incluidos en los computadores del medio, para la página web.
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

## **b) Reinel Llano Escobar:**

Periodista empírico de 46 años de edad con estudios de locución en radio y televisión. Se desempeñó como locutor y reportero de *Caracol Radio* Manizales durante 15 años. En 2009 pasó a *RCN Radio* Manizales a laborar como periodista y en 2011 pasó a ser el director de noticias de esta cadena radial en la capital de Caldas, con emisiones en directo a las 5:30 a.m., 6:30 a.m., y 12:30 p.m.

Ganador en tres ocasiones del Premio de Periodismo ciudad de Manizales -Orlando Sierra Hernández-. Por su oficio como director, la aplicación de la entrevista se hizo el miércoles 17 de febrero de 2016 después de las 6:30 p.m. en un café cercano a su hogar en el centro de la ciudad.

## **USO DE REDES SOCIALES:**

**\*Twitter (Al 7 de noviembre de 2016):**

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

<b>Fecha de ingreso:</b>	Junio de 2011.
<b>Perfil:</b>	Twitter personal cuyos comentarios no comprometen a la empresa RCN La Radio - Periodista Director de RCN La Radio - Noticias de Caldas.
<b>Nombre:</b>	@reinelllano
<b>Tweets:</b>	7.986
<b>Seguidores:</b>	1.683
<b>Siguiendo:</b>	151

**\*Facebook: (Al 7 de noviembre de 2016):**

<b>Fecha de ingreso:</b>	22 de diciembre de 2013
<b>Presentación:</b>	Director Noticias de Caldas en RCN La Radio Manizales. Trabajó en RCN Radio. Vive en Manizales. De San Félix, Caldas, Colombia.
<b>Enlace:</b>	<a href="https://www.facebook.com/reinel.llanoescobar.5?fref=ts">https://www.facebook.com/reinel.llanoescobar.5?fref=ts</a>
<b>Amigos:</b>	4.564
<b>Seguidores:</b>	127
<b>Fotos:</b>	De la biografía (20). Subidas con el celular (103).
<b>Videos:</b>	6

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

<b>Herramienta o recurso digital</b>	<b>Uso específico</b>
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes. Compartir y publicar información en los perfiles personales y del medio.
Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.
Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Contacto con fuentes. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes a través de un cuestionario.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto, audios, fotos, videos, a los medios para los que trabajan. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Grabación de videos cortos. Fotografías. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat.
Tablet	<b>NO</b>

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Cámara fotográfica	<b>SI:</b> Fotografías propias para la página web del medio o perfiles en redes sociales.
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>NO</b>
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.
Programas edición de audio	<b>SI:</b> Edición de notas para su emisión en los equipos del medio.
Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>SI:</b> Alimentar la página web del medio con noticias.
Programas de edición de imágenes	<b>SI:</b> Fotos para publicaciones del medio.
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

c) **Álvaro Segura López:**

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Comunicador Social y Periodista de 50 años de edad, egresado de la Fundación Universitaria INPAUH. Trabajó durante 18 años en el periódico *La Patria* en cargos como editor de opinión (11 años) y reemplazó en la subdirección a Orlando Sierra Hernández, quien fue asesinado por un sicario en 2002 cuando llegaba a las instalaciones del diario en el centro de Manizales.

Gracias a su experiencia previa en la década de los 90 en el canal *Telecafé* y en el noticiero *UNC Noticias*, en 2010 pasó a ser el director de *Noticias LPTV*, el noticiero de televisión de *La Patria* que realiza en convenio con el canal *UNE*, y que se emite de lunes a viernes a las 6:30 a.m., 1:00 p.m., y 7:30 p.m.

Su columna de opinión para el diario *La Patria* es una de las más reconocidas, pues ha sido una voz crítica de la clase política de la región.

En 2009 fue nominado a mejor columnista en el Premio de Periodismo *Semana - Petrobras* "El país contado desde las regiones". La aplicación de la entrevista se realizó el lunes 29 de febrero de 2016.

## USO DE REDES SOCIALES:

**\*Twitter (Al 7 de noviembre de 2016):**

<b>Fecha de ingreso:</b>	Marzo de 2016.
<b>Perfil:</b>	Sin información.
<b>Nombre:</b>	@AlvaroSeguraLp1
<b>Tweets:</b>	12

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

<b>Seguidores:</b>	94
<b>Siguiendo:</b>	42

**\*Facebook: (Al 7 de noviembre de 2016):**

<b>Fecha de ingreso:</b>	28 de julio de 2010
<b>Presentación:</b>	Vive en Manizales De Manizales, Antioquia, Colombia.
<b>Enlace:</b>	<a href="https://www.facebook.com/alvaro.seguralopez.5?fref=ts">https://www.facebook.com/alvaro.seguralopez.5?fref=ts</a>
<b>Amigos:</b>	1.405
<b>Seguidores:</b>	--
<b>Fotos:</b>	De la biografía (2). Subidas con el celular (6).
<b>Videos:</b>	6

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

<b>Herramienta o recurso digital</b>	<b>Uso específico</b>
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.
Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Contacto con fuentes. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes a través de un cuestionario.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto, audios, fotos, videos, a los medios para los que trabajan. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Grabación de video. Fotografías. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat.
Tablet	<b>NO</b>
Cámara fotográfica	<b>SI:</b> Fotos para el uso del medio, de registro de hechos noticiosos ocurridos en las calles.
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>NO:</b>
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Programas edición de audio	<b>NO</b>
Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>SI:</b> Alimentar la página web del medio con noticias.
Programas de edición de imágenes	<b>SI:</b> Fotos para publicaciones del medio.
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

## **d) Oswaldo Hernández Buriticá:**

Periodista empírico de 47 años de edad, quien trabaja hace 21 años en *La Patria* y es su actual Editor de deportes. Su carrera comenzó en *Colmundo Radio* y *RCN Radio*, y también fue miembro del consejo editorial de *Nuevo Estadio*, semanario del fútbol colombiano, corresponsal del diario *El Colombiano* y de la revista *Abierto* sobre golf.

Ha ganado en dos ocasiones el Premio de Periodismo ciudad de Manizales – Orlando Sierra Hernández en 2014 y en 2005 fue galardonado con el Premio de Periodismo Colprensa en la categoría Mejor Cubrimiento, por los trabajos *La gloria espera* y *Campeonce*, artículos sobre el partido de la final de la Copa Toyota Libertadores de 2004 disputada entre Boca Juniors y Once Caldas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En julio de 2012 estuvo en Río de Janeiro (Brasil) participando del Primer Encuentro de periodismo deportivo de las Américas, organizado por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), en donde presentó una ponencia sobre el periodismo de investigación en deportes, al lado de Marcelo Beraba, Director de la Asociación Brasileña de Periodismo Investigativo (Abraji), y del columnista del diario *Folha* de Sao Paulo, de *Uol* y de *ESPN Brasil* Juca Kfourri.

La aplicación de la entrevista se llevó a cabo en la sede del periódico *La Patria* después de las 5:30 p.m., el miércoles 16 de marzo de 2016.

## USO DE REDES SOCIALES:

### \*Twitter (Al 7 de noviembre de 2016):

<b>Fecha de ingreso:</b>	Noviembre de 2010.
<b>Perfil:</b>	Editor Deportes del diario LA PATRIA, de Manizales (Colombia). Me encanta la investigación en el periodismo deportivo. Por eso lo intento.
<b>Nombre:</b>	@osvaldoinforma
<b>Tweets:</b>	11.170
<b>Seguidores:</b>	3.863
<b>Siguiendo:</b>	380

### \*Facebook: (Al 7 de noviembre de 2016):

<b>Fecha de ingreso:</b>	6 de agosto de 2009
--------------------------	---------------------

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

<b>Presentación:</b>	Soy periodista, Editor de Deportes del Diario LA PATRIA, de Manizales (Caldas).
<b>Enlace:</b>	<a href="https://www.facebook.com/osvaldo.hernandezburitica?fref=ts">https://www.facebook.com/osvaldo.hernandezburitica?fref=ts</a>
<b>Amigos:</b>	1.605
<b>Seguidores:</b>	--
<b>Fotos:</b>	Biografía (66) Subidas con el celular (154)
<b>Videos:</b>	40

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

<b>Herramienta o recurso digital</b>	<b>Uso específico</b>
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes. Compartir y publicar información en los perfiles personales y del medio.
Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.
Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de fotos, audio y video al medio. Contacto con fuentes. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes a través de

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

	un cuestionario.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto, audios, fotos, videos, a los medios para los que trabajan. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Grabación de video. Fotografías. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat. Escritura de textos para noticias.
Tablet	<b>NO</b>
Cámara fotográfica	<b>SI:</b> Fotos para el medio.
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>SI:</b> Uso de Google Drive para almacenar fotos y videos de sus cubrimientos.
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.
Programas edición de audio	<b>NO</b>
Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>SI:</b> Alimentar la página web del medio con noticias.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Programas de edición de imágenes	<b>SI:</b> Edición básica para subir fotos a la página web y redes sociales.
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

## e) Juan Carlos Layton Cárdenas:

Comunicador Social y Periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, de 45 años de edad, con una Licenciatura en Tecnología Educativa y Comunicativa de la Universidad del Quindío, Diplomado en Periodismo Público y estudios en economía en la Universidad Autónoma.

Hace 15 años trabaja en el periódico *La Patria*, y lleva ocho años como Editor de la sección Económica. Antes trabajó en otros medios escritos de Quindío y Risaralda.

Fue nominado al Premio Nacional de Periodismo ANIF en la categoría de prensa en 2012, y es reconocido en la ciudad por su conocimiento y cubrimiento sobre el café, ya que cada año coordina la redacción y edición de la separata *Panorama Cafetero*, que se publica antes de cada Congreso Nacional de Cafeteros.

La aplicación de la entrevista se llevó a cabo en la sede del periódico *La Patria* en la mañana del martes 15 de septiembre de 2015.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## USO DE REDES SOCIALES:

### \*Twitter: (Al 7 de noviembre de 2016):

<b>Fecha de ingreso:</b>	Agosto de 2010.
<b>Perfil:</b>	Sin información.
<b>Nombre:</b>	@JUKLYTON
<b>Tweets:</b>	71
<b>Seguidores:</b>	252
<b>Siguiendo:</b>	482

### \*Facebook: (Al 7 de noviembre de 2016)

<b>Fecha de ingreso:</b>	18 de enero de 2010
<b>Presentación:</b>	Trabaja en La Patria De Armenia.
<b>Enlace:</b>	<a href="https://www.facebook.com/juan.x.layton?fref=ts">https://www.facebook.com/juan.x.layton?fref=ts</a>
<b>Amigos:</b>	90
<b>Seguidores:</b>	--
<b>Fotos:</b>	--
<b>Videos:</b>	--

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

Herramienta o recurso digital	Uso específico
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes.
Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.
Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Contacto con fuentes. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes a través de un cuestionario.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto, audios, fotos, videos, a los medios para los que trabajan. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas. Entrevista de personajes.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Grabación de video. Fotografías. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat.
Tablet	<b>NO</b>
Cámara fotográfica	<b>SI:</b> Fotos para publicaciones del medio.
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

	computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>SI:</b>
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.
Programas edición de audio	<b>NO</b>
Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>SI:</b> Alimentar la página web del medio con noticias.
Programas de edición de imágenes	<b>SI:</b> Edición básica para subir fotos a la página web.
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

### f) Argemiro Rincón Arango:

Comunicador Social y Periodista de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, de 57 años de edad, y Magíster en Educación de la Universidad de Caldas, programa en el que desarrolló una

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

investigación sobre el comportamiento como nativos digitales de los estudiantes de segundo semestre de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales.

Comenzó su recorrido en el periodismo en las emisoras *Caracol Radio* y *La Voz de los Andes*, y desde 1987 trabaja en *Radio Manizales de Todelar*. Los últimos ocho años se ha desempeñado como director de noticias de este espacio que se transmite de lunes a viernes a las 5:30 a.m., 12:00 m., y 6:30 p.m., y los sábados a las 7:00 a.m. y las 12:00 m.

Es docente catedrático del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales, en el área de entrevista y reportaje radial, y ha sido presidente del Círculo de Periodistas de Caldas (Cipepec).

La aplicación de la entrevista fue el miércoles 17 de febrero de 2016, tras la terminación del noticiero del medio día.

## USO DE REDES SOCIALES:

**\*Twitter: (Al 7 de noviembre de 2016)**

<b>Fecha de ingreso:</b>	Octubre de 2014.
<b>Perfil:</b>	Sin información.
<b>Nombre:</b>	@argenativo
<b>Tweets:</b>	4
<b>Seguidores:</b>	24
<b>Siguiendo:</b>	97

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

**\*Facebook: (Al 7 de noviembre de 2016)**

<b>Fecha de ingreso:</b>	22 de julio de 2008
<b>Presentación:</b>	Vive en Manizales De Manizales, Antioquia, Colombia.
<b>Enlace:</b>	<a href="https://www.facebook.com/argemiro.arango?fref=ts">https://www.facebook.com/argemiro.arango?fref=ts</a>
<b>Amigos:</b>	891
<b>Seguidores:</b>	--
<b>Fotos:</b>	Biografía (1) Subidas con el celular (1)
<b>Videos:</b>	--

## USO DE HERRAMIENTAS O RECURSOS DIGITALES:

<b>Herramienta o recurso digital</b>	<b>Uso específico</b>
Páginas web	<b>SI:</b> Búsqueda de información en otros medios y en sitios web de entidades públicas, privadas, organizaciones, etc.
Redes sociales	<b>SI:</b> Búsqueda de información. Contacto con fuentes.
Buscadores (Google, Bing, etc)	<b>SI:</b> Consulta de información en Google.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Correo electrónico	<b>SI:</b> Recepción de boletines de prensa y audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Contacto con fuentes.
Chats (WhatsApp, Facebook, etc).	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Recepción de texto, audios, fotos, videos, para elaborar noticias. Envío de texto y audios al medio. Consulta previa a personajes para buscar entrevistas.
Webcam	<b>NO</b>
Celular (smartphone)	<b>SI:</b> Contacto con fuentes. Entrevistas. Grabación de audio. Descarga del material en el computador. Envío de contenidos por correo o chat.
Tablet	<b>NO</b>
Cámara fotográfica	<b>NO</b>
Grabadora digital	<b>SI:</b> Grabación de entrevistas. Descarga del material en el computador.
Streaming de video (YouTube, Livestream, etc)	<b>NO</b>
Servicios de almacenamiento en la nube (Drive, Dropbox, etc).	<b>NO</b>
Procesador de texto	<b>SI:</b> Transcripción de las entrevistas, digitación y corrección de los textos.
Programas edición de audio	<b>NO</b>
Programas edición de video	<b>NO</b>
CMS	<b>NO</b>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Programas de edición de imágenes	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de audios (Soundcloud, Ivoox, etc)	<b>NO</b>
Plataformas de distribución de videos (YouTube, Vimeo, etc)	<b>NO</b>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 6.3 Construcción y validación del instrumento metodológico

Con el fin de construir y testear la validez del instrumento (entrevista semiestructurada), antes de los encuentros con los periodistas se hizo un *pretest* del cuestionario diseñado a partir de las preguntas de investigación y las categorías y las variables que se detallan más adelante con Juan Carlos Layton Cárdenas, (ver anexo Cuestionario de entrevista), y se realizó el acompañamiento a Osvaldo Hernández Buriticá en su jornada laboral.

La entrevista con Layton Cárdenas se llevó a cabo el 15 de septiembre de 2015. En esa entrevista se evaluó la comprensión de las preguntas, y se pudo detectar dos preguntas similares en el cuestionario inicial (¿Qué redes sociales consulta para mantenerse informado de la actualidad? ¿Qué redes sociales ha utilizado para buscar información general?) En este caso se decidió omitir la segunda pregunta por ser muy parecida a la primera.

Este ejercicio fue de gran utilidad para el investigador, ya que permitió incluir varias preguntas complementarias o adicionales, para que los consultados pudieran ampliar más algún tema, como por ejemplo sobre el uso de herramientas digitales puntuales como Google Drive, Google Docs, Skype, etc.

Por su parte, el acompañamiento a Hernández Buriticá se llevó a cabo el domingo 20 de septiembre de 2015 desde las 8:00 a.m., cuando llegó al periódico para redactar y entregar el material de las páginas que le asignaron.

Durante el día se observó el uso de diferentes herramientas digitales, servicios web y redes sociales, que ayudaron a revisar si las preguntas del cuestionario cubrían la mayor parte de las

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

actividades digitales de la jornada de un periodista. Algunas de las acciones realizadas que se tuvieron en cuenta para este fin fueron:

-Acceso a la web de la agencia EFE para bajar textos y fotos para las notas.

-Consulta constante de su página de Facebook y chats con sus fuentes, perfil de Twitter y correo de Gmail.

-Búsqueda de fotos en Google, al no conseguirlas en la agencia EFE.

-Consulta de un documento en Google Drive que contiene un detallado control de las previsiones de redacción y fotografía del fin de semana.

-Publicación en Twitter de una nota suya que salió en el impreso del sábado y que también comparte por Facebook.

-Luego de redactar las notas, las sube a la página web de *La Patria* y las programa para que salgan mañana. Además edita las fotos y asigna *tags*.

-Durante el partido de fútbol tomó notas para el artículo impreso, pero no hizo ningún comentario por redes sociales ni subió ninguna actualización a la página web de *La Patria* sobre el resultado.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 6.4 Categorías y variables

A continuación se describen las categorías y variables del estudio que se desprenden de cada uno de los objetivos de investigación, con sus correspondientes indicadores o descriptores.

### **CATEGORÍA: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**\*Objetivo:** Conocer cómo el surgimiento del periodismo digital ha cambiado la recopilación de información para la elaboración de contenidos periodísticos.

#### **Variables:**

\*Búsqueda de información contextual; contacto con fuentes; realización de entrevistas; y cubrimiento noticioso.

#### **Indicadores o descriptores**

##### **\*Búsqueda de información contextual:**

- Mantenerse informado de la actualidad en general a través de la Web o las redes sociales.
- Consultar información de archivo digitales del medio u otros archivos a través de la web.
- Buscar información actual en otros medios a través de la Web o las redes sociales.
- Buscar información general en redes sociales o en la Web.
- Buscar opiniones sobre un hecho en redes sociales, chats o páginas web.
- Búsqueda de contenidos relacionados a través de buscadores especializados online o redes sociales.
- Guardar enlaces o información de interés en su buscador o utilizando herramientas digitales.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **\*Contacto con fuentes:**

- Contactar a las fuentes y pedir entrevistas a través de correo electrónico, chats o redes sociales.
- Contactar a través de chat, correo electrónico o redes sociales a una persona que ha sido testigo de un hecho noticioso.
- Buscar una fuente especializada en algún tema a través de la Web o las redes sociales.
- Contactar a un personaje del país o del extranjero usando la Web o redes sociales.
- Facilitar el contacto con usuarios para que se vuelvan fuentes, a través de blogs, correos electrónicos, chats o redes sociales.

## **\*Realización de entrevistas:**

- Obtener previamente datos sobre personas por entrevistar, utilizando la Web o las redes sociales.
- Hacer entrevistas usando correo electrónico, chat, redes sociales, y demás servicios de la Web.

## **\*Cubrimiento noticioso:**

- Captura de audio, video o imágenes durante un hecho noticioso, utilizando dispositivos móviles.
- Enviar al medio la información capturada a través de dispositivos móviles, a través de servicios web o redes sociales.
- Transmitir en vivo un evento noticioso con un dispositivo móvil o cámara web, a través de servicios de *streaming* de Internet o redes sociales.
- Publicar en redes sociales o servicios de la Web, audio, video o imágenes desde el sitio del hecho.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **CATEGORÍA: REDACCIÓN DE CONTENIDOS**

**\*Objetivo:** Indagar cómo la aparición del periodismo digital ha cambiado la construcción de contenidos periodísticos.

### **Variables:**

\*Descarga de información; transcripción del material; digitación de textos; y corrección.

### **Indicadores o descriptores**

#### **\*Descarga de información:**

-Guardar los contenidos en el computador del medio o utilizando servicios de web de almacenamiento.

-Archivar los contenidos dispositivos de almacenamiento físicos como DVD o memorias USB.

#### **\*Transcripción del material:**

-Utilizar software o servicios de páginas web para transcribir audios o videos.

#### **\*Digitación de textos:**

-Digitar el texto a través de software del computador o servicios de páginas web o aplicaciones de móviles.

#### **\*Corrección:**

-Utilizar herramientas de corrección de errores de los procesadores de texto o servicios de páginas web.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **CATEGORÍA: EMISIÓN DE CONTENIDOS**

**\*Objetivo:** Determinar cómo la aparición del periodismo digital ha generado cambios en la emisión de contenidos.

### **Variables:**

\*Edición; diseño y diagramación; y emisión o publicación digital

### **Indicadores o descriptores**

#### **\*Edición:**

-Utilizar páginas web, programas o aplicaciones digitales para editar los contenidos audiovisuales y gráficos.

-Usar páginas web, programas o aplicaciones digitales para crear y editar contenidos adicionales para la edición web.

#### **\*Diseño y diagramación:**

-Utilizar programas de computador, páginas web o aplicaciones digitales ha usado para diseñar y diagramar un artículo escrito.

#### **\*Emisión o publicación digital:**

-Hacer uso de la Web o redes sociales del medio para publicar o emitir el contenido periodístico.

-Publicar contenidos relacionados en la página web del medio.

-Compartir en la Web o redes sociales personales los enlaces al contenido periodístico realizado.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **CATEGORÍA: CAPACITACIÓN EN PERIODISMO DIGITAL**

**\*Objetivo:** Determinar si los periodistas con más 20 años de experiencia han recibido capacitación sobre ciberperiodismo.

### **Variables:**

\*Por iniciativa de los periodistas y por iniciativa de los medios.

### **Indicadores o descriptores**

#### **\*Capacitación por iniciativa de los periodistas:**

- Participar en cursos de más de 20 horas sobre periodismo digital y sus herramientas.
- Asistir con frecuencia a seminarios, charlas o congresos sobre periodismo digital y sus herramientas.
- Iniciar estudios de posgrado sobre periodismo digital y sus herramientas.
- Observar contenidos audiovisuales en páginas web o redes sociales sobre periodismo digital y sus herramientas.
- Leer documentos o libros en páginas web o redes sociales sobre periodismo digital y sus herramientas.
- Seguir en redes sociales a medios o periodistas destacados por el uso de herramientas digitales en el periodismo.
- Descargar y probar aplicaciones de la Web o de redes sociales relacionadas con periodismo digital.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Compartir con sus colegas a través de Internet o redes sociales, contenidos y enlaces interesantes sobre periodismo digital y sus herramientas.

## **\*Capacitación por iniciativa de los medios:**

-Traer a periodistas nacionales o extranjeros a las redacciones para hablar sobre el uso de herramientas digitales en el periodismo.

-Suscribir convenios con otros medios para recibir capacitación en periodismo digital y sus herramientas.

-Generar espacios para replicar los conocimientos adquiridos por algún miembro del medio que haya asistido a un evento sobre periodismo digital.

-Consultar a los periodistas sobre en qué temas de periodismo digital les gustaría recibir capacitación.

-Ofrecer apoyos económicos para que los periodistas adquieran smartphones o dispositivos móviles.

-Entregar estímulos económicos para que periodistas realicen posgrados sobre periodismo digital.

-Comprar equipos de última tecnología para un mejor uso de las herramientas del periodismo digital.

## **CATEGORÍA: ESTABILIDAD LABORAL**

**\*Objetivo:** Establecer si la estabilidad laboral de los periodistas se ha visto afectada por la aparición del periodismo digital.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **Variables:**

\*Permanencia en la misma empresa y permanencia en el mismo puesto.

## **Indicadores o descriptores**

### **\*Permanencia en la misma empresa:**

-Número de años que lleva en el cargo actual.

-Razón de su más reciente cambio de sitio de trabajo.

-Conocer casos de despidos en medios tras la aparición del periodismo digital y sus nuevas herramientas.

-Cambiar de cargo como consecuencia de la aparición del periodismo digital y sus nuevas herramientas.

-Incidencia de la capacitación en periodismo digital y sus herramientas en su estabilidad laboral.

-Reacción inicial ante la implementación de las herramientas digitales en el periodismo.

-Reacción inicial ante la convergencia de medios.

### **\*Permanencia en el mismo puesto:**

-Aumento o disminución de funciones ante la aparición del periodismo digital y sus nuevas herramientas.

-Incidencia de la capacitación en periodismo digital y sus herramientas en el cambio de funciones.

-Cambios en el salario ante la aparición del periodismo digital y sus herramientas.

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

-Relación con los periodistas más jóvenes y preparados en el periodismo digital y sus herramientas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 7. RESULTADOS

### 7.1 Recolección de información

Llamar por teléfono de disco a algún personaje, o buscar libros y ediciones anteriores de los periódicos, eran las principales formas en la que los periodistas conseguían información antes de que llegara toda la revolución de la computación e Internet.

Era toda una odisea buscar libro por libro el dato preciso para complementar una nota, o revisar los periódicos viejos hasta encontrar lo que había dicho el Alcalde o el Gobernador sobre un proyecto vital para el desarrollo de una región, e incluso salir a la calle a preguntarle a la gente qué opinaba sobre algún tema.

Ahora en Google o Wikipedia se encuentran datos como cuántos habitantes tiene un país, se pueden encontrar con etiquetas o *tags* todas las notas en las que aparece el alcalde o el gobernador, y las personas escriben sus opiniones en las redes sociales o en los foros de las páginas web de los medios.

Yo hago la comparación de si antes hacíamos un mayor esfuerzo y creo que sí. Leíamos más porque tenía que ir a la biblioteca a buscar el libro, buscar en el archivo del periódico *La Patria*, o comprar el periódico de hace 8 días. El lío era cuando se perdía el periódico del día. Ahora no es sino hundir y ahí está (la información). (...) Ser migrante digital es muy duro, no es como ustedes que ya vienen con el chip, entonces le toca a uno acomodar el chip. ¿Qué tiene uno? Lo elemental y lo básico, pero tenemos una ventaja: como somos buenos lectores,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

medimos la importancia de la herramienta de la nueva tecnología, para leer y para escribir bien. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Se pasó pues de tener unas pocas fuentes de información con accesibilidad limitada por cuestiones de tiempo del periodista o ubicación del personaje, a contar con una avalancha de datos inconmensurable que se puede consultar en un dispositivo móvil y electrónico que cabe en el bolsillo del pantalón.

Esta es una de las principales ventajas que resaltan los periodistas consultados en esta investigación sobre el uso de Internet y las herramientas digitales, algo que concuerda con estudios como el de O'Sullivan y Heinonen (2008), en el que entrevistaron 239 periodistas de 11 países europeos sobre los retos y oportunidades de Internet en el periodismo, arrojó que el 75% de los encuestados afirmaron que la web les permite acceder a mayor información para sus historias.

También reconocieron mayores facilidades a la hora de contactar a diversas fuentes gracias a las redes sociales y servicios de chat, aunque la opción número uno para los entrevistadores sigue siendo el contacto directo por teléfono o cara a cara.

En cuanto al cubrimiento informativo, las grabadoras de casete y digitales han dado paso a los celulares inteligentes para capturar los audios, con los que también se pueden tomar fotografías y videos. Todos estos contenidos se pueden enviar por Internet a las redacciones para hacer notas previas sobre algún tema, o incluso los mismos periodistas las pueden publicar desde el sitio de la noticia.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

La gran mayoría de las acciones mencionadas anteriormente no las conocían inicialmente los periodistas consultados, por lo que ellos tuvieron que adquirir estas habilidades a través de la formación que les dieron en sus medios, o las aprendieron solos a través de la experimentación diaria, el ensayo y el error.

## 7.1.1 Buscando contexto

Las páginas web de medios de comunicación que consultan para mantenerse informados generalmente son en primer lugar las de medios locales y después van a los medios nacionales buscando, principalmente, alguna información relacionada con Caldas y Manizales que les pueda servir como insumo de una noticia.

Todos por lo general tienen como principal referente la web de *La Patria*, y además están muy pendientes de su competencia directa para no dejarse ganar la partida sobre alguna información de último momento.

(Los demás medios) no los consulto, pero si los chequeo que es distinto. Tengo que chequear *Semana* a ver qué tiene que sea importante que me pueda servir en la región, *El Tiempo*, *RCN TV*, *CM&*, *La Patria*, pero lo hago más por saber qué tienen ellos. Entonces hay noticias que tiene *La Patria*, y entonces las trabajo desde mi punto de vista periodístico y darle un desarrollo distinto. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Sin embargo hay periodistas que por su fuente específica (economía y deportes), se enfocan en medios nacionales e internacionales relacionados con estas temáticas, para estar al tanto de

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

posibles temas que se deben registrar por su relevancia en el impreso, o incluso que ameritan una nota en la web del medio.

Está *La República*, mucho *El Tiempo* y también *El Espectador*. Esporádicamente veo los regionales para mirar el tema de café como *La Crónica* del Quindío, *La Tarde* de Pereira, y *El Colombiano* de Medellín, qué son los que hacen seguimiento a la caficultura. (...) Miramos mucho la información de Colprensa que nos pueda ser útil tanto para publicar como para tener y documentar muchos temas. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

También monitorean las páginas web de entidades estatales, gremios, etc., para buscar informaciones de Caldas y Manizales, pero principalmente lo hacen según la necesidad informativa del momento.

Dada la agilidad de las nuevas tecnologías, pues prácticamente todas las instituciones del Estado y del sector privado mandan boletín, entonces el correo electrónico es el primer medio de consulta. (...) También las páginas de estas instituciones, sin desconocer la fuente real, el contacto con la persona o quien representa, pero yo diría que eso ya está muy equilibrado (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Si por ejemplo la Procuraduría abre una investigación contra algún funcionario local, entonces ingresan al sitio web para buscar mayores datos. Por otro lado, el correo electrónico es una herramienta fundamental, con la ventaja que ahora se puede consultar en sus celulares, y así determinan qué temas importantes hay por conocer.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Depende de la necesidad, de lo que esté investigando, o sobre qué tema, noticia o información quiera obtener mayores y datos. Por ejemplo, si hay una investigación en el Consejo de Estado que me interese porque servirá para el manejo informativo en Manizales y en Caldas, entonces me meto a la página. A veces hago algunas búsquedas para darme cuenta en qué andan y qué tienen (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Las redes sociales que consultan para mantenerse informados de la actualidad son en su orden Facebook, Twitter y WhatsApp. La mayoría utiliza sus perfiles en estas redes para estar al tanto de datos y posibles temas noticiosos de la ciudad y el departamento, pero no para publicar sus opiniones o noticias propias. Solo dos de los periodistas son activos en la publicación en Facebook y Twitter de noticias de su medio.

Yo utilizo mucho Twitter, no tanto para *twittear* sino para mirar lo que dicen los que seguimos y ahí recogemos información como lo que dice el Presidente, lo que dice Vargas Lleras, el Director de Planeación. También utilizamos el WhatsApp para mantener comunicados, no solamente entre periodistas sino también para estar pendientes de la información que resulta (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Aquí es pertinente mencionar el estudio de Rodríguez y Santisteban (2013) sobre los cambios en producción de información y en la práctica periodística en el país gracias a Twitter, de acuerdo con el cual los periodistas deberían tener adecuada preparación sobre los aspectos técnicos de esta red social, así como el manejo del público que tiene perfil allí.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Soy poco activo pero mantengo atento. Por ejemplo, tengo Facebook hace mucho rato pero no soy activo en estar mostrando y preguntando cosas ni colgando cosas. En la mañana consulto Facebook, el Twitter, el WhatsApp, para ver en qué están. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Rodríguez y Santisteban (2013) también concluyeron que se debe tener mayor conocimiento de Twitter pues es posible el diálogo directo con los usuarios que publican información, la cual puede ser relevante para el ejercicio periodístico. Sin embargo, esta debe pasar por el filtro que los mismos periodistas realizan siguiendo el criterio que han construido con su experiencia y su olfato periodístico, para evitar errores como los de volver noticia los rumores que aparecen en redes sociales, y que por el afán de publicarlos no se verifican correctamente.

Creo que me diferencio mucho de las nuevas generaciones de periodistas, pues yo no le creo a lo que circula ahí a nivel noticioso. No porque desconfíe de las personas que participan ahí, sino de la información y su manipulación. Trato de que si encuentro algo ahí, lo confirmo directamente con la fuente, de carne y hueso, visitándolo, no esperando que entreguen más información para yo fusilarla en un momento dado porque entonces termino diciendo una noticia que no es mía que es de otro. (...) El periodista de hoy está muy supeditado a lo que digan las redes sociales y lo está asumiendo como un hecho (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Así pues se observa en la presente investigación que los periodistas utilizan Twitter y otras redes sociales más como un espacio de consulta constante para la búsqueda de informaciones y es

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

muy baja la interacción con los demás usuarios, ya que pocos publican opiniones. Se convierten entonces en otra opción de monitoreo, adicional a la más tradicional de seguir la radio.

Coincide también con lo detectado en la investigación de Kian y Murray (2014) con 12 periodistas deportivos de EE.UU. para determinar sus experiencias y actitudes hacia la llamada Web 2.0 y Twitter, en la que se determinó que todos los profesionales están en esta red social con fines investigativos, pero la mayoría no la utilizan para socializar.

Me mantengo muy al tanto. No utilizo lo mío para hacer comentarios, pero consulto Twitter para algunas cosas. No me parece que sea el medio más expedito para uno hacer periodismo, pero obviamente a través de eso si consigue alguna información que puede servir eventualmente para buscar alguna información adicional. Lo que tiene que ver con los grupos en Whatsapp creo que hay algunas cosas interesantes, Facebook naturalmente y directamente en las páginas web. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Entre las posibles razones para que esto suceda, podrían estar la falta de tiempo para dedicarse a mandar mensajes o responder inquietudes, la desconfianza sobre la validez y veracidad de lo que allí se publica, que no quieren entrar en discusiones o controversias con los demás usuarios, o simplemente falta de mayor conocimiento de la red social y sus posibilidades, por lo que solo las utilizan para informarse y no como canales de publicación.

En general sobre los usos y frecuencias que hacen los periodistas de Twitter y Facebook, Sainz, Limón y Herrero (2012), en un artículo sobre el uso periodístico de los *smartphones*,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

mostraron resultados de un sondeo en el que los periodistas consultados, por ejemplo, prefieren Twitter para distribuir información del propio medio (Twitter: 80,43%; Facebook: 56,52%).

Otra forma de consulta de información es en archivos digitales de instituciones y varios afirmaron usar constantemente estos servicios que poseen una gran cantidad de datos, sobre todo del sector público.

Nos toca consultar archivos digitales por ejemplo en el sistema del Banco de la República es una fuente continua de consulta porque hay mucho material que podemos descargar. El DANE también tiene mucha información y lo consultamos continuamente por desempleo, inflación y muchos temas. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Sin embargo, respecto al uso de archivos digitales de otros medios, la mayoría aseguró no utilizarlos.

Por orden y filosofía de la empresa no podíamos usar el material de archivo de otra institución. Fotos de otros periódicos solo en una situación urgente, y cuando nos tocó una o dos veces de *La Patria*, se le daba crédito y había que llamar. (...) Los sonidos de nuestro noticiero eran de *Caracol*, nos estaba prohibido para evitar demandas y otras circunstancias. Si recibíamos sonidos y voces de las instituciones que vienen de las oficinas de prensa, eso sí los utilizábamos. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

De otro lado, los periodistas consultados se muestran prevenidos al momento de buscar opiniones en las redes sociales sobre algún acontecimiento, principalmente por cuestiones legales y para evitar demandas.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Preferíamos lo que nos escribían a nosotros en el Facebook y ahí sí lo hacía parte de la noticia. Pero en otros medios uno no sabe el interés que tenga otra persona y empieza a rajarse de alguien. Puede que tenga razón, pero qué tal que sea un desquite. En eso soy muy ortodoxa y me cuidé de eso. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Si se trata de contenidos de las redes sociales, tratan primero de comprobar su veracidad para usarlos, o simplemente buscan insistentemente una fuente oficial que hable sobre el asunto, y de esta manera evitan errores en la información por apresurarse ante una posible noticia de mucha importancia.

Eso hay veces que se convierte en una ayuda. Ahora, cuando existe algún interrogante que quizás al revisar ese material no despeja la duda, seguimos buscando la posibilidad de hablar directamente con el personaje. Si no lo alcanzamos, no usamos el material hasta que lo consigamos. (...) Eso a partir de cosas que nos han sucedido entonces la directriz ya está tomada (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

En otros casos, prefieren hacer ellos mismos un video o tomar una foto, antes que usar material de las personas, algo que han ordenado las directivas de los medios nacionales desde Bogotá o los de Manizales, ya que han ocurrido casos de reclamaciones por derechos de autor.

*RCN* tiene unos aliados internacionales de los que uno puede tomar fotos, pero digamos que lo ideal es tomar y usar fotografías propias. De resto si tenemos una foto por ejemplo de la

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Policía, Alcaldía, Gobernación, Concejo de Manizales, entonces le damos el crédito. (R.

Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

En cuanto a la búsqueda de contenidos relacionados (audios, fotos, videos, gráficos) para una noticia, varios mencionaron el uso de material que envían las oficinas de prensa de las diferentes instituciones, tanto de Manizales como las del resto del país.

Si juega la selección Colombia por ejemplo, uno espera el audio de la oficina de prensa de la Federación. Si algún ciclista colombiano está en el exterior, habitualmente las jefaturas de prensa, mandan boletines y audios y uno se apoya en ese material. Si es para texto y gráfico nosotros pagamos el servicio de la agencia internacional EFE o nacional, que es Colprensa. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

También es frecuente guardar los enlaces con información de interés que se presenta en las redes sociales, y que más adelante podrían servir para nuevos desarrollos informativos. El correo electrónico ya cumplía esa función desde sus inicios y todavía es muy usado de esta manera, pero por ejemplo Twitter es la más reconocida por este servicio, aunque Facebook ya también permite guardar enlaces.

Si hay tiempo de leerlo ahí mismo, y me interesa para encontrar una noticia, se lee el enlace.

Le voy a contar un caso. Un colega publicó una noticia importante del Once Caldas, y yo vi el Twitter, la valoré y no le di importancia, y efectivamente a hoy, no ha pasado lo que decía el colega, entonces uno tiene que ser muy suspicaz y mirar el contexto, quién lo escribió,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

quién puede haber detrás de eso. Pero si en Twitter dicen que renunció el Gobernador de Caldas, eso hay que buscarlo ya. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

## 7.1.2 Directamente con las fuentes

Facebook, Twitter y WhatsApp son muy efectivas para contactar a las fuentes y pedir entrevistas porque las notificaciones llegan directamente a los móviles de la gente, y así lo han incorporado a sus rutinas diarias algunos de los entrevistados para esta investigación.

Si necesito a alguien y no tengo el contacto, le escribo para que me siga en Twitter, y ya le mando un mensaje directo. Eso me ocurrió hace poco. El domingo próximo sale una entrevista con un periodista de *El País* de España que escribe sobre ciclismo. Me lo encontré en Tunja y quedamos de hacer una entrevista, pero al otro día no tuve tiempo de contactarlo, entonces cuando llegué a Manizales lo busqué en Twitter, le mandé un mensaje, me siguió y ya entablamos la conversación y me mandó el teléfono y le hice la entrevista. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

La mayoría de los periodistas consultados aseguraron que aún prefieren intentar primero el contacto por teléfono o personal, ya que por redes sociales puede demorarse o los personajes no responden al ver que se trata de un periodista que lo busca.

Yo tengo mis fuentes y poco utilizo el WhatsApp para hacer el contacto. Me gusta ir a la fija porque si usted lo hace por chat lo pueden poner a esperar, y si usted necesita esa noticia ya, yo llamé al teléfono hasta que conteste. Si utiliza WhatsApp la fuente puede estar ocupada, o decir más tarde le contesto, en cambio si usted le suena y le suena el teléfono, lo obliga a

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

contestar. Si no responde, se pone un mensajito en WhatsApp. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Este resultado concuerda con el estudio de O'Sullivan y Heinonen (2008) pues entre sus hallazgos está que el 64% de los periodistas prefieren el contacto cara a cara o por teléfono con las fuentes, pues no estaban tan familiarizados y no confiaban tanto en los contactos a los que pudieran acceder a través de Internet, redes sociales, etc., lo que ellos mismos denominaron como la preferencia por las “viejas formas” del periodismo.

No obstante, es preciso reconocer la utilidad de las redes sociales para contactar a personas que viven en el extranjero o que hayan sido testigos de hechos noticiosos en otras ciudades para así tener sus testimonios e impresiones de primera mano.

Muchas personas que viven en municipios y tienen perfil en redes sociales, terminan siendo como corresponsales nuestros, y les preguntamos qué saben, qué nos pueden colaborar. La otra vez por Facebook buscamos venezolanos que vivieran en Colombia que estuvieron afectados por las crisis entre los dos países y quisimos aterrizar el tema y así salieron personas que nos dieron su concepto. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

En cuanto al uso de páginas web para buscar voces especializadas en temas específicos, algunos mencionan que por su experiencia ya cuentan con diversidad de fuentes, pero otros si destacan la importancia de los sitios web de gremios y universidades con gran variedad de expertos en diferentes temas. "Consultamos portales como el de la Universidad de La Sabana que

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

tiene una lista de fuentes muy interesantes. En la página de la ANDI también tienen un consultorio completo de los expertos en cada tema". (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Google, por su parte, sirve para resolver las inquietudes de todo tipo que se presentan a último momento cuando se está en el proceso de redacción de las noticias, pero con cuidado de no entregar información falsa.

Cuando tengo una duda de orden jurídico o económico, ayuda para enriquecer un poco más la información, para darle cuerpo a una noticia, para que sea mucho más completa, más didáctica. No es que le llegue una información y ya, sino que el oyente las entienda, por ejemplo ¿por qué subió el dólar y eso qué implica? (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

## **7.1.3 Herramientas para entrevistar**

Facebook y Google son las plataformas más utilizadas para obtener previamente datos sobre personas por entrevistar, en particular cuando se tiene poco tiempo para hacerse una idea del individuo, y haciendo la salvedad de verificar todo lo que se dice en la web sobre un personaje, consultando páginas oficiales y perfiles certificados. Cuando hay tiempo, se buscan referencias del personaje a través de terceras personas en común, o llamadas.

Pasa mucho con los invitados que traigo a las entrevistas, por ejemplo que venga un experto en cancerología entonces que me manden datos de realizaciones o acciones puntuales, hoja

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

de vida con detalles. Cuando queda tiempo uno busca información puntual por Google o Facebook. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Cuando llega el momento de la entrevista, WhatsApp es el servicio de chat, web o red social más utilizado, con muy buenos comentarios por parte de los periodistas de radio y de prensa por la facilidad de uso y porque ahorra tiempo, ya que simplemente se puede preguntar por escrito o en audio, y el personaje se puede tomar su tiempo para responder. Además, tiene la opción de contra preguntar, a diferencia por ejemplo del envío de un cuestionario por medio de correo electrónico.

Un señor que estaba en el exterior nos contestó y nos envió audios. Es más rápido y para mí se volvió una herramienta fundamental. Le escribí a Eugenio Vélez, del Comité de Cafeteros, que estaba en Londres en la OIC y le hice dos preguntas y me las contestó, y el sonido perfecto, gratis. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Pocos periodistas mencionaron el uso de Skype para fines periodísticos, pero si para videoconferencias en capacitaciones. Algunos nunca han hecho entrevistas por cámaras web y demás servicios similares, tal vez por la cantidad de aspectos técnicos que hay que tener en cuenta. En cambio WhatsApp es más sencillo e intuitivo de usar.

(Herramientas) las que sean necesarias, si necesito Skype o por WhastApp, si necesito por correo electrónico, porque por ejemplo ha ocurrido que un dirigente del fútbol está en Zúrich en algo de FIFA, y le escribo que le mando tres preguntas y al rato me las responde por

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

correo. La herramienta que sea necesaria en el momento es la que se utiliza. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

## 7.1.4 En el cubrimiento informativo

El celular es el dispositivo móvil que todos los consultados mencionaron para capturar audio, video o imágenes durante un hecho noticioso por su versatilidad, convirtiéndose en aliado esencial para su labor periodística. El uso de tabletas no se contempla, tal vez porque su mayor tamaño dificulta su portabilidad, mientras que el *smartphone* es más discreto y ligero.

Permanentemente he usado el celular para hacer videos en la calle sobre hechos. Para nosotros se convirtió en un aliado esencial el teléfono móvil y es una indicación puntual para todos que su celular pueda hacer videos. Sucedió la semana pasada que hubo un accidente fuerte en Villamaría (municipio aledaño a Manizales) y una de las practicantes es de allá. Cuando me enteré las cámaras ya estaban en el estudio y la llamé para que se fuera para el sitio y me hiciera videos, y esa fue en gran parte la salvación. Llegó en el momento en el que el carro estaba subido en la grúa y se lo iban a llevar y se hicieron las fotos y el video, y con eso ilustramos el tema. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Sainz et al. (2012), en su artículo relatan el cambio vivido por los periodistas al cubrir una noticia pues antes cargaban un cuaderno, grabadora y muy rara vez cámaras fotográficas o de video.

Nuevamente WhatsApp fue el elegido por todos como la herramienta preferida para enviar al medio la información capturada o grabada en los celulares, ya que permite enviar audio, video,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

fotos o texto de forma rápida en el momento de un hecho noticioso, y facilita que los compañeros puedan ir adelantando trabajo o incluso subiendo información al instante sobre un hecho recién sucedido. También se mencionó la utilidad del correo electrónico y de WeTransfer para enviar archivos más pesados.

Digamos que soy el periodista aquí que más trabaja con multimedia, porque yo me voy a una carrera (de ciclismo) y mando audio, video, fotos y texto, y el texto lo escribo en el teléfono y no en el computador, porque si uno chatea media hora en WhatsApp ¿por qué no es capaz de escribir un texto? (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Al respecto, la investigación de Hermans et al (2009), que buscaba determinar la adaptación de miembros de la Asociación Holandesa de Periodistas a los cambios generados por Internet, muestra en sus resultados que los consultados aseguraron que la principal razón de la utilización de Internet y sus servicios es la funcionalidad.

Ha sido una herramienta extraordinaria por inmediatez. Cuando hay noticias muy importantes, mando a un periodista y si uno necesita sacar la noticia ya, entonces les digo que graben y me manden el audio por WhatsApp y yo puedo empezar a redactar y montar una nota en la página web. Cuando el periodista llega del sitio se ha adelantado mucho y la noticia se publica rápido, no como antes que había que esperar que llegara de un recorrido, que descargue el audio, lo escuche, redacte y edite. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En el artículo de Ossorio (2016) sobre el uso de WhatsApp para los periodistas, se comienza por destacar que esta aplicación de mensajería se ha convertido en una poderosa herramienta de reportería debido a su amplia presencia en teléfonos inteligentes, pero también advierte de sus riesgos a la hora de la verificación de los contenidos.

A menudo hay imágenes o vídeos que circulan de móvil en móvil y que de ser reales serían noticia, pero el remitente también lo ha recibido de rebote o lo ha sacado de otras redes sociales, por lo que el origen real del contenido no está claro (párr.6).

Siguiendo con las posibles acciones que se llevan a cabo durante un cubrimiento informativo, ninguno de los periodistas entrevistados manifestó haber transmitido en vivo personalmente un evento noticioso con un dispositivo móvil o cámara web a través de servicios de *streaming* de Internet o redes sociales. Tal vez porque ello implica un conocimiento amplio de las herramientas en cuanto a conexión, calidad de la señal, etc. Sin embargo, en *Noticias LPTV*, dirigido por Álvaro Segura, sí han hecho dos transmisiones de este tipo.

Una vez a modo de prueba el año antepasado (2014) en una protesta de estudiantes universitarios lo hicimos a través del celular con red 4G y nos sirvió, nos dio salida con la cámara con una señal muy pobre porque era de noche, pero nos salió la señal y se transmitió por celular. Y otra bajo el mismo mecanismo utilizando el celular, el 4G y el Skype, fue el día de las elecciones en octubre de 2015 cuando Octavio Cardona quedó Alcalde y pudimos tomar la reacción de él en directo desde la sede con ese mecanismo. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

La posibilidad de usar redes sociales o servicios de la web para publicar audio, video o imágenes desde el lugar de los hechos, ha sido poco explorada por los periodistas consultados, pues prefieren grabar los audios y videos cortos, para enviarlos a los medios de comunicación para su publicación.

Hace poco estuve en el Campeonato Nacional de Ciclismo, y casi que se podría decir que hice la transmisión en vivo por Twitter. Grababa y al instante decía, este es el paso de los corredores, hay una fuga, etc., y seguía. Y también audios para radio. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

En síntesis, la información que aportan los entrevistados sobre la adopción de las tecnologías digitales en las tareas la recolección de información indica que los periodistas consultados en general han acogido con entusiasmo varios aspectos del uso de las TIC en su oficio. Internet y las herramientas digitales les han permitido acceder a una mayor cantidad de información y agilizar varios aspectos de sus rutinas periodísticas como la búsqueda y contacto de fuentes, la realización de entrevistas y el cubrimiento informativo, gracias también al uso de los dispositivos móviles.

Parece que buscan no quedarse atrás y estar al tanto de los cambios ocurridos, pero en gran parte se usan las herramientas para las acciones más básicas y se encuentra falta de aprovechamiento de sus potencialidades. Un hecho especialmente relevante en el uso de las redes sociales, utilizadas para monitorear la realidad y obtener datos, pero a través de las cuales no es habitual la interacción con sus audiencias.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 7.2 Redacción de contenidos

Me tocó máquina de escribir hasta el 2000 que llegaron los computadores a Caracol Manizales. La felicidad fue el día que nos dieron computador. Agiliza mucho porque usted busca, encuentra, tiene el concepto más rápido. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Así recuerda esta veterana periodista cuando empezó a utilizar un computador para redactar sus informaciones. A pesar del gran tamaño y lentitud del aparato, le daba ventajas como poder corregir varias veces lo escrito, sin necesidad de gastar hojas y hojas de papel.

Para ella, los periodistas antes hacían un mayor esfuerzo para obtener la información porque les tocaba buscar libros o acudir constantemente al archivo del periódico de la ciudad. “Ahora no es sino hundir y ahí está (la información)”. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Otro de los periodistas consultados incluso mencionó que él y sus compañeros fueron los que llevaron los computadores al trabajo. “Lo que hemos aprendido es metiéndonos, cacharriando. Los celulares y la tablet también los compramos nosotros”. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Reinel Llano Escobar, director de noticias de *RCN Radio* Manizales, relacionó un poco esta temática de la redacción de contenidos con su adaptación y la de otros colegas al periodismo digital, tomando como ejemplo el uso del computador.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Una persona que lleve 30 años en el periodismo haciendo siempre lo mismo y llegue a un proceso de estos le cuesta, lo estresa, le genera angustias y quizás inconvenientes laborales. Pensaría uno que es hasta normal, es como cuando llegó el computador: a todos nos costó aprender a manejarlo, hubo temor de cómo manejo esto, cómo lo prendo y uno solo qué hace. Es normal, algunos pondrían de su parte para no rezagarse y otros preferirían decir es muy complicado. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Con respecto a la redacción de notas y artículos, los periodistas consultados utilizan el computador que se les ha asignado en sus medios y es escaso el uso de servicios web para aspectos como descarga de la información, transcripción del material, digitación y corrección de los textos.

Conservan la rutina de hacer la reportería necesaria para las notas y luego llegar a sus lugares de trabajo para concentrarse en la escritura. Aunque también reconocen que sus celulares se han convertido en herramientas útiles para tomar algunas notas. Además son usados para escribir los mensajes de WhatsApp que intercambian con colegas de su medio o de otros, y que eventualmente se convierten en un primer bosquejo o borrador para sus notas, como se mencionó en el apartado anterior.

Para descargar la información obtenida en la reportería, los periodistas de radio y prensa bajan sus audios a los computadores como es tradicional, sea de sus grabadoras digitales o de sus celulares. Esto último es cada vez más común, ya que por comodidad y rapidez pueden tenerlos listos para su posible uso.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

“Seguimos dependiendo mucho de la grabadora y a través del celular también se graban muchos contenidos. Es bueno tener los archivos ahí precisamente porque después se envían a través de WhatsApp” (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Hay que recordar que años atrás las grabadoras o reporteras funcionaban con casetes que podían grabar de 60 a 90 minutos de testimonios. Entre sus desventajas estaban su regular calidad de audio, la posibilidad de que la cinta se enredara y dañara perdiendo todo el trabajo, que se acabara la cinta justo en el momento que se realizaba una entrevista, guardar cantidades de casetes como archivo muchos de ellos tal vez sin saber qué testimonios contenían, o que simplemente en el afán del día a día se grabará sobre otra entrevista que se necesitaba si no se había marcado claramente el casete y cuál era su contenido.

No se podía hablar de descarga de información como tal, porque o el periodista identificaba la parte del testimonio que le servía para una noticia y la pasaba al aire, o para realizar un reportaje o crónica más estructurada se usaba la grabadora de carrete y otras herramientas.

Todas estas dificultades se superaron con la aparición de la reportera digital que permite guardar las entrevistas en *tracks* individuales facilitando su reconocimiento y posterior descarga al computador, con la ayuda de un software de uso sencillo, o con un cable USB, por lo que se puede decir que este proceso fue muy beneficioso para los periodistas y ante las claras ventajas fue asumido y adoptado por todos. Tal vez una de las pocas barreras para su acceso fuera su precio superior al de las grabadoras análogas, pero en muchos casos los mismos medios las compraron o dieron facilidades a sus empleados para adquirirlas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En el caso de televisión, como el tamaño de los archivos de video es mayor al de los otros medios, se procura archivarlos en los propios equipos del canal por confiabilidad, fácil acceso para su posterior edición y para evitar posible pérdida de datos. En pocas ocasiones se usan servicios web de almacenamiento.

Muy ocasionalmente los usamos. Procuramos en lo posible tener una imagen más precisa que sea la que hagamos nosotros y la gran mayoría del material que se traiga, sobre todo cuando sean cosas nuevas, se procura archivarlo. La idea es que cada que salgan los periodistas siempre se haga material de apoyo. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

En televisión también se utilizaban antes cámaras de gran tamaño y con casetes de cinta que generaban muchas dificultades y retrasos al momento de la descarga de la información, ya que esta se debía realizar en tiempo real, es decir, si se grababa una entrevista de 30 minutos, su descarga se demoraba el mismo tiempo. Con la digitalización se mejoró la calidad de la imagen y las cámaras de video cuentan ya con tarjetas de estado sólido que descargan el archivo directamente y con mayor rapidez, aunque sus costos aún son elevados.

Al consultar sobre el uso de medios digitales o servicios web de almacenamiento para guardar los contenidos capturados, la respuesta general fue negativa. Esto puede suceder debido a que los entrevistados son directores y editores, y disponen de poco tiempo para almacenar sus archivos en una página web y esperar a que se descarguen y se suban, o simplemente por desinterés pues ya tienen un método o forma de trabajar que han repetido durante años.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Solamente uno de los entrevistados los utiliza, ya que por sus constantes viajes y cubrimientos deportivos necesita este servicio para alojar fotos y videos de forma segura. Así los tiene disponibles en cualquier momento y puede acceder a ellos desde cualquier dispositivo, sea celular, tableta, portátil, PC de escritorio, etc.

Tengo un archivo en Google Drive y tengo unos 150 videos, unas 1.500 fotos. O sea a donde voy tomo fotos y cuando llego las depuro y las almaceno. Los videos los guardo y en el celular muestro lo que tengo. Hace dos años hago eso y guardo por carpetas. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Para la transcripción del material en bruto y la digitación de textos, sobresale el uso de los programas Word de Microsoft para Windows y Open Office para el sistema operativo Linux, que tiene la ventaja de ser gratuito y libre, lo que representa una reducción de costos para los medios, pudiendo acceder a las funciones más básicas y necesarias de un procesador de texto.

Se utiliza mucho el Open Office. Igual depende del espacio pues se utiliza el programa que se tenga en el momento. Por ejemplo me ha pasado que en el mismo celular tiene uno una tablita de datos que puede servir para trabajar y tener cierta información. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Por lo general la digitación de los textos se realiza en las instalaciones de los medios, en computadores de escritorio, o en su defecto en computadores portátiles cuando se presenta algún viaje o cubrimiento fuera de Manizales, por lo que no es común el uso de servicios web en la nube para esta labor, como por ejemplo Google Docs, el cual como expone Caplan (2012)

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

conlleva diversos beneficios para el periodismo como por ejemplo el trabajo colaborativo con otros miembros de la redacción o incluso con personas del común que quieran realizar aportes o propuestas, además de ventajas logísticas y comodidad.

Cuando sus archivos, notas, hojas de cálculo se almacenan de forma segura en línea, en la nube digital, no tiene que cargar con el equipo principal. Puede acceder y editar documentos utilizando cualquier equipo que esté a la mano. Puede ser que sea una PC pública que está utilizando en un hotel, aeropuerto o un cibercafé. (p.2)

De esta manera Osvaldo Hernández Buriticá explica que durante sus salidas a otras regiones, utiliza su celular para transcribir las notas, habilidad que ha ido adquiriendo en los últimos años. “Por ejemplo abro el audio, me pongo los audífonos, abro el bloc de notas y lo voy escuchando y lo voy transcribiendo en el celular” (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

En cuanto a la corrección de los textos, se utilizan las funciones de los programas de los computadores, así como el apoyo de otros miembros de la redacción para la revisión de las notas, pero no hubo mención de uso de páginas web u otros servicios relacionados para este fin, aunque sí se mencionó el uso de Google para confirmar algún dato, nombre, o incluso la ortografía de una palabra.

Teniendo claro cómo han cambiado las herramientas para redactar, se analiza si su utilización ha transformado la redacción misma en cuanto a calidad. Al respecto vemos que los periodistas consultados opinan que fue un proceso ineludible y necesario para responder a las exigencias de las audiencias. El aumento del número de personas que consumen medios a través de diversas

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

plataformas ha hecho su trabajo más visible y por tanto asumen con cuidado su función, a pesar de la premura del tiempo y la diversidad de labores por atender.

Anteriormente ¿cómo hacía uno radio? Redactaba noticias, pero ya hubo una época en la que uno cambió la redacción por el audio, entonces se llamaba a la fuente, la entrevistaba, y listo, un audio en vivo o pregrabado y se salía uno fácil. Hoy en día como uno tiene la red social ya tiene que sacar la noticia en la página web de *RCN Radio*, que hay que tirarla a Facebook, a Twitter, entonces amerita una muy buena redacción, impecable. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Los datos recabados en las entrevistas indican que una vez el periodista ha redactado sus noticias para difundirlas en su plataforma principal (prensa escrita, radio y televisión), en la mayoría de casos también debe cumplir con la redacción para las páginas web de los respectivos medios o sus redes sociales. Hay que tener en cuenta que por ejemplo en el caso de la radio y la prensa, por lo general los periodistas escriben una versión inicial de sus noticias para la web después de que hay un cubrimiento noticioso, y que este sirve como borrador para la nota más completa que se publicará en el periódico o que se leerá en la radio, poniendo de relieve la convergencia de medios en sus prácticas cotidianas.

Los periodistas de *La Patria* y de *RCN Radio* consultados deben subir al CMS (*Content Management System* o Sistema de Gestión de Contenidos) los artículos para que se publiquen en las respectivas páginas, y editar las fotos para la Web reduciendo su tamaño y cambiar algunos aspectos de las notas como los títulos y la extensión para que sean más cortas y precisas, una tarea para la cual afirman haber sido capacitados en sus respectivos medios. “Se ha hablado

## **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

mucho de la necesidad de que todos nosotros que somos tan de periódico impreso, salir de ese enfoque y escribir diferente para la página web. Eso es clave” (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Sin embargo, en la mayoría de los casos, las notas de las páginas web de los medios a lo que pertenecen los entrevistados no incluyen por lo general enlaces que permitan a los usuarios profundizar en la información, o acceder a contenidos relacionados, etc., uno de los principales aportes del periodismo digital.

Al parecer, los periodistas han aprendido a manejar las herramientas para un publicación hipertextual, pero no las utilizan plenamente, tal vez, por la falta de tiempo, como lo mencionaron en las entrevistas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 7.3 Emisión de contenidos

Las páginas web de los medios de comunicación son la principal fuente de emisión de contenidos de los periodistas consultados además de las plataformas tradicionales en radio, prensa y televisión. Pero es importante precisar que para esta investigación se entiende la emisión de contenidos como un proceso que empieza por la edición, pasa por diseño y diagramación (en el caso de la prensa escrita), y termina con la emisión o publicación digital.

En el primer punto, la edición, se observó que todos los periodistas utilizan los equipos de sus respectivos medios y no mencionaron el uso de servicios web, algunos de los cuales implican la descarga de programas en los computadores u otros que obligan a subir el contenido a la nube para hacer la edición en línea y finalmente descargar el resultado final. Esto conlleva mayor inversión de tiempo dependiendo de la velocidad de conexión a Internet disponible, y por supuesto hay muchos de estos servicios por los que hay que pagar, lo que hace que se conviertan en el último recurso en caso de un problema grave de los equipos del medio.

Se usan los equipos que tenemos y si falla alguno tenemos que echar mano de otro, aunque en esta ocasión después de la renovación tecnológica que hubo acá en el canal, el nivel crítico de errores y problemas bajó a muy pocas veces. En alguna ocasión sí nos tocó salir de aquí a buscar edición en otra sala. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

En el caso de la radio, es común la mención de que aprendieron ellos mismos a editar, principalmente por la necesidad de estar a la vanguardia de los cambios, aunque también como una manera de tener total control sobre los contenidos y lograr así llevar un mensaje claro a los oyentes.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Las notas más las edito yo en la emisora porque soy muy desconfiado, porque uno como periodista sabe qué dijo el entrevistado y qué es lo que necesita. Hasta una inflexión en la voz puede ser importante para una noticia, una risa, una duda, una pausa. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Estos profesionales comenzaron manejando la grabación en casetes o en carrete y cuando llegó la digitalización y los computadores, en la mayoría de los casos recibieron capacitación de los medios para aprender las nuevas herramientas o simplemente con el día a día iban conociendo su manejo. No obstante, también hay casos de periodistas para los cuales esta labor no debería ser parte de sus obligaciones pues las consideran como labores menores que deberían realizar subalternos mientras que ellos se dedican a conseguir la información con sus contactos y fuentes.

No edito mis audios, lo hace Carlos (periodista y locutor que lo acompaña) es especialista además. Sabe más que los mismos operadores de audio entonces es muy confiable y es una tarea que el periodista tradicional no la hace, ni tiene porqué hacerla ni está dentro de sus obligaciones, pero la hace por la necesidad. Por ejemplo yo hace muchos años aprendí a manejar una consola. Tenía un compañero que cada que llegábamos estaba con el étlico alborotado entonces no funcionaba bien, pero la emisión tenía que salir entonces a la fuerza tocó aprender y muchas cosas han ocurrido así. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Sobre este asunto, en el estudio de Rueda y Tovar (2011), se investigó la apropiación de las TIC por parte de periodistas de Bucaramanga y Riohacha (ciudades intermedias como Manizales)

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

y encontraron que un 66% de los encuestados editan ellos mismos sus audios, videos y/o fotografías, mientras que un 26% respondieron que otras personas del medio (p.101).

A los periodistas de prensa se les consultó sobre el uso de páginas web, programas o aplicaciones digitales que hayan utilizado para editar contenidos audiovisuales y gráficos de sus notas, y respondieron que las infografías son elaboradas por diseñador gráfico de la redacción, a quien se le entrega todo el material informativo para su construcción y la idea que se quiere plasmar. En el caso de los audios que van relacionados a la nota, se envían al equipo de la página web para su edición y alimentación del puntocom. “Lo que hacemos a veces es poner un enlace para la gente si quiere obtener mayor información. Por ejemplo, una nota sobre el DANE, entonces buscan mayor información de las cifras de desempleo, etc”. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Sobre el proceso de diseño y diagramación para el impreso, los dos periodistas consultados que trabajan para el periódico *La Patria*, mencionaron que esta tarea no es su responsabilidad sino de otros trabajadores del área de autoedición del periódico, pero por lo general al momento de entregar el material de los artículos dan algunas recomendaciones sobre la idea gráfica que tienen, pero no llegan a realizar la maqueta del diseño.

En este particular, se encontró que en investigaciones como la de Rueda y Tovar (2011), la amplia mayoría de los consultados (71%) respondió que el diseño y/o graficación de productos periodísticos lo lleva a cabo otra persona del medio.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Los periodistas todavía toman distancia sobre una de las especialidades más importantes dentro del ejercicio de construcción de contenidos informativos, el diseño y la graficación, por ser contemplada como una labor en cierta medida compleja, que requiere un alto grado de formación (p.108).

Pasando al momento de la emisión digital de los contenidos, los periodistas consultados indicaron que la prioridad es la publicación en las páginas web de sus respectivos medios.

Teníamos una página de regionales (en la web de *Caracol*) y ahí cabían todas las informaciones de Manizales. Yo montaba la noticia en la página, un sistema donde uno entra a una plataforma y mandó la noticia, la foto, el sonido, todo, y cuando menos pensaba estaba la noticia. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

En la radio no solo editan el audio para tenerlo listo para las emisiones en directo, sino que también deben publicar un avance o nota corta en la página web, con foto, y en algunas ocasiones con audio, lo que para todos los periodistas consultados significa un esfuerzo adicional.

“Tenemos una forma tradicional de estar en contacto con la gente por teléfono por ejemplo, pero también nos pueden ubicar en la web, o sea que no nos asusta ni nos extraña esta plataforma”.

(Carlos Álape) (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

En el caso de La Patria, los periodistas llegaban de alguna rueda de prensa o cubrimiento y el editor web les preguntaba por los datos, o información clave o urgente (por ejemplo casos de sucesos, política, etc.) y luego se publicaba una nota breve o avance. La publicación en la web, es decir, tomar lo redactado para el periódico del día siguiente y subirlo al CMS (Sistema de Manejo

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

de Contenidos) de la web para que apareciera publicado a las 00:00 horas del día siguiente, era labor de otro grupo de empleados del periódico, que no era de redacción sino del área de autoedición.

Este grupo recibía el material que los periodistas enviaban por el sistema interno y ellos no solo diagramaban las páginas sino que también tomaban el material para subirlo a la web tal y como venía (copiar y pegar), sin tener en cuenta que iba para Internet y que esta plataforma tiene criterios de escritura que favorecen la visibilidad e impacto para los lectores por ejemplo con los titulares, o en el cuerpo del texto con intertítulos y negrillas para dividir el bloque y no cansar tanto al usuario. Estos y otros aspectos los menciona Franco (2008) en su libro *Cómo escribir para la web*.

La forma en que el usuario navega páginas Web y la exigencia de ajustar los contenidos a dispositivos y contextos en los que son presentados obligan a repensar la forma cómo se escriben los textos, incluso desafiando el purismo del lenguaje en términos de sintaxis y normas que están consignadas en manuales de redacción periodísticos hechos para el mundo impreso. Esto lleva a reivindicar la voz pasiva; proponer violentar el orden ‘lógico’ sujeto, verbo, complemento directo, complemento indirecto, complemento circunstancial; usar los dos puntos en nuevas formas; eliminar los artículos; manejar siglas y números de una forma diferente (p.87).

Esta labor toma mucho tiempo por lo que aún presenta resistencia entre los periodistas de *La Patria*, y ahora ellos tienen que cambiar titulares, ciertos elementos de la nota, entre otros aspectos y luego publicarlas. Estas son algunas de las tareas adicionales que les ha traído el

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

periodismo digital a ellos, y es por eso que dicen que no les queda tiempo para una reportería de mayor alcance.

Tenemos que estar actualizando continuamente información en la página web y tenemos que subir las páginas de nuestros artículos que van a salir al otro día. Estamos en un evento, en una conferencia, en un taller y queremos tener la última noticia porque además se volvió una forma de competir con la radio, entonces tenemos que estar llamando y enviando información continuamente. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

En cuanto a *Noticias LPTV*, además de transmitirse por el canal *UNE* para los abonados a este sistema de televisión paga, también se emite por [www.lapatria.com](http://www.lapatria.com) y por el canal de YouTube del noticiero para llegar a un mayor número de personas.

Todo se maneja institucionalmente desde La Patria. Nuestras noticias se mandan editadas en formato video para ser ingresadas a nuestra página web. Entonces usted al consultar en la página de La Patria encuentra las notas que ya salieron al aire, y también puede consultarlas en YouTube. Algunas notas se pueden ver en una sección específica de la página web, o si La Patria desarrolla una noticia a veces le añaden el video de la nota. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Las redes sociales de los medios son la segunda opción en importancia para emitir los contenidos periodísticos, puntualmente por Facebook y Twitter, debido al crecimiento que han tenido en Colombia y como una oportunidad de llegar a más usuarios.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En el Twitter de *RCN Manizales* siempre las publicamos, porque si las publica solo en la página web ahí se le quedan (...) Las redes sociales le quitan un tiempo importante, pero está uno en otro espacio donde lo están viendo y leyendo. Hoy por ejemplo me encontraba a un señor y me dijo: muy buenas sus noticias. Y le pregunté ¿a qué hora me escucha? Me dijo, no lo escucho, me doy cuenta de todas las noticias tuyas por el Facebook en el celular. Me sorprendí porque eso puede ocurrir con muchas personas. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Las redes sociales cada vez ganan más espacio y algunos periodistas comparten los enlaces de sus informaciones por sus perfiles de Twitter o páginas de Facebook, como una manera de llegar a una gran cantidad de personas que ahora satisfacen sus necesidades de información por estas vías.

Otros por su parte, tienen presencia en *social media*, pero no emiten sus contenidos por estas sino que se dedican a monitorearlas para obtener información o datos que podrían llevar a generar noticias. No lo hacen tal vez porque alguna otra persona del medio lo hace, ya que son directores de noticiero y pueden delegar esta función.

Los *social media* también traen muchos beneficios en términos de visibilidad para los medios e interacción con las personas. Volviendo al trabajo de Rueda y Tovar (2011), los periodistas entrevistados mencionaron sobre estas herramientas que identifican a Facebook “como una red que es útil para publicar información personal, estar en contacto con amigos y fuentes de información, hacer intercambio y como entretenimiento” (p.108), mientras que Twitter tiene más

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

valor periodístico porque “es un sistema que ayuda a descubrir noticias que las personas denuncian o publican” (p.108).

Pero precisamente este punto es de especial cuidado por lo que puedan publicar los usuarios en las páginas de Facebook y Twitter como comentarios, lo que implica que debe existir un control permanente para evitar abusos, labor que obviamente necesita tiempo y un responsable.

A nosotros nos tocó abrir una (página) en Facebook y había que tener mucho control porque la gente se excedía en las fotos, en los comentarios. Yo hubiera preferido una página web pero Bogotá no dejó, entonces nos tocó Facebook y muy complicado porque los insultos, las fotos malucas, que no le gustaba a la gerente que me regañaba y yo le decía que no podía estar las 24 horas abriendo el Facebook, entonces puse al practicante y lo que viera raro lo borrara. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

De acuerdo con los testimonios de los periodistas entrevistados, su presencia en redes se constituye en una estrategia para no quedarse rezagados, aunque muchos no aprovechan a fondo los recursos que les ofrecen estas herramientas para su ejercicio profesional.

Estamos compitiendo con *RCN*, *Caracol* y todos, pero a veces nosotros creemos que somos los dueños de la noticia, pero la noticia exige que la demos a conocer ya, ahora no se pueden guardar. Y ¿qué hay detrás de eso? El saber manejar un aparato y entender la dinámica de las redes sociales y de los medios de comunicación. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Estas situaciones también se reflejan en un estudio con 12 periodistas deportivos de EE.UU. que fueron consultados por Kian y Murray (2014) para conocer sus opiniones sobre las redes sociales, y quienes entre otras cosas encontraron que todos utilizaban constantemente Twitter para su trabajo, pero a la mayoría de ellos no les gustaba interactuar.

Al respecto, sobresale el caso del *Noticias LPTV*, que ya no cuenta redes sociales propias, lo que podría verse como una desventaja para los usuarios pues podrían tener un acceso más directo e interacción con los reporteros de este espacio, para entregar retroalimentación sobre el trabajo periodístico y sugerir nuevos temas, enfoques, etc.

Las utilizamos un tiempo, pero a raíz de manejar unidad institucional o una imagen corporativa que es la de *La Patria*, ya eso quedó al margen y entonces a través de su cuenta de Twitter es que se promocionan las notas o el noticiero. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Dentro de los periodistas seleccionados para esta investigación, la labor y el uso de redes sociales de Osvaldo Hernández Buriticá es especialmente notorio por ser, además del más activo, el que más seguidores tiene en Twitter, pues al 7 de noviembre de 2016 contaba con 11.170 trinos y 3.863 seguidores.

Esto se le puede atribuir en parte a su reconocimiento en la ciudad como el editor de deportes de *La Patria*, al manejar temas tan populares y masivos como la información del equipo de fútbol de Manizales, y además hacer que en la página web la sección de deportes sea una de las más visitadas, detrás de la de judiciales o sucesos.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Usted me mira mi perfil de Twitter y ve que hace dos o tres días no publico nada, pero hay un tema grande y le pongo 5 o 6 (temas) muy grandes y eso ha hecho que tenga casi 4.000 seguidores. En Facebook también muy parecido, yo pongo un video y alcanza más de mil vistas de un día para otro (...) Subo a las cuentas más, pero también mando para que suban a la cuenta del periódico. Primero está el periódico y después estoy yo, porque yo estoy en el sitio de la noticia para el periódico, no para mí. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Cuando se realiza algún tipo de cubrimiento fuera de la ciudad, Osvaldo Hernández Buriticá utiliza más las herramientas digitales disponibles para ofrecer contenidos diferentes y en varias plataformas para sus seguidores en redes sociales, como por ejemplo con audios para el recientemente creado servicio de *La Patria Radio*.

Hace poco estuve en el Campeonato Nacional de Ciclismo, y casi que se podría decir que hice la transmisión por Twitter. Cogía y grababa (con el celular) y al instante decía, este es el paso de los corredores, hay una fuga, etc., y seguía. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 7.4 Capacitación en periodismo digital

La capacitación es un proceso que en cualquier entorno profesional es visto como una obligación para que una persona evolucione en su campo laboral, consistente en la obtención de nuevos conocimientos que le permitan atender los retos que día a día surgen en un trabajo.

El periodismo no fue la excepción, y al respecto Franco y Guzmán (2004) en una investigación en la que consultaron 23 medios de Latinoamérica, destacan que en 2004 el 53% de los periodistas de las páginas web de los medios no tenían formación en periodismo digital, y un 47% sí tenía (30% obtenida en el país y 17% en el exterior) (p.19).

En el caso de los periodistas entrevistados para esta investigación, todos con 20 años y más de experiencia en la labor, era obvia la necesidad de que recibieran capacitación de diversas fuentes para poder hacer frente a los cambios que se han presentado en las rutinas periodísticas, pero se conocieron casos de profesionales como Mariela Márquez Quintero quien dice que nunca recibió formación adecuada en periodismo digital.

Algunos se han beneficiado de capacitaciones en variados temas, pero se observa en general el aprendizaje autónomo en el manejo de herramientas digitales como redes sociales, etc, las cuales han conocido bajo la estrategia de ‘cacharriar’, que no es más que tratar de obtener conocimientos sobre algún tema, dispositivo o herramienta digital, usándolo constantemente y detectando sus funciones con poca o ninguna ayuda de alguien más, y sin procesos formales de aprendizaje.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Esto se podría interpretar como la recursividad de los periodistas que ante la falta de procesos adecuados de aprendizaje, se las ingenian para probar las diferentes herramientas y servicios que se encuentran en Internet para llegar a más personas. Sin embargo, a pesar del esfuerzo de muchos por actualizarse, también está la otra cara de la situación que es la improvisación de algunos comunicadores de la ciudad que abren blogs y crean cuentas en diversos servicios (Facebook, Twitter, Soundcloud, Google+, etc) que luego abandonan y cambian por otros, dejando en el limbo a quienes los siguen.

Aquí cabe mencionar que en la monografía de Sabogal (2004) sobre el nuevo entorno de los medios y el impacto de Internet y las TIC, el autor profundiza en las habilidades y técnicas que deben manejar los periodistas para afrontar retos, pero que el profesional en comunicación se debe adaptar por su cuenta al uso de las herramientas digitales para su trabajo, ante la falta de mayor actualización y capacitación que deberían presentarse en los medios.

Similar visión se advierte en el trabajo de grado de Barbosa (2012) sobre el reto de la formación de periodistas digitales, en el que se les consultó a varios periodistas de trayectoria nacional sobre su transición del periodismo tradicional a los medios digitales y uno de ellos, Harold Abueta, mencionó que la adaptación había sido difícil pero reconfortante porque lo aprendido fue por iniciativa propia y se va perfeccionando con la labor diaria.

Desde la perspectiva de la capacitación por iniciativa propia de los periodistas, se observó que muy pocos periodistas han asistido a seminarios, charlas o congresos sobre periodismo digital y sus herramientas en Manizales y otras ciudades, y la razón es la falta de tiempo.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

He participado por ahí en dos o tres y hace mucho tiempo. En la Universidad de Manizales nos dieron una capacitación, pero hace bastante rato, pero la empresa nunca nos ha dado esa posibilidad. Tenía un compañero que era 23 años mayor que yo y se estrenó más rápido el cerebro en los temas digitales y a él no le asustaba eso, pero ha sido por iniciativa propia, más por ‘cacharriar’. Lo mismo pasa con Carlos que lo que ha aprendido ha sido empíricamente y lo que este servidor sabe, fuera de que en alguna época tuve algún curso sobre esto, lo he hecho empíricamente, pero a medida que pasan los días aparecen cosas mucho más avanzadas. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Concuerda con esta realidad la investigación de Franco (2009) llamado *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*, en el que se encontró que de los 588 periodistas que fueron consultados, el 65,4% obtuvo por cuenta propia los conocimientos para desempeñarse como periodista digital.

Algunas entidades como la Cámara de Comercio de Manizales han traído periodistas reconocidos nacionalmente para dictar charlas sobre periodismo en general con Ernesto Cortés Fierro, Editor de Jefe de *El Tiempo*, o periodismo de datos con Ginna Morelo, editora de la Unidad de Datos de *El Tiempo*.

La Alcaldía de Manizales y otras instituciones también han propiciado estos encuentros, pero de corta duración, por lo que no constituyen una fuente significativa de formación pues no tienen seguimiento y no se plantea la realización de trabajos, entonces los periodistas los toman como una oportunidad de conocer nuevas herramientas, copiar enlaces de Internet y que en muchos casos simplemente se quedan olvidados en la libreta de apuntes.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Otros los prueban en sus escasos ratos libres para mirar qué provecho les pueden sacar y también hacen esfuerzos por actualizarse, inscribiéndose en organizaciones periodísticas como Consejo de Redacción, entre otras.

Estuve en México en 2015 en un seminario en periodismo y hubo un espacio especial para periodismo digital en deportes con un consultor del diario As (España), de la SIP. Yo me retiré, pero por Consejo de Redacción fui a Río de Janeiro a presentar una ponencia sobre periodismo de investigación en deportes. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

En el caso de este periodista, su gusto por las novedades tecnológicas ha influido en su aprendizaje y adaptación a las TIC, poniendo en práctica lo aprendido. "Yo he sido muy adicto a la tecnología y siempre me ha gustado tener muy buena tecnología, y esa pasión me ha permitido explorar y conocer los aparatos, aprovecharlos al máximo" (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Según los consultados, por las constantes tareas en el ejercicio diario, tampoco han realizado estudios de pregrado o de posgrado sobre el mismo tema, ni descargan habitualmente aplicaciones o han probado servicios web relacionados con periodismo digital. "No acostumbro, hay veces veo para enterarme de alguna cosa en particular o si es para escribir alguna de mis columnas de opinión, pero me queda muy difícil" (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Además es muy esporádica la consulta en redes sociales para leer y en servicios como YouTube ver videos o escuchar audios relacionados con este asunto. “La verdad que no he consultado. Uno como director tiene que estar pendiente de muchas cosas, los muchachos de pronto sí son inquietos y están pendientes de mucha cosa y les queda un poquito más de tiempo” (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

En cuanto a libros leídos sobre periodismo digital, varios consultados dijeron que ninguno y solo dos mencionaron *Cómo escribir para la web* del periodista colombiano Guillermo Franco, lo que se puede interpretar de dos formas. Una, es que posiblemente no les interesa leer más sobre el tema porque ya cuentan con lo básico para montar una nota en la web o compartir una noticia por las redes sociales y creen que con eso es suficiente; o segundo, que sí les gustaría profundizar más al respecto pero no les queda tiempo para esta actividad por la carga laboral, lo que plantearía un llamado de atención para que los medios de comunicación generen mayores espacios para la lectura y análisis de textos de este y otros temas, que beneficiarán a todos.

Me toca en la universidad más textos más académicos y entro a todas esas páginas, leo por ejemplo 'El mal educado digital' pero más para hacer una pedagogía. Yo no les voy a enseñar nuevas tecnologías porque no sé, me gusta más la semiología y los efectos de esas nuevas tecnologías, eso sí lo leo, qué es ser un adicto digital, etc., Eso más que aprender de esas tecnologías. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Lo mencionado en la variable de edición de contenidos sobre la poca participación en las redes sociales para compartir contenidos que no sean sus noticias, también se evidencia en este punto, pues es mínimo el envío de enlaces sobre periodismo digital y sus herramientas a sus

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

colegas. “Sí compartimos algunas veces temas relacionados, pero continuamente tenemos talleres para conocer y entender que este mundo cambió y tener ese enfoque digital, entonces lo que nos llega como material de consulta” (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

En cuanto a perfiles que siguen en redes sociales de medios o periodistas destacados por el uso de herramientas digitales en el periodismo o por reputación, en general mencionan a directores de grandes medios nacionales o columnistas de opinión reconocidos, pero se destaca la mención de organizaciones relacionadas con el fomento de la prensa.

Una cosa muy institucional es la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) que trae cosas muy interesantes. Por tipo de periodismo y posiciones distintas que le hagan ver a uno más el universo, me ocupo de *La Silla Vacía*, *Kienyke*, y los medios nacionales principales *Semana*, *El Tiempo*, *El Espectador*, y periódicos regionales. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Por otra parte, se encontró que los procesos de capacitación por iniciativa de los medios en los que trabajan los periodistas seleccionados muestran dos tendencias. Algunos aunque hacen parte de medios reconocidos como *Caracol Radio* y *Todelar* dicen no haber recibido ninguna capacitación en periodismo digital y sus herramientas, y otros que laboran en el principal medio de la región, han participado en los últimos años en varios cursos de hasta dos o tres días de duración con periodistas nacionales y extranjeros.

Nunca en los 27 años que estuve recibí una capacitación de periodismo digital y mucho se reclamó de la empresa (...) Ellos infieren que uno ya sabe y como los muchachos vienen

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

sabiendo todo (...) Yo alegaba la capacitación en enseñarnos a hacer un uso debido de eso dentro del periodismo. Le digo la verdad y lo he dicho públicamente: no se pudo. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Esta situación coincide con la presentada en la monografía de Camacho y Patiño (2002) sobre Internet desde la perspectiva del periodismo desde lo legal, ético, social y la misma profesión, en la que se menciona que los medios de comunicación no estaban capacitando a sus periodistas, quienes necesitaban nuevos conocimientos para afrontar los cambios.

Lo que sorprende es que este trabajo muestra esta situación en 2002 y ahora en 2016, año en que se realizó la presente investigación, algunas empresas de medios no hayan tomado medidas para actualizar con regularidad a sus empleados, como se evidencia en el caso de Argemiro Rincón Arango, quien recuerda que era tanto el desconocimiento o el temor a la llegada de las nuevas tecnologías, que un gerente de su emisora no permitió que se usara Internet para salir al aire con los programas.

Primero prohibió conectarlo a la consola que porque eso le dañaba el sonido a la emisora, después lo frenó que porque traer eso aquí era competencia para él, después que no le interesaba salir en la web, cosas como esas (...) entonces era gente muy cerrada que no quería el avance tecnológico. Hasta hace muchos años, teníamos una consola tradicional, que ya después de un tiempo se digitalizó y todavía le falta digitalizarse más. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Ante esta problemática plantean alternativas para buscar la capacitación a través del Estado en cabeza del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) o de instituciones privadas de la ciudad relacionadas con tecnología como Parquesoft (incubadora de proyectos de emprendimiento de base tecnológica), Neurocity (Laboratorio de Creatividad e Innovación), BIOS (Centro de Bioinformática y Biología Computacional), y otras iniciativas con un enfoque educativo como Manizales Más (capacitación para el emprendimiento), etc.

Yo pienso que no es para dos días, una buena capacitación sería unos tres fines de semana. Me cansé y se lo digo, y lo sostengo, mientras nos están dando plata en publicidad, cosas y regalos, denos una capacitación. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Sin embargo, también tienen sus reservas respecto a la efectividad y capacidad del Estado para capacitar a la población en temas digitales, debido a programas que están en ejecución y que por su ejercicio periodístico han conocido algunas fallas en ellos.

El Ministerio de las TIC tiene un programa que se llama *Nativos Digitales*, y sabe ¿cuál es el programa bandera? Irse por todo el país a regalar tabletas, computadores, y tienen Internet en el momento de la inauguración para tomarse la foto, pero después cuando se van hasta las mismas tabletas se las llevan o dejan una cantidad de aparatos que no sirven. Eso está ocurriendo no es un invento. Y ¿dónde está la capacitación tanto para los educadores que les dejan la responsabilidad de orientar como para los mismos muchachos? (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

La otra cara de la situación la muestran los demás periodistas que sí han sido capacitados con frecuencia y en diversidad de temas como escritura para la web, uso de las redes sociales, nuevas herramientas, periodismo de datos, etc. Además los medios los consultan sobre otras novedades que desean conocer y siempre se da una retroalimentación con los compañeros sobre charlas a las que asistan sobre los asuntos mencionados.

Cursos de periodismo digital los que nos ha brindado la empresa, unos tres, básicamente sobre publicación en la web y cuando la moda de Facebook, Twitter y todo eso, que las noticias en la web sean impecables y sobretodo *RCN* se preocupa mucho por la forma de titular que es clave. (...) Han sido capacitaciones en Bogotá que nos han convocado a los directores con conferencistas muy buenos como uno de *El Tiempo* (Guillermo Franco), porque ellos habían picado en punta en este tema y eran el referente. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Haciendo un contraste con la investigación de Franco y Guzmán (2004), en esta se mostró que las mayores necesidades de formación según los responsables de unidades digitales fueron la creación de productos multimedia con un 70%, y cómo escribir para Internet con 17% (p.22).

Hemos tenido mucha gente. Un señor de California que habló sobre realización de videos y descargar programas para esto. Una periodista chilena conferencista de varias partes y un seminario que tuvimos en Bogotá muy bueno en el que nos dijeron que con las herramientas que uno tiene se pueden hacer muchas cosas (...) Un tema fue el de escribir diferente para la página web, y otro la presentación ante la cámara de televisión y cómo improvisar. Tuvimos

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

un taller de infografía y sobre la importancia de cómo tomar una buena fotografía. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

La mayoría de los medios en los que laboran los periodistas consultados han entregado apoyos económicos o facilidades para que los periodistas adquieran *smartphones* o dispositivos móviles, como una manera de mejorar las herramientas disponibles y que les permita obtener material de audio, video y fotografías en cualquier lugar.

En *La Patria* se han dado facilidades para conseguir *smartphones*, sobre todo ahora que ha se venido insistiendo que se tiene una herramienta muy útil a la mano. O cuando salieron las grabadoras digitales que eran más completas, también se ofrecieron posibilidades de adquirir esos equipos. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

No pasa lo mismo con estímulos económicos para realizar estudios universitarios sobre periodismo digital, debido al costo económico y esencialmente a que esto implicaría que el periodista falte a algunas jornadas de trabajo por asistir a las clases, aunque se podría pensar en estudios de posgrado virtuales que permitan que el profesional maneje su tiempo.

Hay que destacar los talleres y las formaciones que dan sobre periodismo digital, pero ya como para hacer una especialización o que el medio le diga a uno que haga un estudio en periodismo digital y yo le pago mitad, no. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

También se consultó sobre qué equipos de última tecnología ha comprado el medio últimamente, ya que estos pueden ayudar a complementar los procesos de capacitación y así dar

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

un mejor uso de las herramientas del periodismo digital, y se rescata el caso del canal de televisión en el que se transmite *Noticias LPTV*, ya que era una necesidad que no se podía aplazar más para garantizar la calidad del informativo.

Se tenían unos equipos muy obsoletos, se grababa con DVD y con casete, y eso nos generaba muchas dificultades porque el material que se hacía se bajaba en tiempo real, o se enredaba la cinta o el casete sacaba la mano, entonces teníamos muchos errores. Se hizo una inversión grande y ya todos los equipos quedaron digitales, con equipos de edición muy completos, todo eso nos ayudó a mejorar y ser más rápidos y oportunos en la información. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Como se mencionó en el Marco Contextual de esta investigación, en Colombia hay ejemplos de iniciativas encaminadas a la formación de los periodistas en entornos digitales como son la red de periodistas *Periodismo de hoy*, y el convenio entre la Asociación Colombiana de editores de diarios y medios informativos (Andiarios) y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), a través de su programa de formación especializada y actualización tecnológica del recurso humano, que ha beneficiado a cientos de directivos, editores y periodistas de periódicos de Medellín, Barranquilla, Cartagena, Bogotá, Pereira, Montería, Ibagué, Cucutá, Bucaramanga, Santa Marta, Cali y Manizales.

También hay que destacar el caso de los *Hangouts* de Periodismo, plataforma que impulsa la reflexión, la formación y la innovación entre periodistas, comunicadores, estudiantes, academia y medios de comunicación de Iberoamérica, a través de contenidos virtuales y presenciales.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Surge de un proyecto personal del periodista colombiano Mauricio Jaramillo Marín en 2012, el cual cuenta con el apoyo de varios periodistas iberoamericanos, quienes periódicamente se reúnen en una charla virtual (a julio de 2016 van 85 disponibles) sobre una temática diferente sobre periodismo a través de la herramienta de chat Google Hangouts, con expertos invitados de diferentes países.

Surgió cuando, después de 3 años de giras de talleres por Latinoamérica, entendí que los periodistas tenemos grandes vacíos y una necesidad inminente de actualizarnos y abrir la mente. Y no solo en las herramientas tecnológicas, sino en el entendimiento de las nuevas audiencias, los retos y las oportunidades en Internet, la experimentación en lenguajes y formatos, la ética, las tendencias globales en periodismo y medios, emprendimiento y modelos de negocio, y tantos otros campos en los que, así llevemos 20 o 30 años en el ejercicio de la profesión, somos novatos. (párr. 2)

Este tipo de experiencias positivas podrían ser potenciadas con el apoyo de diversas instituciones o empresas para buscar que la capacitación (presencial o virtual como en los cursos en línea gratuitos del SENA) llegue no solo a las empresas periodísticas más grandes de estas ciudades sino también a los medios pequeños y periodistas independientes que solo cuentan con un espacio radial, o alimentan un blog o página web, para que los ciudadanos puedan tener más opciones de acceder a información oportuna, de calidad y en diversos formatos y plataformas.

También hay que hacer referencia a los llamados MOOC's (acrónimo en inglés de Massive Open Online Course) o COMA (en español Curso Online Masivo Abierto), algunos de los cuales son ofrecidos por las más prestigiosas instituciones de educación superior, y en los que los

# **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

periodistas tendrían facilidades de horarios y una gran cantidad de posibilidades de capacitación en diversos temas.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 7.5 Estabilidad laboral

Uno de los principales temores que surgieron entre los periodistas cuando se empezó a utilizar Internet en el oficio fue que aquellos profesionales más veteranos terminarían sin trabajo porque no estaban preparados para estos cambios y serían reemplazados por jóvenes que tuvieran el conocimiento sobre dispositivos y herramientas digitales.

De pronto algunos renuentes a nuevos retos decidieron retirarse y dedicarse a otra labor, pero otros como los que entregaron su testimonio para esta investigación, decidieron seguir adelante y tratar de adaptarse de la mejor forma posible a las redes sociales, a escribir noticias para una página web, a editar audio y video, a buscar entrevistas a través de chats, a contactar a personas por Facebook, etc.

Ha sido todo un proceso en el que, como se observó en el apartado anterior de resultados, ha tenido mucha importancia la capacitación en periodismo digital que hayan recibido los periodistas de sus medios o de lo que hayan aprendido por sí mismos en el día a día, para así mantener su puesto de trabajo.

Los seis periodistas consultados no recordaron ningún caso puntual en el que la falta de apropiación de las TIC y de las herramientas del periodismo digital haya provocado el despido de un colega en Manizales. “Generalmente he conocido (casos) en Semana de temas de despidos. El recorte que hicieron la otra vez en El Espectador, obviamente mucho tiene que ver con el periodismo digital” (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Los damnificados fueron otros empleados de los medios de comunicación, cuyas labores fueron remplazadas por máquinas, o incluso por los mismos periodistas, ya que empezaron, por ejemplo, a editar sus audios y a subir sus artículos a la página web del medio.

¿Qué desplazó de la radio las nuevas tecnologías? A los locutores y los operadores. Ahora solo hay operador de las 6:00 a.m. a las 2:00 p.m. y el resto es satelital y el computador hace todo. En la radio yo pienso que salió por lo menos el 30% de los empleados. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Los periodistas que participaron en este estudio tienen una larga permanencia en la misma empresa, como Argemiro Rincón quien lleva 30 años en *Todelar*, Mariela Márquez que estuvo 27 años en *Caracol Radio*, Osvaldo Hernández 21 años en *La Patria*, Álvaro Segura 20 años en *La Patria*, Juan Carlos Layton 15 años en *La Patria*, y Reinel Llano ocho años en *RCN*, pero que antes estuvo 15 años en *Caracol Radio*.

Varios de ellos señalan que la capacitación que han recibido en periodismo digital sí ha incidido para conservar el mismo trabajo, pues han obtenido y puesto en práctica los conocimientos en lo digital, pero además tienen el plus de poseer la experiencia, bagaje y recorrido en los medios de la ciudad, algo que no tienen los jóvenes profesionales.

Obviamente que sí incide, porque no me imagino un periodista que su trabajo no lo enfoque ni esté en las redes sociales. Me atrevería a decir que a uno lo están leyendo más en redes sociales que en radio (...). Si uno no se capacita, el rendimiento no va a ser el mismo y eso

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

posiblemente va a motivar un despido. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Álvaro Segura dice que lo poco que ha aprendido le ha servido mucho, porque pasó de trabajar en un medio escrito a la TV, entonces retomó muchas cosas que había conocido hace varios años, y aprender otras nuevas. Agregó que las novedades tecnológicas les han facilitado las cosas a los periodistas de ahora para su trabajo, pero reconoce que todos se tienen que meter de lleno, quiéranlo o no, en las nuevas tecnologías.

Yo les digo muchas veces a los periodistas que llegan de la universidad (...) que no les tocó hacer periodismo hace 20 años. (...) Salíamos de *La Patria* a hacer una reportería a cualquier sitio y no teníamos posibilidad de llamar al jefe para decirle que llegamos y no encontramos nada, y no podíamos llegar otra vez a la redacción sin ningún material y entonces había que buscar algo qué hacer. (...) Hoy con WhatsApp se puede decir qué se le pregunta a un personaje. Antes uno iba acompañado de la grabadora y un fotógrafo. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Sobre el mismo tema, Osvaldo Hernández Buriticá cree que su capacitación ha incidido mucho en su estabilidad y que está obligado como profesional a aprender y a adaptarse al periodismo digital, debido a la velocidad de cambios actuales que afectan a los medios, y además a entregar los contenidos como los necesita el lector. “Uno piensa que si uno sigue vigente en una empresa es porque lo necesitan, pero también tiene uno que aportar, cambiar ese chip de tener acceso y manejar esas otras herramientas que exige el medio” (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Desde el punto de vista de quienes no han tenido capacitación, su permanencia y estabilidad se podría explicar por el reconocimiento y trayectoria que han tenido en los medios de la ciudad, como también por haber desarrollado un método o una rutina eficaz para que muchos manizaleños los prefieran. Además, no se puede olvidar que también han llevado a cabo un proceso de adaptación personal y experimental con las diferentes herramientas y dispositivos que aparecieron en escena, para tratar de estar al día en temas tecnológicos.

No digo que nos den una maestría pero por lo menos un diplomado, porque podemos conocer las herramientas, pero no las utilizamos bien, no miramos su aporte. Uno sabe escribir, tiene correo y tiene Twitter, lo elemental, pero qué bueno mejorar y que esas herramientas aporten como deben aportar. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Argemiro Rincón comenta que a su jefe poco le interesa el uso de medios electrónicos y digitales ya que su noticiero es muy reconocido y lleva mucho tiempo al aire, pero que a él y a su equipo sí les parece importante y no le tienen miedo a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El mismo empleador no sabe si nosotros utilizamos los medios electrónicos para la información, a él lo que le interesa es el resultado final y que hagamos la emisión del noticiero. Las TIC no nos asustan e inclusive la presentación de los programas y de los noticieros le damos cabida a lo análogo y lo digital. Si quiere comunicarse por la línea tradicional le damos el número fijo, pero también estamos en los medios electrónicos y redes, entonces mezclamos las dos cosas. Y si todavía se utiliza lo tradicional,

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

¿por qué lo vamos a abolir del todo? (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Las reacciones iniciales de los periodistas consultados frente el uso de Internet y herramientas digitales en el periodismo, variaron según el número de años de experiencia en el oficio.

Me dio muy duro. Internet me parece maravilloso y todos los medios, pero el día en que me dijeron que debía hacer, grabar y mandar, me demoré seis meses para editar el sonido, grabar, bajarle y subirle el volumen, y hablar. Ya al año volaba, es cuestión de práctica. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Los más veteranos, todos ellos de la radio, reconocieron que fue complicado al principio, sobretodo porque tuvieron que asumir nuevas funciones que antes realizaban otras personas como los operadores de audio.

Uno tiende a preocuparse, pero cuando ya comienza a meterse en situación, es como cuando uno comienza a evolucionar en cualquier cargo, en el que se llega a un área distinta y es cuestión de empaparse. Si al periodismo uno le tiene vocación, uno ingresa al campo que sea. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Con el paso del tiempo y la retroalimentación entre colegas, los nuevos aprendizajes se fueron afianzando en su rutina periodística y detectaron las ventajas que les podría generar para su labor.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Al interior de la empresa hemos ido aprendiendo por reflejo, por iniciativa nuestra, y la verdad en todo esto de cómo presentar la información, en qué canal, por qué medio, en mi caso eso nunca me ha asustado y esto es de innovar todos los días. Cuando uno se encuentra con ese tipo de cosas uno tiene que adaptarse a las condiciones. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

A los que llevan menos tiempo en el periodismo, tal vez un poco más acostumbrados a la tecnología y sin tantas rutinas ya enquistadas, les pareció algo muy positivo, por ejemplo, en términos de rapidez y facilidad de contactar a los personajes por diferentes plataformas.

Fue algo maravilloso porque ahora uno no espera un fax sino que recibe la información completa. Nadie se imaginaba por ejemplo el tema del Twitter, que uno tuviera información continua y que esté llegando continuamente, eso es espectacular. El mismo WhatsApp y uno mantiene lleno de información, nutrido, entonces es positivo conocer más medios. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Además se encontraron con nuevas formas de transmitir y obtener la información que antes sería imposible alcanzar, como por ejemplo a través de las páginas web de medios de otras ciudades y países del mundo, para facilitar el cubrimiento de hechos que antes no estaban a su alcance.

Fascinado. Cuando se trajo el primer computador que tenía Internet, Orlando (Sierra, subdirector de *La Patria*) y yo peleábamos por estar en él, y en esa época el Once Caldas iba a jugar la Copa Conmebol entonces me metía a la página de un periódico de Brasil (...) El

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

equipo iba a jugar con el Santos entonces eso me obligaba todos los días a informarme sobre lo que hacían, incluso nunca se me olvida que por ese mismo aparato contacté al periodista de Brasil y me atendieron si ningún lío. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Las expresiones de júbilo y asombro sobre las maravillas de Internet, desaparecen y se convierten en miradas y gestos de reproche en las caras de la mayoría de los periodistas, cuando se indaga sobre las primeras reacciones ante la convergencia de medios, que básicamente declaran haberles aumentado la carga laboral a todos los entrevistados.

Me parece que esa figura es perversa y es lo que se utiliza en EE.UU. y en el mundo. La *BBC* tiene radio, tiene televisión y periódico, y el periodista hace las tres cosas. Yo pienso que una de las tres la tiene que hacer mal, solo por el estrés, por la tensión, por la actividad. Una cosa es yo hablar en radio, y otra cosa es siéntese a escribir el texto, y otra cosa salga en televisión que es una visión distinta, otra en las redes sociales, en el Twitter, en YouTube. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

En un artículo que habla sobre el papel del periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial, Masip y Micó (2008) comentan que en un estudio de la *National Union of Journalists* de Inglaterra, se indica que los “horarios de una cuarta parte de los redactores británicos han cambiado tras la introducción de los medios digitales en sus empresas; un 75% de encuestados afirma que trabaja más desde que las redacciones se han integrado” (p.95).

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Las opiniones más negativas y extremas fueron las de los periodistas más veteranos, quienes declaran no entender por qué un profesional de radio tenía de un momento a otro que empezar a estar listo para hacer una nota para el impreso, para la edición digital o para televisión, cuando no tenía conocimiento para estas labores.

Ese es uno de los grandes pecados, porque usted se volverá un todero, pero ¿hasta dónde lo hará todo bien? Yo conozco muchos periodistas que son malos entrevistadores y conozco excelentes entrevistadores que son malos periodistas, entonces si esa analogía la hacemos a las distintas formas de hacer periodismo, pues nos encontramos con ese tipo de cosas. (...) Volverse un todero ya con eso se están economizando en una empresa tres periodistas y además hasta dónde es bueno concentrar tanto poder en uno solo. (A. Rincón, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

La misma investigación de Masip y Micó (2008) aseguran que resulta difícil que las dinámicas laborales de prensa, radio, televisión e Internet, con sus estilos, valores y ritmos diferentes coincidan para trabajar de forma sincronizada. “Las experiencias profesionales indican que la clave del éxito en la integración de redacciones radica en un cambio en los procesos productivos. Si no se rediseña la forma de trabajar, los periodistas difícilmente se adaptarán a los nuevos retos” (p.95).

Las posiciones de los periodistas consultados coinciden con lo revelado por la monografía de Sabogal (2004) sobre el nuevo entorno de los medios y el impacto de Internet y las TIC, pues al hablar sobre sus condiciones laborales, afirman que se han visto obligados a realizar el trabajo de tres o más personas, con una influencia negativa directa sobre la calidad y dedicación de su tarea.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

A uno lo sorprende para mal porque la verdad es que son más obligaciones laborales por la misma plata. Entonces hay que hacer tantas cosas que usted no se puede focalizar para hacer un trabajo diferente, con valor agregado, que te diferencie en el medio. Todos estamos registrando y registrando, y no hay tiempo para investigar. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Los periodistas menos veteranos también demostraron reproches por esta práctica, reconociendo que generó rechazo en algunos colegas, pero que progresivamente se ha ido entendiendo que todos los periodistas están en capacidad de obtener contenidos para cada una de las diferentes plataformas (prensa, radio, TV, Internet), ayudados por la capacitación brindada por los medios.

Tenemos que estar en capacidad de entregar información puntual para uno u otro medio y todos estamos ya metidos en ese cuento. Sabemos todos que somos un medio multimedia y que en cualquier momento, en cualquier cosa nos tenemos que desempeñar. Gústelo o no, o le tenga pánico o no a las cámaras, pero hágalo porque no tenemos otra alternativa y es para *La Patria*, y no nos podemos dejar ‘chiviar’. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

También hay actitudes más conciliadoras y que expresan que se necesita tener una actitud positiva frente a los retos y cambios que se presentan en el oficio.

Uno a veces es resistente al cambio, pero también tiene que entender que la convergencia se tiene que ir dando, que se tienen que ir generando nuevas cosas que significan más trabajo,

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

pero también implican escribir más corto, y volverse más visual. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Frente a la convergencia, Masip y Micó (2008), afirman que fue una reacción ante la caída de la circulación y la publicidad que se ha dado desde hace varios años de los medios tradicionales y en el especial la prensa, así como el cambio en los hábitos de consumo de información, todo por la irrupción de Internet. “La circulación de los diarios en EE.UU. disminuye cada año en un 5%, y la cifra de espectadores también baja. En 2007, los ejemplares de periódicos españoles vendidos fue 86 por cada mil habitantes, 17 menos que en 2000” (p.92).

Ante este contexto, es posible que los periodistas entiendan que si se adaptan a los cambios de la era digital, se darán más posibilidades de que los medios para los que trabajan se mantengan en escena y no desaparezcan, y de esta manera conservar sus empleos. Algo que en una ciudad pequeña como Manizales, es todo un desafío.

Por eso se podría decir que decidieron acoger la convergencia y de inmediato encontraron nuevas funciones por asumir, y entre las principales que mencionaron están el uso de diferentes equipos electrónicos como los computadores y celulares para la labor periodística; la utilización de programas para grabar y editar audios, y la subida de las noticias a la página web y redes sociales del respectivo medio.

Estamos en un evento y queremos tener la última noticia, porque además se volvió una forma de competir con la radio, entonces tenemos que estar llamando y enviando información continuamente. Si no está el fotógrafo tenemos que aprovechar la herramienta del celular que

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

ya tiene mejor cámara y entregarla para el periódico. Utilizar un medio como el WhatsApp para entrevistar a alguien y que sea como un *última hora* y mandarlo para que llegue inmediatamente. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

Todas estas tareas y la velocidad de la producción se reflejan también en el estudio de Alejandro (2010) que entrevistó a periodistas de medios relevantes de varios países del mundo para preguntarles cómo los medios sociales han impactado la labor periodística. Los jefes de información y editores encuestados coincidieron en que los cambios tecnológicos han generado presiones para producir rápidamente contenidos con menos capacidad de reflexionar, menor tiempo para redactar con calidad y verificar los hechos, y la necesidad de la polivalencia de los profesionales.

Masip y Micó (2008) citan a Salaverría, García Avilés y Masip (2007), que realizaron un ejercicio para distinguir los distintos grados de polivalencia que podría tener un periodista en la actualidad.

Grado 0, periodista monomedia y no polivalente, que trabaja exclusivamente para un medio y realiza una única tarea (redacción, fotografía...). Grado 1, periodista multimedia y no polivalente, que trabaja para más de una plataforma y efectúa la misma labor en cada una de ellas (producción, edición...). Grado 2, periodista monomedia y polivalente, que trabaja para un único medio, pero lleva a término distintos trabajos (redacción, edición...). Grado 3, periodista multimedia y polivalente, que trabaja en distintos medios y elabora material para las diferentes plataformas y realiza tareas correspondientes a varias disciplinas periodísticas (redacción, fotografía, edición, locución...) (p.93).

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

En cualquier trabajo, podría darse por supuesto que el surgimiento de nuevas y variadas obligaciones en un cargo conlleva un aumento salarial, pero lo cierto es que en el país y en Manizales no ocurrió esto. Todos los periodistas consultados fueron enfáticos en afirmar que hacen más por el mismo dinero. “Éramos conscientes de que si se pagaba más pues el periódico va a perder recursos, entonces no hay mejoras salariales. Yo creo que difícilmente en algún medio en el país eso pueda haber sucedido”. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Se recuerda que el tema de condiciones laborales y salario ha sido tratado en investigaciones como la de Gutiérrez et al. (2010), en la que se mencionaba que los periodistas mejor pagados eran los de las revistas, los de peor salario eran los de radio y prensa, y que a los periodistas de Internet se dividían en un 50% que ganaban hasta dos millones de pesos, y otro 50% con sueldos superiores, proyectándose como uno de los sectores mejor pagos en la actualidad.

En el caso de nosotros de *RCN Radio*, tenemos una extraordinaria estabilidad laboral y eso vale más que a uno le suban el sueldo. ¿Qué se gana usted con que le suban la plata tres o cuatro meses y al quinto mes lo saquen? Entonces usted prefiere el mismo pago, pero mantenerse en el cargo, y hoy con las dificultades que hay para conseguir trabajo. (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

Cerrando el capítulo del análisis de la estabilidad laboral de los periodistas que participaron en la investigación, varios concluyeron que su proceso de adaptación a Internet y las herramientas digitales para el periodismo ha sido satisfactorio, con naturales tropiezos y temores al comenzar

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

una nueva etapa, pero que en general les ha mostrado un nuevo mundo de posibilidades y herramientas para ser mejores en el oficio que escogieron como opción de vida.

Muy buena (la adaptación) por el esfuerzo propio y por lo que da la empresa. Creo que hay un conjunto de elementos que le permiten a uno aprender, crecer y estar medianamente a la velocidad de lo que exigen los medios, porque seguramente hay gente y hay medios con conocimientos muy avanzados en esto. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

Otros anotan que el cambio no ha sido traumático para ellos, pero sí tal vez para otros colegas con mayor antigüedad en los medios de Manizales, que ya estaban acostumbrados a una forma y rutina de trabajo, algo así como una zona de confort en la que unos prefirieron seguir, mientras que otros tomaron el reto de renovarse.

Conozco gente de mucho tiempo en la radio que les llegó este tema y los puso en aprietos y es normal, pues una persona que lleve 30 años en el periodismo haciendo siempre lo mismo y llegue a un proceso de estos le cuesta (...) Es normal, algunos pondrían de su parte para no rezagarse y otros preferirían decir es muy complicado, el cansancio y el mismo peso de los años, entonces de pronto los obligó a hacerse a un lado. Creo que casos sí hay, pero no es la constante” (R. Llano, comunicación personal, 17 de febrero de 2016).

En el transcurso de la adaptación, también se reconoce el papel que jugaron las nuevas generaciones, como apoyo y soporte de aquellos más veteranos y menos aptos (en teoría) para el

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

uso y apropiación de las TIC, y que terminaron generando una dinámica que impulsa el trabajo en equipo para que la información llegue de manera adecuada a las audiencias.

Yo asumí el reto y sin dominarlo, pero lo hice bien porque estaban también los jóvenes. Si a mí no me ponen esos muchachos no creo que me hubiera ido tan bien. El cuento hubiera sido otro, todos adultos y todos sin saber entonces ¿qué hacíamos? Y no nos daban la capacitación que era mi discusión, entonces ¿cómo hago yo si no tengo quién me enseñe? Los muchachos salvaban, eso no lo puedo desconocer, si no fuera por ellos el atraso sería peor. (M. Márquez, comunicación personal, 30 de septiembre de 2015).

Todos los periodistas consultados aseguraron que ha sido muy buena su relación con los periodistas más jóvenes, y que se basa en una retroalimentación constante en la que los más nuevos ayudan a los más veteranos (como una especie de intercambio generacional) en el manejo de nuevas herramientas para el periodismo, mientras que los más veteranos entregan toda su experiencia y conocimiento periodístico para aconsejar y corregir a los jóvenes en los principios del oficio.

Llegan con un mayor conocimiento a enseñarle edición de fotos, a manejar herramientas para la web y a subir un texto a la página web. Existen muchos servicios para, por ejemplo, ver las fotos y hacer clic en la cabeza del personaje y se despliega un texto de 10 líneas. Ese tipo de cosas son muy importantes y uno se queja que no tenemos tiempo, pero creo que hay que jalarle a eso. Así como ellos aceptan nuestra experiencia, cuando les reclamamos que no escriban o digan algo que está mal. (J. Layton, comunicación personal, 15 de septiembre de 2015).

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Sobre este tema, la investigación con periodistas en las empresas radiales, de TV, agencias y medios digitales de Cataluña, de Scolari, Micó, Navarro y Pardo (2008), profundiza en las nuevas competencias a desarrollar en el entorno digital. Los encuestados mencionaron que el periodista nativo digital (joven) domina la tecnología, se adapta fácilmente al nuevo entorno y sabe cómo producir para diferentes formatos y lenguajes, mientras que el periodista veterano, por su condición de migrante digital, se ve obligado a reciclarse, y a aprender el funcionamiento de las nuevas herramientas y asimilar otras lógicas productivas (p.56).

Todo el que viene se le advierte qué necesitamos de él. Considero como aliados a quienes tienen un mejor desempeño en programas específicos que le permitan a uno darle mayor uso a las redes. Me han enseñado algunos trucos y cosas específicas, como el uso de Skype. Twitter no me ha gustado, pero por lo menos tengo mi cuenta, y eso fue a partir de lo que vi en los muchachos. (A. Segura, comunicación personal, 29 de febrero de 2016).

Al final de cuentas se trata de una relación gana-gana en la que el medio se beneficia al obtener contenidos que cuentan con la experiencia y conocimiento de los veteranos, y los aportes de los jóvenes en cuanto a difusión por nuevas plataformas o herramientas para presentar mejor la información. Sin embargo, en el aire queda la sensación de que la mayoría de los periodistas consultados, consideran que los comunicadores nativos digitales pueden conocer mucho de tecnología, pero no escriben bien, no leen y en resumen no saben tanto de periodismo como ellos. “Uno pensaría que ya traen el chip porque son pelaos que crecen con los aparatos en la mano, pero hay una gran diferencia entre tener el aparato y hacer periodismo con él, pero es muy buena la relación”. (O. Hernández, comunicación personal, 9 de marzo de 2016).

## **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

Esta clase de juicios o generalizaciones en algún momento podrían generar enfrentamientos entre estos dos grupos al interior de una sala de redacción, aunque ambos sepan que necesitan del otro para seguir generando productos informativos para sus medios que llamen la atención de las personas, y que por ende garanticen por mucho tiempo sus puestos y estabilidad laboral.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 8. CONCLUSIONES

Esta investigación pretendía determinar la adaptación a las TIC de seis periodistas veteranos de radio, prensa y televisión, con más de 20 años en el oficio en Manizales.

Al respecto se encontró que los consultados han tenido una buena adaptación en cuanto al uso básico de las TIC con grandes ventajas en su ejercicio periodístico en cuanto a la cantidad de información a la que pueden acceder, la agilización de varios procesos, la posibilidad de obtener contenidos de audio, video e imágenes a través de sus celulares, entre otros. Sin embargo, se nota en la mayoría de los entrevistados que falta mayor profundidad en la utilización y aprovechamiento de diversas herramientas, lo que podría explicarse por la escasez de capacitación en algunos periodistas, o por el poco tiempo con el que cuentan.

Entrando en detalles más particulares, con relación a la recopilación de información para la elaboración de contenidos periodísticos, se encontró un uso frecuente de las redes sociales (Facebook y Twitter) por parte de los periodistas entrevistados para la búsqueda de información con el principal fin de consultar o monitorear posibles datos relevantes sobre la ciudad y el departamento, pero se observó muy poca interacción con los usuarios de estas redes. Son pocos los profesionales que publican opiniones personales o los enlaces de las noticias que realizan, lo que podría implicar una subutilización de esta herramienta.

En España, una investigación de Cerviño (2013), muestra que allí también estas dos redes son de las más utilizadas por los periodistas para recolección y difusión de información.

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

Facebook y Twitter son los medios sociales más utilizados por los periodistas en la rutinas de producción diaria. Este intenso uso de Twitter por los periodistas en su trabajo (más de 80%) incrementa la discusión sobre la definición del microblog como medio social o medio de información. La función de Twitter en la difusión de la información quizás sea su principal razón de éxito, puesto que su función de relación social es mínima si comparada a su importancia como *news media* (p.79).

En cuanto a los cambios en la construcción de contenidos periodísticos, las respuestas obtenidas revelan que se reconocen las ventajas de la utilización de las redes sociales para contactar a las fuentes y solicitar entrevistas por su rapidez y agilidad, pero todos los consultados tienen como prioridad realizar un contacto directo, ya sea frente a frente o por llamada telefónica. Argumentan que de esta manera pueden conseguir una respuesta más rápida, ya que por las redes sociales a veces el contacto se puede demorar o los personajes que se buscan no responden los mensajes enviados.

WhatsApp es el servicio digital de mensajería preferido por los periodistas consultados por su facilidad de uso y ahorro de tiempo para contactar personas y hacerles entrevistas ya sea de texto o de audio, y su posterior envío al respectivo medio para publicar una noticia de última hora o para ir adelantando material informativo.

Esta tendencia coincide con lo observado en un estudio sobre el impacto de las redes sociales en el periodismo chileno, en el que se midió por ejemplo cuáles eran las más utilizadas los por 310 periodistas de 39 medios.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

El 88% de los periodistas utiliza WhatsApp y un 79% Twitter frecuentemente o siempre para fines profesionales. En cambio, sólo 49% declara usar Facebook con la misma intensidad. Esto sugiere que se ha alcanzado cierta especialización en redes sociales: WhatsApp para organizar el reporte, Twitter para mantenerse actualizado, YouTube para obtener material, Facebook para difusión, y así sucesivamente (Universidad Católica de Chile, 2015, párr.8).

En contraste, los servicios de *streaming* de video a través de servicios como Skype tienen poca acogida para realizar entrevistas, tal vez porque WhatsApp es mucho más sencillo de usar.

Se detectó que es casi nulo el uso de medios digitales o servicios online en la nube para tareas de almacenamiento de los contenidos capturados, digitación o corrección de los textos. Para todas estas labores los periodistas prefieren utilizar los programas que vienen incluidos en sus computadores.

Con relación a la emisión de contenidos, se mantienen en el uso de las formas tradicionales de transmisión a través de los medios para los que trabajan. Así, ninguno de los periodistas seleccionados para esta investigación ha realizado una transmisión en vivo de un evento noticioso con un dispositivo móvil o cámara web a través de servicios de *streaming* de Internet o redes sociales (caso Periscope, entre otras). Solo un periodista ha publicado audio, video o imágenes a través de redes sociales desde el lugar de los hechos noticiosos, pues prevalece la tendencia por capturar los contenidos y enviarlos al medio de comunicación.

Sobre la capacitación de los periodistas, a pesar de que se reconoce la necesidad de una constante actualización de conocimientos, la capacitación en periodismo digital y sus

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

herramientas por iniciativa propia es poco frecuente. Es muy baja la asistencia a seminarios, charlas o congresos. Los entrevistados no han realizado estudios de posgrado sobre el tema y tampoco consultan contenidos sobre periodismo digital en páginas de Internet ni redes sociales, y la principal razón expuesta es la falta de tiempo por la multiplicidad de ocupaciones y temas periodísticos pendientes por resolver.

Por otro lado, cuatro de los periodistas consultados han tenido capacitaciones en periodismo digital por iniciativa de los medios, destacándose el caso del periódico *La Patria* con una amplia agenda de cursos cortos con periodistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, es casi unánime la mención de la expresión ‘cacharriar’ al referirse al aprendizaje del uso y manejo de redes sociales, a través de experimentar directamente con las diferentes herramientas en la labor diaria. Obviamente que esta práctica es más común en aquellos periodistas que no han recibido capacitaciones de sus medios y desarrollaron habilidades propias para adaptarse al cambio tecnológico.

Otro de los objetivos que pretendía alcanzar esta investigación fue establecer si la estabilidad laboral de los periodistas se ha visto afectada por la aparición del periodismo digital, y en general se encontró que todos los consultados acumulan muchos años en sus puestos de trabajo. Ninguno de ellos manifestó conocer casos puntuales de profesionales que hayan sido despedidos en la ciudad por el uso creciente de las TIC en el ámbito periodístico, pero sí manifestaron las dificultades iniciales de muchos ante la nueva realidad de los medios como por ejemplo asumir nuevas funciones que antes realizaban otras personas. Sobresale una visión positiva de Internet

## LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

por la cantidad de alternativas que les ofrece para obtener información relevante a nivel local, nacional o mundial.

Todos coinciden en reconocer las ventajas y facilidades que ofrece el uso de herramientas digitales y redes sociales en el desarrollo de su labor periodística, pero a su vez, manifestaron descontento con el tiempo que invierten en la actualización en redes sociales o en atender todas las tareas que ha generado la convergencia en las salas de redacción. Un tiempo, que de acuerdo con sus declaraciones, podría utilizarse para realizar investigaciones más profundas, reportería más extensa y por ende ofrecer productos periodísticos de mayor calidad y con diversidad de enfoques.

También se encontró unanimidad al momento de afirmar que la relación de los periodistas veteranos con los más jóvenes ha sido muy buena y de una constante retroalimentación que permite suplir las necesidades de ambos grupos. Para los entrevistados se trata de una relación gana – gana en la que unos reciben orientación sobre aspectos tecnológicos, mientras que los otros conocen más sobre el oficio periodístico.

En general los datos recabados confirman resultados obtenidos en otras investigaciones afines como por ejemplo, la falta de un mayor aprovechamiento de herramientas como las redes sociales, pues la mayoría de los sujetos dicen solo monitorear pero no publicar en estos espacios. Un hallazgo que concuerda con el estudio de Rodríguez y Santisteban (2013), donde también se vio que los periodistas debían tener un mayor conocimiento de herramientas y plataformas como Twitter, que permiten el diálogo directo con los usuarios. O como Kian y Murray (2014), quienes en sus encuentros con 12 periodistas deportivos de EE.UU. detectaron que todos los

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

profesionales tienen presencia en las redes sociales con fines investigativos, pero la mayoría no interactúan en ellas.

También hubo coincidencias con el estudio de Rueda y Tovar (2011) en aspectos relevantes como la necesidad de una capacitación adecuada y constante de los periodistas para asumir los retos informativos que imponen unas audiencias cada vez conectadas y ávidas de formatos diferentes y novedosos de recibir información, e ir superando prácticas informales como ‘cacharriar’ para conocer el manejo de dispositivos y herramientas que surgen constantemente, realidad que refleja en su trabajo Sabogal (2004), y en la investigación de Franco (2009) en la que de 588 periodistas encuestados, el 65,4% aseguró que obtuvo por cuenta propia conocimientos sobre periodismo digital.

Desde el punto de vista metodológico, en esta investigación se utilizó como principal herramienta la entrevista semiestructurada, la cual resultó provechosa para obtener testimonios de calidad de los entrevistados, quienes en sus propias palabras podían expresar sus puntos de vista positivos o negativos sobre las temáticas de la investigación, y no estuvieron atados a preguntas cerradas o con opciones de respuesta limitadas. No obstante, en investigaciones futuras se podría considerar el uso complementario de herramientas que permitieran cuantificar, por ejemplo, el uso de las redes sociales (publicaciones en Facebook y Twitter) por parte de los consultados, para tener unos datos puntuales que demostraran cómo y de qué manera las utilizan.

Este precisamente podría ser el tema de investigaciones futuras con los periodistas veteranos de Manizales en las que, por ejemplo, se conozca de manera más detallada y cuantificable, el uso de Facebook, Twitter y Whatsapp en su labor diaria, para así determinar fortalezas y debilidades

## **LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

---

que permitan conocer necesidades puntuales de capacitación. De esta manera estos profesionales podrían mejorar su proceso de adaptación al uso de Internet y a las herramientas digitales para su labor.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 9. RECOMENDACIONES

\*Sin desconocer el compromiso personal que todo profesional debe tener de estar al día con los retos de su oficio, propender porque la capacitación en periodismo digital y sus herramientas sea obligatoria en los diferentes medios de comunicación de la ciudad de Manizales, buscando alianzas con entidades como el SENA (formaciones gratuitas presenciales o virtuales), Ministerio TIC, entre otras, para que estos cursos sean de calidad, pero puedan ser asequibles para medios pequeños y periodistas independientes que no cuentan con los recursos para asistir a conferencias con expertos nacionales o extranjeros.

\*Dar a conocer a los periodistas las posibilidades de formación en línea de los MOOC's (*Massive Open Online Course*) o cursos abiertos masivos que se ofrecen en Internet, y que gracias a su flexibilidad horaria y gratuidad, pueden acoplarse a sus agitadas agendas.

\*Incentivar a los periodistas veteranos a dedicar algunos minutos de su agenda diaria a leer, ver o escuchar contenidos relacionados con periodismo digital, para estar al tanto de herramientas y formas de informar a las personas

\*Persuadir a los colegas experimentados a que hagan un uso más interactivo de sus redes sociales personales para generar mayor cercanía con el público y que este sienta que el periodista pueda ser un puente para resolver sus problemáticas o sus necesidades de información.

\*Motivar a los periodistas nativos digitales a establecer rutinas de trabajo para compartir con mayor regularidad con sus colegas inmigrantes digitales aquellas novedades relacionadas con

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

nuevas herramientas para el oficio, aplicaciones y enlaces con información relevante. Esta práctica no solo beneficiará en general al medio para el que trabajan sino que demostrará ante ellos, muchos de los cuales son sus jefes, que se preocupan por su trabajo y por ser cada día mejores.

\*Plantear la necesidad a las universidades de la región, en especial las que cuentan con programa de Comunicación Social y Periodismo, de implementar estudios de posgrado (presenciales o virtuales) relacionados con periodismo digital y sus herramientas, que se conviertan en una alternativa formal de capacitación de calidad para todos los periodistas de Manizales, veteranos y jóvenes.

\*Generar la inquietud en los periodistas de Manizales de crear medios digitales que hagan un mayor uso de las diferentes herramientas digitales para el periodismo, y que marquen diferencia frente a los medios tradicionales, respecto a maneras diferentes de narrar y entender la ciudad, con una amplia participación e interacción con la gente.

\*Buscar que en las universidades de Manizales se realicen nuevas investigaciones sobre el fenómeno del periodismo digital desde diferentes disciplinas y puntos de vista, y que se visibilicen más las que ya se han hecho, para lograr mantener viva la discusión y el análisis sobre este tipo de periodismo basado en el aprovechamiento de Internet y las TIC.

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

-27% de periodistas en la informalidad. (8 de noviembre de 2003). n/a. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1036611>

-Abad, D. (2015). *Estadísticas de Facebook y Twitter en Colombia (2015)*. Recuperado de: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-facebook-y-twitter-en-colombia-2015/>

-Alejandro, J. (2010). *Journalism in the age of social media*. Reuters Institute for the study of journalism. University of Oxford. Recuperado de: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf>

-Barbosa, A. (2012). *Periodismo y medios digitales, nuevas maneras de informar* (Tesis de pregrado). Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Recuperada de: <http://repository.javeriana.edu.co/bitstream/10554/5745/1/tesis826.pdf>

-Bawden, D. (2002). *Revisión de los conceptos de alfabetización informacional y alfabetización digital*. Universidad de Murcia, España. *Anales de documentación*, 5, 361-408. Recuperado de:

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

<http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2261/2251>

-Bowman, S. y Willis, C. (2003). *We Media: How audiences are shaping the future of news and information (Thinking paper)*. The Media Center at the American Press Institute. Recuperado de: [http://www.hypergene.net/wemedia/download/we\\_media.pdf](http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf)

-Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. J-Lab y el Knight Citizen News Network. Universidad de Texas. Recuperado de: <http://www.vinv.ucr.ac.cr/docs/divulgacion-ciencia/libros-y-tesis/periodismo-2.0.pdf>

-Camacho, M. y Patiño, J. (2002). *Panorama de Internet y sus repercusiones en el ejercicio del periodismo. Una radiografía del caso colombiano* (Tesis de pregrado). Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Recuperada de: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/6338/126674.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

-Caplan, J. (2012). *Making the Most of Google Docs*. Recuperado de: <https://docs.google.com/document/d/1Xiw->

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

CSGsGYZ89YQkfg9\_4fD9IggM9hpdRS7VRbGRxfQ/preview

-Castellón, L. y Jaramillo, O. (2002). *Las múltiples dimensiones de la brecha digital*. Coloquio Panamericano: Industrias culturales y diálogo de las civilizaciones en las Américas. Recuperado de: <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/Castello.pdf>

-Cerviño, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas* (Tesis de maestría). Universitat Autònoma de Barcelona, España. Recuperado de <http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%C3%B3n%20digital%20del%20trabajo.pdf?sequence=1>

-Cobo, J. (2009). *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento*. Zer, 14 (27), 295-318. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-14-cobo.pdf>

-Cobo, S. (2012). *Internet para periodistas. Kit de superviviencia para la era digital*. Editorial UOC, Barcelona. Recuperado de: <http://books.google.com.co/books?id=79SSnRpbTloC&printsec=frontcover&dq=Internet+para+p>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

eriodistas+silvia+cobo&hl=es&sa=X&ei=LY4DVNyIJY7LgwTz6oKYAg&ved=0CCcQ6AEwA  
A#v=onepage&q=Internet%20para%20periodistas%20silvia%20cobo&f=false

-Cibersociedad.net (2009). *Prensa electrónica: Cómo hacer periodismo en la era digital*.

Recuperado de: <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/prensa-electronica-como-hacer-periodismo-en-la-era-digital/499/>

-Colombia. Congreso de la República. *Ley 1341*. (30, julio, 2009). Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones. Recuperado de: [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf)

-Dimitrov, R. (2014). *Do social media spell the end of journalism as a profession?* Global Media Journal: Australian Edition, 8(1), 1-16. Recuperado de: <http://www.hca.uws.edu.au/gmjau/wp-content/uploads/2014/05/GMJAU-Do-social-media-spell-the-end-of-journalism.pdf>

-Edo, C. (2000). *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*. Revista Comunicación, 2. Recuperado de [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer\\_07/7-4-Comu/7-4-02.htm](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/emp/Numer_07/7-4-Comu/7-4-02.htm)

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Fernández, R. (2005). *Marco conceptual nuevas tecnologías aplicadas a la educación*.

Recuperado de <https://www.uclm.es/profesorado/ricardo/DefinicionesNNTT.html>

- Flores, J. (2012). *Sinergias en la construcción del Nuevo Periodismo derivadas del Data*

*Journalism y el Transmedia Journalism*. Recuperado de [http://www.2ip.es/wp-](http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/01/sinergias_construccion_nuevoperiodismo.pdf)

[content/uploads/2013/01/sinergias\\_construccion\\_nuevoperiodismo.pdf](http://www.2ip.es/wp-content/uploads/2013/01/sinergias_construccion_nuevoperiodismo.pdf)

-Franco, G (2009). *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. Recuperado de: [https://knightcenter.utexas.edu/digitaltech\\_es.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/digitaltech_es.pdf)

-Franco, G. (2009). *Necesidades de formación para medios digitales en América Latina*.

Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Recuperado de:

<http://www.maestrosdelweb.com/images/2009/12/libro-mediosdigitaleslat.pdf>

-Franco, G. (2008). *¿Cómo escribir para la web?* Centro Knight para Periodismo en las

Américas. Universidad de Texas en Austin. Recuperado de:

[https://knightcenter.utexas.edu/Como\\_escribir\\_para\\_la\\_WEB.pdf](https://knightcenter.utexas.edu/Como_escribir_para_la_WEB.pdf)

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Franco, G. y Guzmán, J. (2004). *Perfil de los periodistas de Internet de los sitios latinoamericanos*. Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), Grupo Diarios de América (GDA) y Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano. Recuperado de:  
[http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/internet/perfil\\_periodistas\\_de\\_internet.pdf](http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/internet/perfil_periodistas_de_internet.pdf)

-García, A. (2002). *Periodismo polivalente y convergente: riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual*. Revista Chasqui, 79, 38-43. Recuperado de:  
<http://www.redalyc.org/pdf/160/16007907.pdf>

-Gutiérrez, C. y Gutiérrez, R. (14 de marzo de 2009). Las malas nuevas de la prensa escrita. *El Espectador*. Recuperado de:  
<http://www.elespectador.com/impreso/negocios/articuloimpreso127310-malas-nuevas-de-prensa-escrita>

-Gutiérrez, L., Prada, R., Valderrama, J., García, V., Guzmán, A., y Forero, A. (2010). *Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos*. Grupo de Investigación en Periodismo (GIP), Universidad de La Sabana. Recuperado de:  
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/investigacion/article/viewArticle/965/4585>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Harcup, T. (2014). *A Dictionary of Journalism*. Oxford University Press, Reino Unido.

Recuperado de:

[https://books.google.com.co/books?id=YtzHAWAAQBAJ&pg=PA151&lpg=PA151&dq=digital+journalism+dictionary&source=bl&ots=CkvGB\\_yYJ4&sig=KP114DXUwfH99e2TF5BQhs3qJyE&hl=es&sa=X&ei=rF71VISbPIWgNsaRhJAO&ved=0CGQQ6AEwCQ#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?id=YtzHAWAAQBAJ&pg=PA151&lpg=PA151&dq=digital+journalism+dictionary&source=bl&ots=CkvGB_yYJ4&sig=KP114DXUwfH99e2TF5BQhs3qJyE&hl=es&sa=X&ei=rF71VISbPIWgNsaRhJAO&ved=0CGQQ6AEwCQ#v=onepage&q&f=false)

-Hargittai, E. (2002). *Second-level digital divide: Differences in people's online skills*.

Recuperado de <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/942/864>

-Hermans, L., Vergeer, M., y Pleijter, A. (2009). *Internet adoption in the newsroom: Journalists' use of the Internet explained by attitudes and perceived functions*. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 34(1), 55-71. doi:10.1515/COMM.2009.004

-Hernández, R; Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2006). *Metodologías de la investigación*.

Quinta edición. México: McGraw Hill. Recuperado de:

[https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006\\_ocr.pdf](https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf)

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Instituto Internacional para la Comunicación y el Desarrollo (IICD). (2007). *Las TIC para el sector educativo: Impacto y lecciones aprendidas de programas apoyados por el IICD*.

Recuperado de: <http://www.iicd.org/files/Education-impactstudy-Spanish.pdf/>

-Jaramillo, M. (s.f). *Equipo de trabajo*. Recuperado de: <http://hangoutsdeperiodismo.co/el-equipo/>

-Jiménez, C. (27 de noviembre de 2012). El pianista se ha ido del burdel. *Revista Arcadia*.

Recuperado de: <http://ww.revistaarcadia.com/imprensa/periodismo/articulo/el-pianista-ha-ido-del-burdel/30332>

-Kawamoto, K. (2003). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Recuperado de:

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VeCxAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=digital+journalism&ots=iqRYpjgpKR&sig=5gzaAzSctGtnOwUcf\\_yC\\_L2f-R0#v=onepage&q=digital%20journalism&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=VeCxAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=digital+journalism&ots=iqRYpjgpKR&sig=5gzaAzSctGtnOwUcf_yC_L2f-R0#v=onepage&q=digital%20journalism&f=false)

-Kian, E. y Murray, R. (2014). *Curmudgeons but Yet Adapters: Impact of Web 2.0 and Twitter on Newspaper Sports Journalists' Jobs, Responsibilities, and Routines*. The official research journal

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

of the International Symposium on Online Journalism, 4 (1), 61-77. Recuperado de:

[https://online.journalism.utexas.edu/journals/ISOJ\\_Journal\\_V4\\_N1\\_2014\\_Spring.pdf](https://online.journalism.utexas.edu/journals/ISOJ_Journal_V4_N1_2014_Spring.pdf)

-López, M. (2014). *Experiencias de apropiación de TIC por parte de periodistas de Cúcuta, mayores de 40 años y fundadores de medios digitales* (Trabajo de grado inédito de especialización). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.

-Marín, B. (2013). *Metodología de Investigación en Comunicación*. Documento de clase. Maestría en Comunicación Digital y Maestría en Comunicación Organizacional. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.

-Masip, P. y Micó, J. (2008). *El periodista polivalente en el marco de la convergencia empresarial*. Quaderns del CAC 31-32, julio 2008 - junio 2009, (91-99). Recuperado de: [https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q31-32\\_Masip\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32_Masip_ES.pdf)

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2014). *Nueva convocatoria para formación virtual de periodistas en entornos digitales*. Recuperado de: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-5158.html>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2016). *Boletín trimestral de las TIC - Cifras cuarto trimestre de 2015*. Recuperado de:

[http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-15179\\_archivo\\_pdf.pdf](http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-15179_archivo_pdf.pdf)

-Orozco, G. y González (2012). *Técnicas y Herramientas de investigación*. En: Una Coartada Metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias. México: Tintanble. (149-158). Recuperado de:

[https://auladigital.upb.edu.co/pluginfile.php/233032/mod\\_resource/content/1/Tecnicas\\_y\\_herramientas\\_de\\_investigacion.pdf](https://auladigital.upb.edu.co/pluginfile.php/233032/mod_resource/content/1/Tecnicas_y_herramientas_de_investigacion.pdf)

-Ossorio, M. (2016). *WhatsApp para periodistas: cuando las fuentes están en la palma de tu mano*. Recuperado de: <http://www.media-tics.com/noticia/6425/medios-de-comunicacion/whatsapp-para-periodistas:-cuando-las-fuentes-estan-en-la-palma-de-tu-mano.html>

-O'Sullivan, J., y Heinonen, A. (2008). *Old Values, New Media*. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371. doi:10.1080/17512780802281081

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Otero, E. (14 de mayo de 2014). El Estado, en deuda con los periodistas. *El Universal*.

Recuperado de <http://www.eluniversal.com.co/educacion/el-estado-en-deuda-con-los-periodistas-159579>

-Periodistasen español.com. (2015). *Precariedad laboral en Colombia afecta al derecho a la información*. Recuperado de: <http://periodistas-es.com/periodistas-y-derecho-a-la-informacion-en-colombia-53008>

-Premsky, M. (2001). *Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales*. On the Horizon, 9 (6).

Recuperado de: <http://files.educunab.webnode.cl/200000062-5aba35bb22/Nativos-digitales-parte1.pdf>

-Rendón, H. (2007). *El periodista digital mexicano: Hacia su definición*. Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de:

<https://books.google.com.co/books?id=Ze6Ua6CRoLIC&pg=PA144&lpg=PA144&dq=adaptaci%C3%B3n+a+periodismo+digital&source=bl&ots=ib0cX0FoKT&sig=diCl-rBnNHjmsowEfnzBTO2sk&hl=es&sa=X&ei=T2faVNrDHoTYggTDhYOgCQ&ved=0CEMQ6AEwBjgU#v=onepage&q=adaptaci%C3%B3n%20a%20periodismo%20digital&f=false>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Rodríguez, S. y Santisteban, G. (2013). *Twitter como herramienta para los medios tradicionales de comunicación en Colombia: su incidencia en el cambio de las prácticas periodísticas y la interacción con su público* (Tesis de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia.

Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4969/1015416613-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

-Rueda, L. y Tovar, G. (2011). *Diagnóstico sobre los niveles de apropiación de las TIC por parte de los periodistas de Bucaramanga (Santander) y Riohacha (Guajira)* (Tesis inédita de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.

-Sabogal, A. (2004). *El periodista multimedia* (Tesis de pregrado). Universidad de La Sabana, Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/6048/127645.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

-Sainz, C., Limón, N., y Herrero, E. (2012). *¿Connecting people? el uso periodístico de los smartphones*. Periodismo en red. Congreso internacional. (59-69). Recuperado de: <http://www.teccomstudies.com/articulos/category/4-revista-4-teccom?download=31%3Aiconnecting-people-el-uso-periodistico-de-los-smartphones>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación de España*. Ediciones y publicaciones Comunicación Social. 338 p. Recuperado de:  
[http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Jp1bOVJvO2IC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Salaverr%C3%ADa&ots=plu97nIJjV&sig=w2DsPaNHF92aXrGTJKcP-aBMg\\_g#v=onepage&q=Salaverr%C3%ADa&f=false](http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Jp1bOVJvO2IC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Salaverr%C3%ADa&ots=plu97nIJjV&sig=w2DsPaNHF92aXrGTJKcP-aBMg_g#v=onepage&q=Salaverr%C3%ADa&f=false)

-Salaverría, R. y García, J. (2008). *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Tripodos, 23, 31-47. Recuperado de:  
<http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5071/1/154114.pdf>

-Sandoval, M. (2014). *La brecha digital en el mundo. Comunicación y Participación Ciudadana en la Red*. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado de: [http://ocw.uc3m.es/periodismo/comunicaciony-participacion-ciudadana-en-la-red/pruebas-de-evaluacion-1/ocw\\_tema2\\_sol.pdf](http://ocw.uc3m.es/periodismo/comunicaciony-participacion-ciudadana-en-la-red/pruebas-de-evaluacion-1/ocw_tema2_sol.pdf)

-Santana, L. (2008). *El reportaje multimedia como género del periodismo digital actual. Acercamiento a sus rasgos formales y de contenido*. Revista Latina de Comunicación Social, 11 (63), 348-367. Recuperado de:  
[http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29\\_40\\_Cuba/latina\\_art773.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/29_40_Cuba/latina_art773.pdf)

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-Serrano, A. y Martínez, E. (2003). *La brecha digital: mitos y realidades*. Universidad Autónoma de Baja California. Recuperado de:

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nw8PLfm4Ma4C&oi=fnd&pg=PA5&dq=brecha+digital&ots=\\_8Q\\_nMZVrz&sig=NF0u2sSUBkx5awSKaHFcjJnCZFc#v=onepage&q=brecha%20digital&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=nw8PLfm4Ma4C&oi=fnd&pg=PA5&dq=brecha+digital&ots=_8Q_nMZVrz&sig=NF0u2sSUBkx5awSKaHFcjJnCZFc#v=onepage&q=brecha%20digital&f=false)

-Scolari, C., Micó, J., Navarro, H., y Pardo, H. (2008). *El periodista polivalente*.

*Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios*

*audiovisuales catalanes*. Revista de Estudios de Comunicación, 13 (25), 37-60. Recuperado de:

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>

-Toudert, D. (2013). *La brecha digital en los contextos de marginación socioterritorial en*

*localidades mexicanas: exploración y discusión*. Nueva época, (19), 153-180. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2013000100007](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000100007)

-Universidad Católica de Chile. (2015). *Primer estudio sobre el impacto de las redes sociales en*

*el periodismo chileno*. Recuperado de [http://comunicaciones.uc.cl/primer-estudio-sobre-el-](http://comunicaciones.uc.cl/primer-estudio-sobre-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo-chileno/)

[impacto-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo-chileno/](http://comunicaciones.uc.cl/primer-estudio-sobre-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-el-periodismo-chileno/)

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

-We are social. (2016). *Digital in 2016*. Recuperado de: <http://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2016>

-Yezers'ka, L. (2008). *Impacto de Internet en el trabajo de los periodistas digitales en Perú*. *Revista de Comunicación*, 7, 108-138. Recuperado de: <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2008/Art108-138.pdf>

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## 11. ANEXOS

### 11.1 Cuestionario de entrevistas

**Nombre completo:**

**Edad:**

**Estudios realizados:**

**Medio en el que trabaja:**

#### **A).Recolección de información:**

##### **1. Búsqueda de información contextual:**

-¿Qué páginas web de medios de comunicación consulta para mantenerse informado?

-¿Qué otras páginas web consulta para mantenerse informado de la actualidad?

-¿Qué redes sociales consulta para mantenerse informado de la actualidad?

-¿Qué archivos digitales o de otros medios ha utilizado para la realización de sus noticias?

-¿Qué redes sociales ha utilizado para buscar información general?

-¿Qué páginas web o redes sociales ha utilizado para buscar contenidos relacionados (audios, fotos, videos, gráficos) sobre un hecho?

-¿Cuáles páginas web o herramientas digitales ha utilizado para guardar enlaces o información de interés?

##### **2. Contacto con fuentes:**

-¿Qué servicios web, chats o redes sociales ha usado para contactar a las fuentes y pedir

entrevistas? -¿Qué servicios web, chats o redes sociales ha usado para contactar a una persona del

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

común que ha sido testigo de un hecho noticioso?

-¿En qué páginas web o redes sociales ha buscado fuentes especializadas en algún tema?

-Para contactar a un personaje del país o del extranjero, ¿qué servicios web o redes sociales ha utilizado?

-¿Ha usado páginas web o redes sociales para facilitar el contacto con usuarios para que se vuelvan fuentes?

### **3. Realización de entrevistas:**

-¿Qué páginas web o redes sociales consulta para obtener previamente datos sobre personas por entrevistar?

-¿Cuáles herramientas digitales, chat, redes sociales, y demás servicios de la Web ha utilizado para hacer entrevistas?

### **4. Cubrimiento informativo:**

-¿Qué dispositivos móviles ha utilizado para capturar audio, video o imágenes durante un hecho noticioso?

-¿Qué servicios web, redes sociales o chats ha utilizado para enviar al medio la información capturada o grabada?

-¿A través de qué servicios de *streaming* de Internet o redes sociales ha transmitido en vivo un evento noticioso con un dispositivo móvil o cámara web?

-¿Mediante cuáles redes sociales o servicios de la web, ha publicado audio, video o imágenes desde el sitio del hecho?

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **B).Redacción de contenidos:**

### **1. Descarga de información:**

-¿Qué medios digitales o servicios web de almacenamiento ha usado para guardar los contenidos capturados?

-¿En qué medios físicos o digitales archiva los contenidos obtenidos?

### **2. Transcripción del material:**

-¿Qué programas de computador o servicios de páginas web ha usado para transcribir los contenidos?

### **3. Digitación de los textos:**

-¿Qué programas de computador, servicios web o aplicaciones móviles ha usado para digitar el texto?

### **4. Corrección:**

-¿Qué programas de computador o servicios de páginas web utiliza para corrección de errores en el texto?

## **C).Emisión de contenidos:**

### **1. Edición:**

-¿Cuáles páginas web, programas o aplicaciones digitales ha utilizado para editar los contenidos audiovisuales y gráficos?

-¿Cuáles páginas web, programas o aplicaciones digitales ha usado para crear y editar contenidos adicionales para la edición web de su medio?

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

## **2. Diseño y diagramación:**

-¿Qué páginas web, programas o aplicaciones digitales ha usado para diseñar y diagramar un artículo escrito?

## **3. Emisión o publicación digital:**

-¿Cuáles servicios de la Web o redes sociales ha utilizado para publicar o emitir el contenido periodístico?

-¿En qué sitios web o redes sociales personales publica los enlaces al contenido periodístico que realizó?

## **D.) Capacitación en periodismo digital:**

### **1. Por iniciativa propia de los periodistas:**

-¿En cuántos cursos de más de 20 horas y sobre qué temas específicos de periodismo digital ha participado?

-¿Con qué frecuencia asiste a seminarios, charlas o congresos sobre periodismo digital y sus herramientas?

-¿Qué estudios de pregrado o de posgrado ha realizado sobre periodismo digital y sus herramientas?

-¿Cuáles páginas web o redes sociales ha consultado para leer, ver video o escuchar audios sobre periodismo digital y sus herramientas?

-¿Qué libros ha leído relacionados con el periodismo digital y sus herramientas?

-¿Qué perfiles sigue en redes sociales de medios o periodistas destacados por el uso de

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

herramientas digitales en el periodismo?

-¿Qué aplicaciones de la web o de redes sociales ha descargado y probado relacionadas con periodismo digital?

-¿Comparte con sus colegas a través de internet o redes sociales, contenidos y enlaces interesantes sobre periodismo digital y sus herramientas?

## **2. Por iniciativa de los medios:**

-¿Qué periodistas nacionales o extranjeros han traído los medios en los que ha trabajado para hablar sobre el uso de herramientas digitales en el periodismo?

-¿En qué temas de periodismo digital ha recibido capacitación en su medio?

-¿Cómo ha sido la replicación de los conocimientos adquiridos por algún miembro del medio que haya asistido a un evento sobre periodismo digital?

-¿Sobre qué temas de periodismo digital les ha consultado el medio para recibir capacitación?

-¿Qué apoyos económicos ha ofrecido el medio para que los periodistas adquieran smartphones o dispositivos móviles?

-¿Qué estímulos económicos ha entregado el medio para que periodistas realicen estudios universitarios sobre periodismo digital?

-¿Qué equipos de última tecnología ha comprado el medio para un mejor uso de las herramientas del periodismo digital?

## **E).Estabilidad laboral:**

### **1. Permanencia en la misma empresa:**

-¿Cuántos años lleva en el cargo actual?

# LA ADAPTACIÓN DE SEIS PERIODISTAS CON MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN MANIZALES A LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

---

- ¿Cuál fue la razón de su último cambio de sitio de trabajo?
- ¿Conoce casos en que el uso creciente del periodismo digital y sus nuevas herramientas hayan provocado el despido de un periodista o su retiro?
- ¿Qué incidencia cree que usted que ha tenido la capacitación en periodismo digital y sus herramientas en su estabilidad laboral?
- ¿Cuál fue su reacción inicial ante el uso de internet y herramientas digitales en el periodismo?
- ¿Cuál fue su reacción inicial sobre la implementación de la convergencia de medios?

## **2. Permanencia en el mismo puesto:**

- ¿Qué funciones dejó de hacer o tuvo que asumir ante la aparición del periodismo digital y sus nuevas herramientas?
- ¿Qué incidencia ha tenido la capacitación adquirida en periodismo digital y sus herramientas en su cambio de funciones?
- ¿Qué cambios se presentaron en el tema salarial ante la implementación del periodismo digital y sus herramientas?
- ¿Cómo ha sido su relación con los periodistas más jóvenes y preparados en el periodismo digital y sus herramientas?