

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

***Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según
los profesionales de La República, El Comercio y RPP,
Lima -2022***

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:
Valeria Ximena Santos Vera

ASESOR:
Víctor Miguel Valdez Orriaga

LIMA – PERÚ

2023

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE VALERIA XIMENA SANTOS VERA
INFORME**

Título de la tesis	Análisis del perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP, 2022
Autor/a del trabajo de investigación (tesis)	Autor: Valeria Ximena Santos Vera DNI: 72630075
Asesor/a	Nombres y apellidos: Víctor Miguel Valdez Orriaga ORCID: https://orcid.org/0000-0001-6048-0462 D.N.I: 06051016
Grado para obtener	Título profesional de Licenciado en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Turnitin	5 de julio de 2023
Índice de similitud	6 %
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez



Nota: Ver informe completo de originalidad

Lima, 22 de setiembre de 2023

Prisea Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

DEDICATORIA

Este esfuerzo va dedicado con todo mi corazón a Dios. A mis padres Ydelberto Santos y Patricia Vera, mi hermana Gabriela, mi pequeña Sofía Liana y a mi novio Diego Rodríguez. Ellos, lo más importante de mi vida. Gracias por siempre permanecer, sostenerme y jamás dejar de apoyarme en mis sueños y anhelos. Los amo con mi vida entera.

AGRADECIMIENTOS

A todas aquellas personas que durante este tiempo vienen transmitiéndome sus buenas vibras y bendiciones.

Índice

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
Índice	v
Resumen.....	viii
Abstract	ix
Introducción	x
CAPÍTULO 1	12
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1 Descripción del problema.....	12
1.2 Formulación del problema	14
1.2.1 Problema general	14
1.2.2 Problemas específicos.....	14
1.3 Objetivos de la investigación	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.2 Objetivos específicos.....	15
1.4 Justificación de la investigación.....	15
1.4.1 Teórica.....	15
1.4.2 Metodológica	16
1.4.3 Práctica.....	16
1.5 Delimitación del problema.....	16
1.5.1 Temporal	16
1.5.2 Espacial.....	16
1.5.3 Social.....	16
CAPÍTULO II	17
MARCO TEÓRICO.....	17
2.1 Marco histórico	17
2.2 Antecedentes de la investigación	18
2.2.1 Antecedentes internacionales.....	18
2.2.2 Antecedentes nacionales	22

Aguirre Altamirano (2023) en su tesis “Evolución del perfil del periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón” para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social

tuvo como objetivo analizar la evolución del periodista digital en la cobertura de los mundiales de 2014 y 2018. Asimismo, conocer sus rutinas periodísticas y determinar los recursos tecnológicos que empleó. Para ello esta investigación se basó en una metodología mixta de carácter exploratorio y descriptivo en la cual atravesó dos técnicas de recolección de datos (encuestas y entrevistas) para su muestra de 22 periodistas deportivos que estuvieron a cargo de la cobertura periodística.	22
2.3 Bases teóricas	25
2.3.1 Bases teóricas de la categoría 1: Perfil del periodista.....	25
2.3.2 Bases teóricas de la categoría 2: Evolución digital.....	30
2.4 Definición de términos básicos	34
CAPÍTULO III	36
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1 Categorías y su operacionalización.....	36
3.1.1 Identificación de las categorías y su definición.....	36
3.1.2 Operacionalización de categorías	37
3.2 Tipo, nivel y diseño de la investigación.....	39
3.2.1 Tipo de investigación.....	39
3.2.2 Nivel de investigación.....	39
3.2.3 Diseño de la investigación.....	40
3.3 Población y muestra	40
3.3.1. Población.....	40
3.3.2 Muestra	40
3.3.3 Muestreo.....	40
3.4 Métodos de investigación.....	41
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos cualitativos.....	41
3.5.1 Técnicas.....	41
3.5.2 Instrumentos (validez cualitativa o rigor científico).....	41
3.6 Técnicas de análisis de datos.....	43
CAPÍTULO IV	44
RESULTADOS	44
4.1 Resultados de la investigación	44
CAPÍTULO IV	70
DISCUSIÓN.....	70
5.1 Interpretación de los resultados y comparación con los de las otras investigaciones	70

CAPÍTULO VI	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	76
6.1 Conclusiones	76
6.2 Recomendaciones.....	77
REFERENCIAS.....	79
ANEXOS	87
ANEXO 1:	87
Áreas temáticas y líneas de investigación.....	87
ANEXO 2	88
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	88
ANEXO 3	89
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO.....	89
ANEXO 4	91
TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS.....	91
Entrevista 5.....	109
RPP.....	109
ANEXO 5	124
ESQUEMA DE TESIS ENFOQUE CUALITATIVO.....	124
ANEXO 6	127
FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO	127
CARTA DE PRESENTACIÓN.....	127
I. ASPECTOS A EVALUAR.....	128
II. ASPECTOS A EVALUAR.....	131
III. ASPECTOS A EVALUAR.....	134

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo analizar el perfil del periodista en el entorno digital según los profesionales de periodismo de los medios La República, El Comercio y Radio Programas del Perú (RPP) en el año 2022. Este estudio presenta un enfoque cualitativo, de tipo aplicada y de nivel exploratorio. Asimismo, para un análisis exhaustivo se utilizó la técnica de la entrevista a través del instrumento del cuestionario. Entre los principales resultados se enfatiza que es importante tener conocimientos, habilidades y competencias para el ejercicio del periodismo. Sin embargo, se apunta que aun se necesita explorar el manejo de herramientas digitales. De este estudio se concluye que el perfil del periodista tiene un impacto significativo en la evolución digital debido a que en la actualidad los medios guardan una relación seria con las nuevas plataformas. Se ha constatado que el periodista tiene que estar capacitado para enfrentar este nuevo reto, lo que permite desarrollar habilidades que se centran en emplear herramientas tecnológicas de la información y comunicación.

Palabras claves: evolución digital, perfil del periodista, periodismo digital

Abstract

The objective of this research is to analyze the profile of the journalist in the digital evolution of the media La República, El Comercio and Radio Programas del Perú (RPP) in the year 2022. This study presents a qualitative approach, applied and exploratory level. Likewise, for an exhaustive analysis, the interview technique was used through the questionnaire instrument. Among the main results, it is emphasized that it is important to have knowledge, skills and competencies for the practice of journalism. However, it is noted that the use of digital tools still needs to be explored. From this study it is concluded that the profile of the journalist has a significant impact on digital evolution because currently the media have a serious relationship with the new platforms. It has been confirmed that journalists must be trained to face this new challenge, which allows them to develop skills that focus on using information and communication technology tools.

Keywords: digital evolution, journalist profile, digital journalism

Introducción

La presente tesis tiene como objetivo analizar el perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y Radio Programas del Perú (RPP) en el año 2022. Asimismo, identificar sus habilidades, competencias, actitudes, el dominio con las nuevas tecnologías, la relación con las redes sociales y cómo está preparado profesionalmente el periodista para asumir este rol en la era digital.

Con el paso del tiempo, el periodista se enfrenta a una nueva realidad: la realidad de la tecnología y la inserción de las nuevas plataformas. Según Ruiz “considera que las tecnologías permiten al profesional de la comunicación la posibilidad de hacer “mejor periodismo”, ya que esta red informática que es la internet se ha revelado como una fuente inagotable de datos para los periodistas. Además, menciona este acceso ha logrado ser una herramienta indispensable para que el periodista ejecute sus funciones dentro de un medio de comunicación (s. f., p. 2).

Esta tesis de investigación presenta en el capítulo I la formulación del problema: “¿Cuál es el perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP?”. De igual manera, desarrolla la formulación de los objetivos, justificación y delimitación del estudio. Asimismo, la línea de investigación del vigente estudio pertenece a medios en la era digital, periodismo y nuevas tecnologías de la información. El principal objetivo de esta investigación es analizar el perfil profesional del periodista en el panorama digital para lograr enganchar a las aspiraciones laborales y tener un mayor grado de preparación. Saber cómo este avance trae retos en conocimientos y adaptaciones.

Por otro lado, en el capítulo II muestra el marco histórico y el aporte de cinco antecedentes nacionales e internacionales de los últimos años. Además, las bases teóricas de las categorías empleadas: perfil del periodista y el entorno digital. De modo que, dentro de ellas se ubican las dimensiones e indicadores correspondientes.

El capítulo III presenta la metodología, el tipo, nivel y diseño de investigación, además de las técnicas de recolección de datos. Esta investigación destaca la población y muestra la cual aplicó a tres medios digitales de Lima Metropolitana: La República, El Comercio y RPP. La muestra aplicada a tres periodistas de cada medio donde se utilizó la técnica de recolección de datos mediante entrevistas.

En el capítulo IV, se establece los resultados de la información recogida de las entrevistas. Asimismo, en el capítulo V la discusión de resultados y por último en el capítulo VI las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas.

Por otro lado, en la parte final esta tesis contiene su línea de investigación, matriz de consistencia, transcripción de las entrevistas, validación de expertos y el esquema de tesis.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

La evolución digital de los medios de comunicación ha sido un proceso gradual que ha transformado radicalmente la forma en que se produce, distribuye y consume información. La innovación y digitalización de los medios adoptan acoplar sus funciones informativas a lo tecnológico. Por ende, resulta ser una evolución a nivel mundial que otorga un avance conjunto entre medios y periodistas que busca reestructurar todo el sistema.

Los medios de comunicación de masas son productores culturales que se encargan de informar, entretener y educar a la audiencia. (Freidenberg, 2004 p. 4) En ese sentido, la transición hacia los medios digitales se dio en los años de 1990 con la llegada de la internet a las salas de redacción.

Desde los fines de la década de los 2000, el periodismo experimentó avances significativos a lo largo de la historia debido a la inserción de las tecnologías con la llegada de la Web 2.0, la cual facilitó la interacción activa y participación del usuario. Diversos ejemplos abarcaron esta situación desde el reconocido diario New York Times hasta el Washington Post así como también el caso de Copesa, donde se llevó a cabo la transformación de medios emblemáticos como Pulso, Qué Pasa y Paula. (Urrutia, 2020, p. 74)

Tras el surgimiento de plataformas digitales a partir del año 2010, el periodismo revolucionó en el sentido de acoplar sus lenguajes y contenidos a través de recursos audiovisuales. Un enfoque cada vez más prominente y relevante a medida que la tecnología ha transformado la forma en que las personas obtienen información. A pesar de los cambios en las salas de redacción, las plataformas y nuevas tecnologías se involucran y llegan a ser parte fundamental de las labores diarias de un periodista.

En ese contexto, se tomó algunos casos de medios que han evolucionado a nivel internacional la digitalización del periodismo. Tal fue el diario colombiano “El País” con Reportajes 360 como respuesta a la necesidad de posicionar el diario dentro de la oferta de contenidos multimedia (Buitrago, 2014).

Asimismo, para el diario The New York Times, que atravesó uno de los más grandes desafíos en su historia la cual fue inventar un periodismo digital y nuevos servicios para sus lectores, que cumplan altos estándares y ayuden a cargar los costos de una gran organización de noticias integrando sus dos redacciones en una. Esto permitió elevar el periodismo digital a un próximo nivel. (Abad, 2011, p. 4)

Por otro lado, García et al., s. f (1990, p. 1) señalan que los medios de comunicación han experimentado procesos de convergencia desde mucho de que el impacto de la tecnología digital produjera una aceleración e intensificación de ese proceso tecnológico.

Al respecto, Salaverría (2003, como se citó en Scolari, 2008) menciona que la convergencia multimedia implica cuatro dimensiones: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa.

El perfil del periodista tradicional en comparación con el digital sufre grandes cambios debido a la evolución tecnológica en la que nos encontramos y que constantemente va innovándose y actualizándose. Según, el Colegio de Periodistas del Perú (correo electrónico, 16 de marzo de 2023) indicó que en Lima el número de periodistas colegidos equivalente a 3,987, entre ordinarios y vitalicios.

Hoy en día desde la universidad, y mucho antes, todo estudiante de periodismo empieza a introducirse a las plataformas digitales mediante un perfil profesional, creación de un blog, página, producción de edición de video, diseño de infografías o una pieza gráfica. Dejando atrás la ambigüedad y abriendo paso a un profesional del periodismo capacitado para laborar tanto en medios escritos y digitales. Además, de poner en práctica nuevas herramientas tecnológicas, la creatividad e innovación. Por ello, está presente investigación busca conocer el perfil del periodista en el entorno digital de los medios. Para lo cual, este estudio examinó los casos del Grupo La República, El Comercio y RPP en el año 2022.

Thomas Curley, Editor del Usa Today comenta que “prefigura un futuro apocalíptico para el periodismo tradicional debido a que si los cambios continúan a gran velocidad pronto no habrá diarios, sino solo información”. (Martínez Albertos, 2002, p. 8)

Asimismo, es importante mencionar que los periodistas que salen al mundo laboral deben estar capacitados en temas digitales para competir con otros y así no vean reducidas sus oportunidades de trabajo. De este modo, con el pasar de los años empiezan a abrirse nuevos puestos laborales en los medios como redactores webs y periodistas digitales quienes desarrollarán nuevos perfiles que demanda la profesión periodística.

Las tecnologías digitales habrían desencadenado por sí solas un cambio radical en los modos de hacer el periodismo, empezando por la estructura de las empresas periodísticas y terminando por sus lenguajes y contenidos; por decirlo brevemente, la convergencia periodística sería una consecuencia directa e inevitable de la digitalización. (Salaverría y García Avilés, 2008, p. 33)

Para el periodista es un cambio y a la vez un reto que debe asumir como una salida profesional al crecimiento. En ese sentido, y con fines metodológicos “el periodista del futuro debe ser un profesional tecnológicamente activo que asuma sin traumas un reciclaje continuo de conocimientos”. (Cebrián y Flores, 2011, p. 223)

Con la llegada de esta revolución tecnológica, el periodista enfrenta desafíos y responsabilidades. Sin embargo, es precisamente su habilidad multimedia la que lo convierte en una figura esencial e imprescindible en el flujo de información. Además, de la importancia de la información a presentar en cada noticia publicada, es de interés que el periodista domine sobre temas de fotografía, edición de vídeos y uso del diseño gráfico. Es decir, capacitado y actualizado con las nuevas demandas laborales.

Es cierto que la forma de hacer periodismo ha cambiado en los últimos años, y con ello también lo ha hecho la figura del periodista. “Hay que saber aprovechar las oportunidades que el avance tecnológico nos brinda, incluso cuando estas supongan una nueva concepción de esta actividad”. (Sánchez Bellas, 2006, p .136)

Por otra parte, este panorama trae grandes ventajas, mayor interactividad y que cada día sorprende con mejores avances para la emisión de información. Asimismo, exige estar presente en plataformas tecnológicas y tener un periodista digital que comparta las noticias a través de ellas para que de esta manera la información sea visualizada y actualizada rápidamente para conocimiento de la audiencia. Sin embargo, este avance también ha traído modificaciones como la reducción de texto, imágenes relevantes y vídeos.

El usuario elige estar en las plataformas y es allí en donde el periodismo digital debe estar presente.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es el perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles son las habilidades del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022?

¿Cuáles son las competencias del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022?

¿Cuáles son las actitudes del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima- 2022?

¿Cómo emplea su capacidad de interactividad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022?

¿Cómo emplea la hipertextualidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022?

¿Cómo emplea la multimedialidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el perfil del periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar cuáles son las habilidades del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Examinar cuáles son las competencias del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Analizar cuáles son las actitudes del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Determinar cómo emplea la interactividad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Determinar cómo emplea la hipertextualidad el periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Determinar cómo emplea la multimedialidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima – 2022.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La presente investigación denominada aportó con la explicación de modelos teóricos Deontología profesional y Globalización, las cuales facilitaron el camino metodológico contribuyendo al diseño del instrumento de la investigación.

Este estudio buscará proporcionar información a futuras investigaciones otorgando nuevos conocimientos sobre el perfil profesional del periodista.

1.4.2 Metodológica

Entre los instrumentos que aportó esta investigación está la guía de entrevistas a profundidad para recopilar información de los periodistas de La República, El Comercio y RPP. Con aquella herramienta y el método de investigación se obtuvo resultados que fueron analizados, interpretados y discutidos para arribar a conclusiones que podrán replicarse a futuras investigaciones sobre el perfil del periodista.

1.4.3 Práctica

Con este estudio se pudo evaluar acerca de los periodistas en el mercado laboral; y permitió mejorar sistemas que velen por el desarrollo de su formación profesional y continúen evaluando su desempeño a los periodistas.

1.5 Delimitación del problema

1.5.1 Temporal

La presente investigación se realizó en un periodo comprendido de seis meses entre febrero a julio del año 2023. Cabe indicar que la muestra fue abordada durante el mes de mayo de 2023.

1.5.2 Espacial

El espacio fue Lima Metropolitana, concretamente en los medios digitales de La República, El Comercio y RPP a cuyos periodistas se les aplicó entrevistas de cada organización para contrarrestar puntos de opinión y tener diferentes perspectivas. Por lo tanto, fueron 6 periodistas entrevistados, 2 por cada medio seleccionado.

1.5.3 Social

Las personas involucradas en la presente investigación fueron periodistas profesionales, jóvenes de 25 a 35 años quienes trabajan en reconocidos medios digitales de Lima Metropolitana (La República, El Comercio, RPP). Este estudio evaluó analizar cuál es el perfil de los periodistas en el entorno digital.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

El surgimiento de la internet llegó a principios del año 1950 cuando en los laboratorios de Estados Unidos, Francia y Reino Unido gestionan los primeros avances en las computadoras. Este proyecto fue denominado ARPA, una red informativa creada para la defensa de los países norteamericanos y compartir avanzada información (Forero, 2019).

Posteriormente, en los años 60 nace la Web 1.0 en la cual el acceso a la red era muy bajo y contaba con páginas estáticas por lo que la necesidad de los usuarios era aún mayor. Cuando la Web 2.0 fue empleada generó alta expectativa ante los usuarios pues esta red era mucho más elaborada y contaba con herramientas tecnológicas como los blogs, correo, fotos y sitios webs (Marino, 2023). Con esta información se abre paso para dar inicio a la web móvil que son los teléfonos inteligentes con acceso a internet y que hoy en día facilitan la comunicación entre muchas personas.

Ante ello, es importante mencionar que la interactividad y el acceso a la información mediante la inserción de la internet difunden agregar nuevas características en un solo formato.

Al mismo tiempo, la llegada de la internet al Perú en los años 90 revolucionó los medios de comunicación. Para 1993, la Red Científica Peruana (RCP) empleó un satélite para proveer internet por primera vez en nuestra ciudad, un espacio con 40 cabinas donde muchos peruanos recurrían para aprender a usar esta herramienta y enviar correos electrónicos, ubicado en el Centro Cultural Ricardo Palma en Miraflores (Nishiyama, 2022).

Posteriormente, en 1995 surge la primera aparición de la versión online del diario Caretas, para que luego diferentes medios hagan lo propio en 1996 (La República) y 1997 (El Comercio) (Alcántara, 2015).

En el siglo XXI entre los medios mencionados “El Comercio” recibe más de 2,5 millones de visitas a sus portales webs de noticias (El Comercio, 2019).

En efecto, muchos medios tradicionales en Lima Metropolitana se han reinventado en este proceso de convergencia que lleva a establecer departamentos de área digital en sus redacciones. La demanda del uso de Facebook y Twitter, las principales redes sociales de rápida información surgieron a partir del año 2009 y desde ese período ambas plataformas digitales no han parado de seguir actualizándose, y es que las redes sociales y el periodismo tienen una relación muy clara y duradera.

Según Films Perú (2023) analizó a través de Similar Web, empresa de data digital, el impacto de los medios digitales después de pandemia y determinó en el ranking a los tres medios con mayor valorización digital a La República, El Comercio y Radio Programas del Perú. (RPP)

Al respecto, el trabajo del periodista en estos tiempos ha cambiado y genera que sus perfiles de trabajo sean diferentes. Por lo que nace el denominado periodista digital, quien es el profesional encargado del manejo de informar adaptándose al manejo de las nuevas tecnologías.

En ese sentido, We are Social y Hootsuite (2021) presentaron un reporte acerca de la situación digital del Perú donde se reveló que existen 19,90 millones de usuarios conectados a la internet, lo cual representa el 60% de la población y mostró que 27 millones de peruanos se encuentran permanentemente activos en las redes sociales, lo cual representa el 81.4% de la población en el país.

Al respecto, Olivia Marañón (2014) señala que el profesional de periodismo debe apoyarse de herramientas digitales y emplear canales de difusión que faciliten la inmediatez, simultaneidad y actualización de la información a tiempo real. Sin embargo, continúa siendo de gran importancia la ética profesional como parte del proceso en el periodismo digital. (p. 5)

Por lo tanto, es claro decir que el uso de las herramientas tecnológicas en el periodismo se basó en la transmediación y se adaptó a diferentes plataformas donde se requiere la utilización de fotografías, vídeos y enlaces como parte de una cultura digital.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internacionales

La presente investigación recogió los siguientes antecedentes internacionales:

Guajardo del Bosque (2019) en su tesis titulada “Perfiles profesionales, roles y competencias del periodista en las empresas informativas mexicanas” para obtener el grado de Doctora en la Facultad de Ciencias de la Información en la Universidad Complutense de Madrid. Este estudio tuvo como objetivo analizar el perfil profesional que debe emplear el periodista para mantener su competitividad en el panorama actual y que ello no afecte debido a los cambios laborales en los medios digitales.

Para desarrollarlo, la muestra se dividió en dos grupos; una conformada por reporteros y la otra por jefes de información. De esta manera, se obtuvo información diferenciada sobre una visión en la convergencia tecnológica en la situación actual. De tal manera que el

profesional debe tener en consideración las habilidades y características que posee para ampliar la construcción de su perfil periodístico.

Asimismo, esta metodología tiene un enfoque cualitativo y establece la técnica de focus groups para obtener datos relacionados al estudio cumpliendo los objetivos anteriormente mencionados. La autora concluye que el desarrollo del trabajo tiene vínculo final con la descripción de sus objetivos en el cual se afirma que existe relación entre los nuevos perfiles con la demanda de la audiencia de recibir información veraz y confirmada.

Por último, estos resultados generan nuevos cuestionamientos sobre los roles y competencias necesarias para que los periodistas puedan desempeñarse de manera efectiva en las organizaciones de noticias, teniendo en cuenta la influencia de la convergencia tecnológica.

Puente Martínez (2019) en su tesis titulada “**El periodista en la era digital: Transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita**” para el grado de Titulación en Periodismo tuvo como objetivo analizar las prácticas periodísticas que ha sufrido la prensa escrita en los últimos 10 años y conocer el nuevo perfil profesional actual. Para ello, la investigación tuvo un enfoque cualitativo y aplicó a la técnica de la entrevista a diez periodistas que desempeñan en el área digital e impresa de los medios “El Comercio” y “El Universo” en Ecuador para obtener opiniones, pensamientos y perspectivas a profundidad midiendo criterios demográficos y teóricos.

En sus resultados indica que los periodistas entrevistados definen la situación actual como una reforma sistemática en el campo laboral y deducen el nuevo perfil como un nuevo modelo de negocio. Además, en el estudio se pudo conocer que hasta el momento el aporte de las nuevas tecnologías a la vida de los periodistas de medios escritos no es aprovechada en su totalidad. Ellos aún se encuentran en el proceso de adaptación teniendo como verdadero objetivo que sin importar la herramienta tecnológica o convencional que utilicen sepan estar preparados correctamente en herramientas y sistemas digitales.

En la investigación como parte de las conclusiones se dedujo que la convergencia pasa por varias transformaciones con dirección a un nuevo sistema de negocio, pero que aún funcionan con el sistema tradicional lo cual según Salaverría cae en la convergencia de cuatro tipos de niveles aplicados (empresarial, de contenidos, profesional y tecnológica). No obstante, la tesis finaliza concluyendo que la prensa escrita tiene largo camino en la adaptación de un modelo digital y en estos momentos responde a demandas reales para hallar un nuevo perfil del periodista que escuchan la realidad, valores y la ética profesional.

Ruiz De la Cruz (2019) en su tesis titulada “Análisis al perfil profesional del periodista digital en medios Ediasa S.A” tuvo como objetivo analizar el perfil de los periodistas digitales que laboran en el medio Ediasa S. A en Ecuador e identificar sus funciones y competencias demandadas en su labor profesional. La investigación tuvo una metodología cuantitativa. Para ello, se empleó la recolección de datos mediante la aplicación de entrevistas con preguntas mixtas. También, la técnica de la encuesta con preguntas abiertas y cerradas. La muestra se desarrolló a 36 periodistas entre reporteros, locutores, comunicadores, editores y jefes de redacción.

En sus resultados, esta investigación afirmó que el entorno digital va evolucionando y de acuerdo a ello se describió como principales características del perfil del periodista digital a ser un profesional creativo e innovador, crítico y analítico, autodidacta y en constante aprendizaje.

En efecto, refirió también que los medios de comunicación demandan profesionales capacitados en competencias como saber manejar herramientas digitales, conocimientos seo y escribir en lenguajes propios para cada plataforma.

Sandulescu Budea (2018) en su artículo denominado “Amabilidad digital frente a nuevas generaciones. Perfil digital del periodista madrileño y su relación con el principiante” tuvo como objetivo describir al periodista madrileño en el desarrollo de sus funciones, siendo aptos de generar contenidos en comparación con los estudiantes. La metodología señaló combinaciones cuantitativas y cualitativas. Bajo este criterio, este estudio se desarrolló en la muestra inicial de 1000 profesionales que cumplían los requisitos de ser periodistas digitales y tener presencia en social media. Sin embargo, el número disminuyó a 300 profesionales cuando filtraron características de mantener constante actividad en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn).

Para llevar a cabo esta investigación se realizó dos fases donde de los 210 periodistas asignados 67 llegaron a la parte final del proceso. Se utilizó fases documentadas y aplicación de resultados las cuales mediante el arrojó de información interpretan que el 95% considera al periodismo vocacional e indispensable en la carrera. Asimismo, acerca de la pregunta si vale la pena ser periodista en España, 10 de 67 encuestados respondieron negativamente y el número restante respondió a sentirse orgulloso de tener una profesión compleja.

Por otro lado, 25 periodistas respondieron que es importante tener especialización en periodismo como base para las futuras generaciones. También, el 95% apuntó a una posición favorable con las herramientas tecnológicas como apoyo a la profesión. Por último, en las

conclusiones la autora recayó en la posición de afirmar que existe desfase en el perfil periodístico a causa de las nuevas generaciones.

En efecto, durante el recojo de información se halló respuestas negativas por lo cual esta investigación manifestó hacer énfasis a tener un acercamiento entre periodistas para continuar con un legado profesional que busca constante cambio y evolución para su futuro.

Lazo et al (2020) en su artículo “Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista”. Revista Latina de Comunicación Social, España, tuvo como objetivo analizar las cualidades y perfiles del periodista en el entorno multimedia para definir soluciones a exigencias informativas. Asimismo, conocer la formación, desempeño y uso de las nuevas tecnologías en su quehacer diario de los periodistas.

La investigación tuvo una metodología con enfoque cualitativo. Para ello, se realizaron investigaciones documentadas sobre la técnica de la entrevista y el uso de instrumentos como el cuestionario con preguntas abiertas orientadas a periodistas españoles. Así pues, para reafirmar la hipótesis planteada este estudio acudió a entrevistas con una muestra de 46.000 periodistas de diversos medios españoles. Los periodistas que brindaron información fueron grandes expertos en el desarrollo profesional periodístico conformados por presidentes y portavoces de Federaciones y Asociaciones en España.

En esta investigación, encontró en sus resultados que los profesionales, los empresarios y las audiencias concuerdan que la pervivencia de un periodismo de calidad depende de la integración del entorno tecnológico, económico y el de los principios esenciales de la profesión. Por último, en sus conclusiones profundizan en la similitud entre los términos de periodista multimedia y ciberperiodista debido a la demanda de nuevos negocios, exigencias laborales y demandas informativas.

Por ello, esta investigación evidencia que los nuevos perfiles periodísticos nacen a raíz de las exigencias laborales actuales que van en juego con las redes sociales, interacción multimedia y presencia de entidades. Lo cual recae a formar parte de una evolución en el perfil formativo del periodista siendo un objeto de investigación. En pocas palabras, este estudio es importante como antecedente porque esclarece y define al periodista como un profesional preparado para el mundo tecnológico que cumple con la tarea de ejercer funciones en la web, noticias, reportajes y además posee en su mente un chip digital.

2.2.2 Antecedentes nacionales

Aguirre Altamirano (2023) en su tesis “**Evolución del perfil del periodista digital en los procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón**” para obtener el título de Licenciada en Comunicación Social tuvo como objetivo analizar la evolución del periodista digital en la cobertura de los mundiales de 2014 y 2018. Asimismo, conocer sus rutinas periodísticas y determinar los recursos tecnológicos que empleó. Para ello esta investigación se basó en una metodología mixta de carácter exploratorio y descriptivo en la cual atravesó dos técnicas de recolección de datos (encuestas y entrevistas) para su muestra de 22 periodistas deportivos que estuvieron a cargo de la cobertura periodística.

En sus resultados se evidenció una evolución significativa en el perfil del periodista digital deportivo en el cual se consideró ser un profesional multiplataforma al 100%, percepción que no se hallaba para el año 2014 en una comparativa de análisis de estudio. En el cual, en cuanto a sus rutinas periodísticas el periodista digital mantuvo comunicación constante con colegas mientras cubría el Mundial participando de reuniones y realizando transmisiones en vivo a través de Facebook Live. Además, prefirió compartir sus notas en vivo a través de herramientas tecnológicas para transmisiones, fotos y videos.

Por lo tanto, en sus conclusiones esta tesis señaló que el avance de las tecnologías y la fusión de plataformas en el ámbito de los medios de comunicación han provocado una alteración en el perfil del periodista, influyendo en sus métodos de trabajo y utilización de herramientas tecnológicas. A pesar de estas modificaciones, las habilidades básicas en el campo del periodismo, como la exactitud y la veracidad, mantienen su importancia y se han reforzado gracias a estos cambios.

Quesnay Guevara (2022) en su tesis “**Balance bibliográfico sobre los procesos de adaptación del periodismo en la era digital (Colombia, Ecuador y España, 2009-2019)**” para obtener el título profesional de Bachiller en Comunicación y Periodismo tuvo como objetivo identificar de acuerdo con las investigaciones las más importantes dificultades que está sujeto el periodista debido al cambio de convergencia a la era digital. Asimismo, en su metodología describió ser un estudio de tipo descriptiva, pura, no experimental, longitudinal y de diseño bibliográfico. Además, tuvo un enfoque cualitativo, y en su desarrollo se tomó como referencia aportes teóricos y estudios de casos existentes en los tres países iberoamericanos.

Por consiguiente, aplicó a su desarrollo diversas fichas de lectura y bitácoras de análisis para una mejor profundización de la información. Por lo cual, en sus resultados de este estudio se determinó que los periodistas de medios convencionales tienen dificultades tecnológicas para elaborar contenidos audiovisuales, de igual modo para emplear herramientas tecnológicas debido a los escasos conocimientos y habilidades que presentan en ese aspecto.

De igual importancia, el autor en sus conclusiones mencionó que el periodismo está en un proceso de transición lo cual conlleva dificultades y nuevos retos en su perfil. A ello, el autor enfatizó en su estudio que validó su hipótesis a través que afirma que los periodistas deben manejar funcionalidades tecnológicas para difundir información. Además, sostuvo que esta invasión digital cambia el modelo de negocios en los medios de comunicación.

Por otro lado, señaló que los procesos de convergencia en las empresas consideran un perfil más provechoso y adaptable tras poseer conocimientos en producción y edición digital debido a que la tendencia de hoy en día es esa. En posterior, mientras avanza la tecnología el periodismo determinará un perfil más específico que cumpla características y habilidades especiales para un desempeño exitoso.

Ccencho Díaz (2020) en su tesis “Percepciones de jóvenes y adultos asociados a la prensa escrita y su evolución a la plataforma digital de diario La República”. Analizó y estudió las características y relación de los contenidos digitales e impresos del medio a raíz de la era digital en la que vivimos.

En esta investigación se estableció un estudio para determinar las diferencias de dos escenarios: la redacción del diario y la producción de la versión digital. Asimismo, el objetivo de esta investigación fue analizar el discurso en torno a las nuevas noticias en la web del diario. Además, al identificar el enfoque cualitativo se utilizó técnicas de encuestas, entrevistas y focus groups lo cual en sus resultados determinó gran preferencia de consumo en jóvenes y adultos. Se entrevistó a una muestra de 30 jóvenes de 18 a 29 años y adultos de 30 a 59 años.

Del mismo modo para la programación de los focus groups se designaron 5 integrantes por equipo donde hubo dinámicas acerca de reconocer las diferencias y similitudes entre un portal web y plataforma escrita del medio. Con este trabajo la periodista buscó conocer la opinión del público objetivo y como resultados se visualiza un cambio en la preferencia de jóvenes y adultos. Ellos, prefieren navegar por la versión digital mediante sus redes sociales, lo cual evidencia un cambio en la preferencia del consumo diario y la elaboración de la noticia.

En las conclusiones de este estudio la autora detalló la llegada de las nuevas tecnologías ha transformado las rutinas y afecta en sus hábitos de los lectores tradicionales para preferir

estar cerca de los dispositivos móviles. En resumen, la investigación profundizó un choque en las prácticas periodísticas y de consumo.

Estrada Polar (2019) en su tesis “**El perfil del periodista emprendedor y la capacidad de desarrollar un plan de negocios para el posicionamiento de medios digitales, Lima - 2017**”, tuvo como objetivo identificar la formación profesional del periodista emprendedor para desenvolverse en el entorno digital actual. Este estudio fue de tipo aplicada debido a que examina la situación, busca soluciones, y transeccional porque ocurre en un determinado momento. Tuvo un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo y fue de diseño no experimental, descriptiva – correlacional.

Para desarrollarlo, se aplicó la técnica de entrevista en la muestra de 36 periodistas que entre sus características pertenecían a medios masivos y digitales con 5 años de experiencia. Asimismo, se realizó a nivel de enfoque cuantitativo la técnica de cuestionario mediante 39 preguntas orientadas a describir el perfil del periodista emprendedor en el sentido de la noticia con búsqueda selectiva de la información en la era digital.

En los resultados, se permitió confirmar que el periodismo y los periodistas han evolucionado de la mano y ven la necesidad de emprender otros caminos que conllevan tener conocimientos en redes sociales, tecnologías de la información y el posicionamiento en buscadores para desarrollar grandes ideas de negocio. Es decir, mantener una constante actualización en herramientas digitales.

Por último, en las conclusiones se determinó que el perfil del periodista sobre conocimientos en planes de negocios es bajo y las actitudes que tiene se encuentran en un nivel medio, así que es necesario que tenga características en posicionamiento, redacción, rapidez y ética en la búsqueda de información lo que permite transformarse en un Community Manager lo cual implica estar sujeto a competencias digitales y sociales para un mejor perfil periodístico.

Ortiz Sánchez (2018) en su tesis titulada “**El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018**” para obtener el grado de Titulo de licenciada en Ciencias de la Comunicación tuvo como objetivo analizar el perfil del periodista a través de identificar sus conocimientos, habilidades, actitudes, experiencia y formación. Este estudio presentó características de tipo descriptivo simple, nivel perceptual, diseño no experimental y corte transeccional.

Para lograrlo, el autor realizó una investigación cuantitativa mediante la técnica de la encuesta sobre una muestra no probabilística de 53 periodistas del Grupo La República, y a

través del instrumento del cuestionario con preguntas referidas a las variables, dimensiones e indicadores establecidos.

Posteriormente, en la investigación se arrojó resultados que para definir el perfil del periodista este debe tener y explotar diferentes habilidades para un perfil más completo, en lo cual se detalla haber tenido estudios en comunicación, tener manejo de inglés, conocimiento en posicionamiento SEO, redes sociales y Tic's. No obstante, un periodista dedicado al manejo de herramientas digitales es un profesional enriquecedor en su formación. Para terminar, sobre las conclusiones, para mejorar el perfil periodístico los profesionales del Grupo La República señalaron que se debe tener estudios en periodismo. Asimismo, de tener un grado académico establecido, tener ética profesional al difundir la noticia evidenciando la responsabilidad de su autoría.

2.3 Bases teóricas

A continuación, se describirá las bases teóricas con las cuales se enmarcaron las categorías del perfil del periodista y evolución digital. La primera se encuadró en la teoría de la *Deontología profesional* y la segunda evolución digital sobre la teoría de la *Globalización digital*.

2.3.1 Bases teóricas de la categoría 1: Perfil del periodista

2.3.1.1 Base teórica: deontología profesional

La Deontología profesional está basada en la teoría de Luka Brajnovic (1978) donde señala que:

La Deontología o Moral profesional la podemos definir como una parte especializada de la Ética, porque considera el aspecto moral del hombre ejerciendo su profesión. Esta parte de la Ética se fija especialmente en el contenido y en la honradez de las actividades profesionales y en los deberes de los que desempeñan tales actividades y trabajos; comprometiendo así la misma profesión (p. 43).

Por lo cual, realizando una interpretación podemos entender que esta teoría rige comportamientos y competencias de los profesionales en periodismo con la finalidad de garantizar un ejercicio bueno, responsable y de calidad de trabajo basado en la ética periodística y defensa de información.

De Brajnovic podemos referir que “la formación ética del periodista es la base de todas sus actividades profesionales en los medios de comunicación social” (p. 12).

Asimismo, entre diversas teorías encontramos a la teoría de la "aldea global" desarrollada por Marshall McLuhan, quien apuesta que los progresos en la tecnología de los medios de comunicación están generando una impresión de una interconexión global y provocando cambios en la manera en que percibimos y comprendemos el mundo. Esta concepción continúa teniendo un impacto significativo en el campo de la investigación sobre los medios de comunicación y la comunicación a nivel global

Barroso (2011) opina acerca de los códigos deontológicos de la profesión periodística, y lo define como un “conjunto de principios y normas de conducta profesional de los periodistas referentes a sus derechos, deberes y responsabilidades éticas” (p. 1).

Por lo tanto, en el periodismo gracias a la deontología profesional, los profesionales hacen práctica de códigos éticos, conductas y opiniones que resaltan por encima de la persuasión de los medios de comunicación. Por lo tanto, sobre la deontología profesional se deduce ser una ciencia conformada por normas éticas que deben responder en sus labores periodísticas.

Es importante mencionar que los profesionales de periodismo desarrollan normas y conductas que encaminen una práctica digna y con altos estándares que brinden seguridad en su trabajo.

2.3.1.1.1 Importancia. Como se aprecia de la teoría descrita, la práctica de la Deontología Profesional es importante no solo para el ejercicio especializado de la profesión, sino que ello redundará a favor del desarrollo social. Asimismo, este conjunto de normas y principios ayudarán a regir un desempeño laboral en el ejercicio de sus funciones de manera honorable.

2.3.1.1.2 Características. La Deontología Profesional se caracteriza porque norma el cabal desempeño ético y moral de los profesionales. Entre sus características se tiende a considerar la responsabilidad, ética y la integridad, lo que conduce a formar comportamientos alineados a un profesional comprometido con la sociedad y sus valores.

2.3.1.2 Perfil del periodista. Es un conjunto de habilidades y características que todo periodista posee para poder desarrollar funciones informativas a lo largo de su profesión. Teniendo en consideración conocimientos en herramientas informativas y digitales que cumplan para poder ser un profesional capaz de trabajar en todo panorama que se le permita.

Barrios (2015) refiere que, el periodista actual en el campo profesional necesita emplear conocimientos sobre los diversos formatos y géneros para medios digitales, además de manejar habilidades críticas, interpretativas, analíticas y reflexivas. Asimismo, es importante que

puedan crear lenguajes que se adapten adecuadamente a cada plataforma y que integren el uso de elementos escritos y audiovisuales. También se espera que los periodistas tengan la capacidad de interpretar las categorías estéticas de los nuevos medios de comunicación, incluyendo la innovación y el contenido, la originalidad, el estilo, y las tendencias. Finalmente, es importante que puedan redactar textos con el objetivo de difundir su trabajo en blogs y sitios de noticias.

Por otro lado, Moreno Hernández (2016) señala que “un perfil busca múltiples voces que ayuden a descifrar al personaje. Se convierte en una herramienta con la que se pueden explorar, a través del protagonista, temas históricos, sociales o políticos, cruciales para entender el mundo contemporáneo” (párr. 2).

Asimismo, sobre el perfil del periodista Salaverría (2006) señala que, para convertirse en periodista, cualquier persona debe familiarizarse con estas tres etapas fundamentales: adquirir conocimientos sobre las técnicas de investigación, aprender a utilizar los géneros periodísticos y tener habilidades para llevar la información de manera efectiva a través de medios escritos, audiovisuales y digitales.

Estas recomendaciones que facilita el autor aconsejan al periodista a tener en consideración y tener importancia sobre la confiabilidad de sus fuentes, ahondar en la información y conocer a profundidad los recursos que tiene a su alcance.

Asimismo, para Jaramillo Carrera, 2021 (citado por Caminero y Sánchez, 2018, p. 9) señala que “el perfil periodístico es el conjunto de capacidades y competencias que identifican a un informador para desempeñar su profesión a través de sus conocimientos y habilidades adquiridas”.

Por lo tanto, cuando pensamos en el perfil de un periodista describimos a ser un profesional altamente familiarizado, capacitado y en constante actualización para estar a la vanguardia con la modernidad. No obstante, sin olvidar los valores éticos y morales que conlleva la gran responsabilidad de brindar información.

Rotundamente es inevitable que ocurran variaciones en el periodismo tradicional que tenga efecto en buscar mejoras en las cualidades profesionales del perfil. En ese sentido Marques et al. (2016) mencionan que:

Los perfiles profesionales han sido y siguen siendo susceptibles a los cambios del entorno; de ahí que puedan modificarse, extinguirse o surgir nuevos permitiendo asignar o añadir nuevos roles a los comunicadores sociales generados por el avance de las nuevas tecnologías. No obstante, las competencias tradicionales siguen siendo las más

valoradas en el mercado laboral, pues son las básicas para el ejercicio de la profesión (p. 16, 18).

Al respecto, el Libro Blanco de los Títulos de Comunicación de ANECA (2005) determina cuatro perfiles profesionales en Periodismo quienes son definidos como redactor de información periodística, que está referido al profesional que produce contenidos mediante la aplicación de géneros que abarca la capacidad en redacción, investigación, y búsqueda de la noticia. Asimismo, redactor o responsable de prensa, quien es el encargado de ver la comunicación en una entidad pública o privada. En ese sentido, podemos describir al investigador, docente y consultor/a de comunicación, quien presenta aptitudes para ofrecer orientación a organizaciones y con habilidad en impartir conocimientos sobre la tecnología de la comunicación. Por último, se encuentra el gestor de portales y editor de contenidos, profesional con experiencia en la búsqueda informativa y posee competencias relacionadas al uso de herramientas tecnológicas.

2.3.1.2.1 Importancia. Un perfil profesional ayuda a determinar funciones, habilidades y competencias en el ejercicio profesional. Asimismo, al manejarlas adecuadamente se podrá acceder a tener contactos con fuentes importantes, el periodista será considerado como una profesional confiable y presto a compartir información veraz, objetiva y de calidad. Por ende, a medida que va construyendo un perfil destacado, las oportunidades de empleo son mejores y el impacto significativo con la sociedad es positivo.

2.3.1.2.2 Características. Las principales características para determinar el perfil del periodista son la capacidad de investigación, habilidades comunicacionales, ética, responsabilidad y manejo de conocimientos especializados.

2.3.1.2.3 Dimensiones del perfil del periodista

2.3.1.4.1 Habilidades. Es importante que el periodista desde su formación profesional adquiera habilidades que lo ayuden en su desenvolvimiento. De esta manera, Díaz Barriga (1999) opina que el perfil profesional lo componen tanto conocimientos y habilidades como actitudes. Todo esto en conjunto, definido operacionalmente, delimita un ejercicio profesional (p. 2).

Claramente, en la práctica profesional se irán desarrollando características que irán dando forma frente a una realidad social. En efecto, Bravo Mera y Jaramillo Correa, 2022 (citado en Palomo y Palau, 2016) refieren que, “dada la constante transformación del ecosistema mediático, los periodistas tienen que redefinir sus habilidades profesionales de manera continua” (p. 6).

El avance y desarrollo de nuevas tecnologías es una virtud profesional en la cual el periodista se acopla a la realidad sin dejar de lado el sentido informativo. Al respecto, Lezaeta (2020) menciona que:

Hoy el trabajo del periodista requiere un amplio abanico de entornos laborales como agencias de comunicación, empresas de todos los rubros, en medios nativos digitales y en medios tradicionales en proceso de digitalización. Se requieren habilidades, aptitudes y competencias completamente distintas a las clásicas, ya que el foco está en comprender otros tipos de lenguajes y códigos para informar a una audiencia activa con la que se está en constante relación (p. 8).

Competencias. En la actualidad, vivimos en un mundo digital que trae consigo ventajas y retos en el periodismo lo cual ocasiona ser una profesión multidisciplinaria. En cuanto a las competencias que debe tener un periodista, Bravo Mera y Jaramillo Carrera, 2022 (citado por Borja, 2021, p. 657) consideran que “saber escribir bien los distintos géneros periodísticos, saber investigar y contar historias, dependiendo del formato en que vaya a publicar, sea audiovisual o escrito; es fundamental”.

Ello replantea totalmente todo el sistema y lleva a rediseñar el trabajo activo de un periodista; de pasar a solo saber escribir a utilizar herramientas digitales. Por lo tanto, entre otras definiciones encontramos a Lazo et al (2020) quienes mencionan que:

Entre las competencias clásicas del periodismo más destacadas se encuentran: vocación profesional, vocación de servicio, saber contar buenas historias, investigar a fondo un tema, honestidad, integridad y responsabilidad con las fuentes, empatía con el sufrimiento, gran sentido de justicia, creatividad, sentido común, criterio y capacidad reflexiva de análisis y libertad (p. 4).

Siendo así nuevas características adquiridas del periodismo que traen consigo beneficios en la identidad propia del profesional multifuncional. En relación con ello, se apunta que “el perfil del profesional de la información que contratan las empresas informativas se define en torno a las competencias digitales. Estos conocimientos son, entre otros, sobre análisis de audiencias, big data o gestión de redes sociales y contenidos” (López Martín y Córdoba Cabús, 2020, p. 63).

Actitudes. Son el juicio propio que tiene una persona frente a una situación o suceso. Puede ser positiva o negativa. Según Escalante Gómez et al., 2012 (citado por Allport, 1935, párr. 5) la define “como un estado mental y neural de disposición para responder, organizado

por la experiencia, directiva o dinámica, sobre la conducta respecto a todos los objetos y situaciones con los que se relaciona”.

Según, Canel y Sánchez Aranda (1999) señalan que el periodista debe aspirar a ser objetivo, en otras palabras, neutral, una herramienta periodística donde se muestra un trabajo imparcial y frío. Asimismo, citando a Rohe (1989) se refiere entre sus actitudes profesionales tener facultad en la interpretación en el cual transmita su punto de vista a raíz de su percepción.

En ese aspecto, López García et al. (2017) mencionan “como las actitudes periodísticas a la curiosidad, capacidad de análisis, capacidad de interpretación y crítica, honestidad.” Por lo tanto, las actitudes se definen como un reflejo de emociones a partir de una determinada experiencia que adquiere el profesional.

2.3.2 Bases teóricas de la categoría 2: Evolución digital

2.3.2.1 Base teórica: globalización: La Globalización con el traspaso del tiempo ha causado algunos cambios donde se enfatizan las nuevas tecnologías; en el periodismo su presencia es cada vez más notoria que causa desarrollo a través de la convergencia digital y su consumo masivo.

En ese sentido, en la teoría de Gómez Mompert (1999) quien considera y se cuestiona sobre el surgimiento de este cambio opina que:

Preguntarse ahora por qué se habla tanto de un tema y no de otro, con independencia de que sea un hecho social destacado, como lo es la denominada «globalización», es también el resultado de las estrategias comunicativas y de las rutinas informativas de emisores potentísimos y de grandes grupos multimediáticos (p. 26).

Por otro lado, según Suárez (1999) se menciona que la globalización ha causado un revuelo enfatizando las actividades del periodista lo cual provoca ventajas y desventajas. Tras lo último, alude a comenzar a negociar la información y que el acceder a ella se vuelva un servicio. Es decir, la globalización en periodismo genera cambios, y ante ello citamos un párrafo del artículo Medios, periodistas y globalización por la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui donde se afirma que:

La tecnología globalizada, pues, ha dinamizado al periodismo, pero también lo ha trastocado con un nuevo contenido y formato, que hay que comprender y utilizar para no alejarlo definitivamente de su sentido original de comunicación y de servicio entre personas, comunidades, regiones, países. Se ha dicho que, así como el mundo pasó por diversas edades ahora estamos en la edad o sociedad de la información. Esto comenzó siendo cierto, pero el desarrollo globalizado de las tecnologías, y su empleo para fines

prácticos en las finanzas y en la economía, ha vertido el concepto dentro del más abarcador de sociedad de la comunicación, predominante sobre el concepto original que arrancaba de la fuerza expansiva del periodismo (p. 20).

2.3.2.1.1 Importancia. La teoría de la globalización es valiosa debido a que nos brinda herramientas analíticas para comprender los cambios de la sociedad y apreciar las interconexiones globales que enfrentamos.

2.3.2.1.2 Características. La globalización abarca grandes características y entre las más importantes están la interconexión global, flujo de capital, la tecnología y la diversidad cultural. Además, otro punto a considerar es que su efecto puede ser significativo o negativo lo que genera grandes desafíos.

2.3.2.2 Evolución digital

El periodista conscientemente reconoce que hoy el panorama digital ha evolucionado y trae mejoras en la convergencia de cada medio gracias al internet. En ese sentido Jódar Marín (2010) señala que llamada Revolución Digital constituye un conjunto de nuevas tecnologías cuyas aplicaciones establecen un nuevo modelo económico, productivo y social que propone la aparición de industrias, perfiles profesionales y modelos económicos. Por lo tanto, el valor de la digitalización redefine los medios de comunicación tradicionales, contenidos y funciones de trabajo. Al respecto Salaverría (2004) señala que:

La configuración de un lenguaje para los cibermedios pasa por incorporar, sobre todo, tres novedosos ingredientes para el periodismo: *multimedialidad, hipertextualidad e interactividad*. Para conseguirlo, era necesaria una condición tecnológica añadida: un soporte digital y la posibilidad de conectar a los interlocutores del proceso comunicativo mediante redes. Gracias a esta plataforma tecnológica, han nacido y crecido miles de cibermedios que han comenzado a aprovechar las nuevas posibilidades lingüísticas (p. 39 , p. 40).

En consecuencia, los periodistas se preparan a vivir en un mundo digitalizado que corresponde a atender características en los lenguajes del periodismo. En la etapa actual, el periodismo evoluciona en el mundo digital promovida por el amplio desarrollo de las herramientas tecnológicas.

Estos nuevos retos y desafíos marcan un perfil diferente al periodista de hace más de 1 década atrás y necesita un profesional que trascienda con el periodismo digital. En efecto, Arroyo Cabello afirma que (2011):

La sociedad digital y las exigencias del mercado obligan a la revisión de los conocimientos adquiridos y a la adecuación a los cambios que producen la innovación tecnológica, la globalización y las nuevas fórmulas de negocio. En este punto, los postgrados deberán hacer un esfuerzo y ofertar progresivamente programas flexibles que se adapten a la demanda de los medios con perfiles, cada vez más profesionales (p. 8).

Por lo tanto, Bardales Vasquéz (2022) concluye que “hemos pasado de solo ser un mero transmisor o difusor de información a ser valorado como una persona que busca el cambio social y el bien común de su entorno” (p. 60).

2.3.2.2.1 Importancia. La evolución digital es importante en la sociedad porque ayuda en el impacto de la comunicación y el acceso libre a la información. Además, gracias a su avance permite que los medios de comunicación ejecuten cambios que involucra a la tecnología y a la comunidad, lo cual fomenta participación activa, la democratización de la información y grandes oportunidades para ellos.

2.3.2.2.2 Característica. Las principales características que engloba el término de la evolución digital son el acceso a la información, la conectividad global y la innovación tecnológica. Estas características han cambiado la manera de comunicarnos y la forma de interactuar.

2.3.2.2.3 Dimensiones de la evolución digital

2.3.2.3.1 Interactividad. La interactividad es el vínculo comunicacional que mantienen la audiencia con los contenidos informativos o digitales. Asimismo, es la facultad otorgada por el internet que da alcance a la reciprocidad e interacción que deseas consumir. En concordancia con lo expuesto, Cebrián Herreros (2009) comenta que:

La interactividad se instala como un proceso multidimensional que va desde los aspectos de las mediaciones tecnológicas hasta la expresión multimedia. Con la interactividad, los cibermedios y los usuarios modifican sus relaciones. Se amplía la concepción de la información periodística tradicional con el valor añadido de otras dimensiones pegadas a los asuntos individuales y de grupos (p. 17).

Por lo tanto, es la participación activa en el panorama comunicativo y su manejo es empleado en los medios. Para Fondevila Gascón (2014) expresa que:

En la fase primigenia de la prensa digital, hemos llevado a cabo estudios sobre los que consideramos tres aspectos singulares y diferenciales de la prensa digital: hipertextualidad, multimedia e interactividad (p. 57).

Estos aspectos anteriormente mencionados buscan ampliar el nivel y calidad de los recursos digitales para un mejor posicionamiento publicitario.

Hipertextualidad. Es una herramienta y característica del periodismo digital que se encarga de otorgar información mediante enlaces creativos que comparten textos, imágenes, y diferentes contenidos audiovisuales.

Al margen de lo mencionado Navarro (2009) expresa que el perfil del emisor de los mensajes de los cibermedios debe ser capacitado con elementos que le son esenciales como: la interactividad, la hipertextualidad, los elementos multimedia. Estos elementos deberán asumirse en la construcción de los mensajes periodísticos (p. 42).

En los medios digitales todos los periodistas al redactar notas deben hacer uso de la hipertextualidad con la finalidad de tener un material más estructurado y fabuloso para brindar al usuario toda la información a su alcance. Al respecto, Alonso del Barrio (2021) menciona que la hipertextualidad es un relato no lineal que une un texto B (hipertexto) a un texto anterior A (hipotexto) en el cual se injerta un texto derivado de un texto anterior por transformación simple o por transformación indirecta (citado por Cleger, 2010, p. 441).

En el trabajo periodístico, la hipertextualidad se utiliza y se refleja en aplicaciones digitales lo que nos permite acceder de manera no lineal sin evadir el contexto de la información.

Multimedialidad. Se refiere al empleo de diversos elementos como (fotografías, videos y audios) en un mismo contenido. Por lo tanto, es la combinación de recursos para darle vitalidad a la noticia y que el usuario pueda tener clara la noticia que se quiere dar a conocer. En ese sentido, Guallar et al (2010) infiere que “la multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (p. 620).

Lo que menciona a tener dos tipos de extensión como se menciona anteriormente; la primera se caracteriza por tener contenidos diferentes a la información y el segundo caso obedece a la combinación dichos componentes comunicacionales.

Asimismo, mencionan que:

Los trabajos dedicados exclusivamente a la multimedialidad no son muy numerosos, pero en los últimos años han ido en aumento. Hay desde estudios sobre la presencia de varios formatos a análisis dedicados a uno de ellos. Se pueden citar sobre la fotografía en diarios digitales a Caminos-Marcet, Marín-Murillo y Armentia-Vizueté (2006), Sánchez-Vigil, Marcos-Recio y Villegas-Tovar (2007) y Villa (2008); sobre infografía

a Valero (2003, 2004); sobre fotografía e infografía a Yuste, Sandoval y Franco (2006), y sobre vídeo a López-García (2008), Micó-Sanz y Masip (2008) y Masip (2010). Por último, Cabrera-González (2009) analiza el conjunto de elementos multimedia (p. 621).

Por lo cual junto al periodismo digital causa grandes impactos estructurales para expandir en diversos enfoques periodísticos recursos para un mejor desarrollo en la web 2.0 que actualmente atravesamos.

2.4 Definición de términos básicos

Comunicación. Fedor Simón (2016) la define como “la herramienta que posibilita al hombre realizar o expresar sus ideas, pensamientos, sentimientos y que se materializa a través de signos verbales produciendo la comunicación” (párr. 1).

Contenidos. Villegas (2017) afirma que “los contenidos digitales se han de comprender como los componentes estructurales de los mensajes con carácter comunicativo que se divulgan en el Social Media” (p. 260).

Convergencia. El término “convergencia” en el mundo periodístico tiene que ver con los procesos de concentración de redacciones, y se ha constituido en una de las soluciones logísticas más en boga entre las empresas informativas para adaptarse a los desafíos del entorno digital y, por qué no decirlo, aumentar de paso la productividad de sus equipos humanos y materiales (García et al., 2010, p. 41).

Hipertexto. Renó y Flores (2018) afirman que “el hipertexto es definido como un “entorno que describe de manera no restrictiva, no lineal ni nomológico, el funcionamiento de los textos que se tiene dado, con más o menos frecuencia, tanto en la cultura manuscrita como en la impresa” (p. 30).

Información. Según Antonio (2017), “información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción; la información no son los datos sino lo que hacemos con ellos” (p. 4).

Medios. Amadeo (2002) detalla que “los medios de comunicación constituyen a unos de los actores sociales fundamentales de la sociedad moderna. Los temas que tratan, sus contenidos, lenguaje y humor retratan las características e intereses de los miembros en la comunidad en la que se encuentran” (p. 6).

Multimedia. Según lo define Salaverría (2001) la multimedia en el entorno comunicacional cumple un rol importante en el periodismo. En el plano de los lenguajes o plano

comunicativo, el adjetivo multimedia identifica a aquellos mensajes informativos transmitidos, presentados o percibidos unitariamente a través de múltiples medios (p. 385).

Periodismo digital. Se define al periodismo digital como "la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" Ruiz, s.f (citado por Salaverría, 2001, s.f).

Redes sociales. Ayala (2008) menciona que:

las redes sociales pueden definirse como servicios basados en la Web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema limitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y tanto ver como atravesar sus propias listas de conexiones como aquellas elaboradas por otros dentro del sistema (p.28).

Web 2.0. Ribes (2007) señala que:

El término Web 2.0 hace referencia a la evolución que ha experimentado el servicio web. En constante progresión, ha pasado de unas primeras páginas estáticas en HTML (Web 1.0), a un segundo nivel más elaborado (Web 1.5), caracterizado por la creación "al vuelo" de documentos dinámicos. Pero los cambios que se intuyen ahora son más profundos y complejos. Este nuevo estadio de la Web es el que se conoce como Web 2.0 (párr. 1).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Categorías y su operacionalización

3.1.1 Identificación de las categorías y su definición

Perfil del periodista

Barrios (2015) señala el profesional de periodismo tiene habilidades y competencias relacionadas en la utilización de formatos tradicionales y digitales. en el campo profesional necesita emplear conocimientos sobre los diversos formatos y géneros para medios digitales, además de manejar habilidades críticas, interpretativas, analíticas y reflexivas. Asimismo, es importante que puedan crear lenguajes que se adapten adecuadamente a cada plataforma y que integren el uso de elementos escritos y audiovisuales. También se espera que los periodistas tengan la capacidad de interpretar las categorías estéticas de los nuevos medios de comunicación, incluyendo la innovación y el contenido, la originalidad, el estilo, y las tendencias. Finalmente, es importante que puedan redactar textos con el objetivo de difundir su trabajo en blogs y sitios de noticias.

Evolución digital

Salaverría (2004) define como la configuración de un lenguaje para los cibermedios pasa por incorporar, sobre todo, tres novedosos ingredientes para el periodismo: multimedialidad, hipertextualidad e interactividad. Para conseguirlo, era necesaria una condición tecnológica añadida: un soporte digital y la posibilidad de conectar a los interlocutores del proceso comunicativo mediante redes. Gracias a esta plataforma tecnológica, han nacido y crecido miles de cibermedios que han comenzado a aprovechar las nuevas posibilidades lingüísticas (p .39 , p. 40).

3.1.2 Operacionalización de categorías

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la categoría 1

CATEGORIA 1: Perfil del periodista				
DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORIA	SUBCATEGORIAS (Dimensiones)	SUBCATEGORIAS 2 (Indicadores)	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
Salaverría (2006) sostiene que el perfil del periodista debe familiarizarse con tres aspectos importantes. En primer lugar, debe adquirir conocimientos en técnicas para investigar y asegurar su veracidad. En segundo lugar, debe capacitarse en las técnicas necesarias para elaborar géneros periodísticos. Por último, es necesario que se instruyan en los mecanismos y métodos para comunicar la información de manera efectiva a través de diversos recursos, ya sean impresos, audiovisuales o, en los últimos años, también digitales. (p.3)	Habilidades	Conocimiento	¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista en el entorno digital?	Técnica de la entrevista A través del instrumento del cuestionario
		Habilidades blandas	¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil en el entorno digital?	
	Competencias	Desempeño Laboral	¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista en el entorno digital?	
		Dominio de contenidos	¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista en el entorno digital?	
		Manejo de las nuevas tecnologías	¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista en el entorno digital?	
	Actitudes	Capacidad de análisis	¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista en el entorno digital?	
		Interpretación	¿Cómo puede la capacidad de interpretación ser determinante para el perfil del periodista en el entorno digital?	
		Objetividad	¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico en el entorno digital?	

Tabla 2*Matriz de operacionalización de la categoría 2*

CATEGORIA 2: Entorno digital				
DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA	SUBCATEGORIAS (Dimensiones)	SUBCATEGORIAS 2 (Indicadores)	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
Salaverría (2004) define como la configuración de un lenguaje para los cibermedios pasa por incorporar, sobre todo, tres novedosos ingredientes para el periodismo: <i>multimedialidad, hipertextualidad e interactividad</i> . Para conseguirlo, era necesaria una condición tecnológica añadida: un soporte digital y la posibilidad de conectar a los interlocutores del proceso comunicativo mediante redes. Gracias a esta plataforma tecnológica, han nacido y crecido miles de cibermedios que han comenzado a aprovechar las nuevas posibilidades lingüísticas (p. 39 - p. 40).	Capacidad de interactividad	Nivel de participación	¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?	Técnica de la entrevista A través del instrumento del cuestionario
	Hipertextualidad	Hipertexto	¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?	
	Multimedialidad	Fotografía	¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?	
		Video	¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?	
		Audio	¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta en el entorno digital del periodismo?	

3.2 Tipo, nivel y diseño de la investigación

3.2.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada, porque como lo menciona Tevni Grajales, 2000 (citado por Zorrilla, 1993, p. 1) la investigación aplicada, se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para actuar, para construir y para modificar.

Según Arias (2017) este tipo de investigación genera conocimientos en el cual busca solución a problemas concretos. La investigación aplicada utiliza el conocimiento suministrado por la investigación básica, pero sus resultados son empleados de forma inmediata, a corto o a mediano plazo, para solventar problemas sociales, administrativos, educativos, de salud, entre otros.

Asimismo, como señala Cívicos y Hernández (2007), esta investigación es aplicada o práctica porque se caracteriza por la forma en que analiza la realidad social y aplica sus descubrimientos en la mejora de estrategias y actuaciones concretas, en el desarrollo y mejoramiento de éstas, lo que, además, permite desarrollar la creatividad e innovar.

De acuerdo con el enfoque del estudio está dirigida al modelo cualitativo. Esta investigación desarrolla características descriptivas lo cual facilita el alcance de conocer contextos describir procesos y situaciones que ayuden a justificar argumentos. Asimismo, está encargada de la recolección de datos y la observación. (Nizama Valladolid y Nizama Chávez, 2020, p. 77).

La investigación aplicada es una manera de indagar y hallar soluciones innovadoras a problemas prácticos. Asimismo, se basa en el uso de métodos y técnicas que permiten la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos.

3.2.2 Nivel de investigación

La investigación tiene un nivel exploratorio porque como menciona Nicomedes Teodoro, s.f (citado por Claire, 1965, p. 2) es una búsqueda de información que emplea el investigador con el propósito de formular problemas e hipótesis para una investigación más profunda de carácter explicativo a futuros estudios.

En el mismo sentido, John W. Creswell (2017), el nivel exploratorio tiene como finalidad investigar y entender fenómenos que no han sido estudiados. En este tipo de investigación, se enfatiza en recopilar información mediante técnicas como entrevistas, observaciones y análisis documental, con el fin de generar nuevos conceptos y perspectivas.

3.2.3 Diseño de la investigación

La investigación presenta un diseño de estudio de casos. Al respecto, Mendoza y Llaxacondor, 2016 (citado por Woodside, 2010, p. 154) es:

una investigación que se focaliza en describir y entender un individuo (por ejemplo, un proceso, un animal, una persona, una familia, una organización, un grupo, una industria, una cultura o una nación), y cuyo propósito es alcanzar un profundo entendimiento de los actores, sus interacciones, sentimientos y conductas en un proceso específico durante un tiempo determinado.

En ese contexto hallamos que Munarriz 1992 (citado por Cohen, 1990, p. 105) afirma que "sea cual fuese el problema o la metodología, en el fondo de cada estudio de caso yace un método de observación".

Por lo tanto, bajo estas premisas podemos deducir que toda investigación cualitativa que se somete al estudio de casos analiza la observación la cual facilita el contraste ideas de los datos alcanzados.

3.3 Población y muestra

3.3.1. Población

La población fueron los periodistas entrevistados de los medios digitales registrados en Lima Metropolitana tales como La República, El Comercio y RPP.

3.3.2 Muestra

La muestra selecciona fueron 6 periodistas de La República, El Comercio y RPP en donde se eligió a 2 periodistas por cada medio. Total 6 periodistas entrevistados.

Para Hernández Sampieri et al. (2014) la muestra es definida como “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que delimitarse con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p. 173).

Asimismo, como menciona Sampieri (2014) existen dos tipos de muestra: probabilística y no probabilística. La primera se refiere al subgrupo de la población cuyos todos elementos tienen la probabilidad de ser elegidos a través de una selección aleatoria. Mientras que la no probabilística se caracteriza por las causas relacionadas de la investigación (p. 181 , p. 182).

En esta investigación la muestra destinada fue no probabilística por lo cual se entrevistaron a dos periodistas por cada medio (La República, El Comercio1 y RPP).

3.3.3 Muestreo

La investigación desarrolló el tipo de muestreo no probabilístico por el interés que tiene el investigador y el acceso para acceder a la muestra. Vásquez (2017) señala que el muestro no

probabilístico se caracteriza por no seleccionar procedimientos de manera aleatoria, sino que se define por conocimientos del investigador.

3.4 Métodos de investigación

Método descriptivo

Es de carácter descriptivo porque busca analizar conocimientos importantes que permiten conocer el fenómeno que se estudia, es decir identificar aspectos sobre los perfiles del periodismo a través de la observación. Abreu, 2014 (citado por Calduch, 2012, p. 198 - 199), señala que se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad y que demanda la interpretación subjetiva.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos cualitativos

3.5.1 Técnicas

Se aplicó la técnica de la entrevista a profundidad, como refieren López y Deslauriers, 2011 (citado por Grawitz, 1984; Aktouf, 1992; Mayer y Ouellet, 1991) señalan a la entrevista como una técnica de recolección de datos entre dos personas: entrevistado y entrevistador con la finalidad de obtener información a través de una conversación de preguntas y respuestas con una determinada finalidad.

En ese sentido, Munarriz (1992) afirma que “la técnica de la entrevista se utiliza, tanto en el estudio de casos como en la investigación/acción, como una fuente de información” (p. 112) y durante su desarrollo podemos obtener datos a través de entrevistas abiertas, semi estructuradas y de indagación.

En esta presente investigación se recogerá las diversas informaciones de dos periodistas entrevistados de cada medio (La República, El Comercio y RPP) con la finalidad de analizar sus comentarios, el perfil que presenta cada uno y su trayectoria profesional.

3.5.2 Instrumentos (validez cualitativa o rigor científico)

El instrumento empleado en este estudio fue el cuestionario. Para validar el instrumento en esta investigación fue evaluada por tres expertos.

En ese contexto, Muñoz (2003) explica que el cuestionario es un instrumento de investigación para la obtención y registro de datos. Asimismo, es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos.

Validez

Tabla 3

Validación de juicios de expertos

N° Ord	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Mg. Valdez Orriaga, Víctor Miguel	47	Válido, aplicar
2	Mg. Schuncke, Christian	41	Válido, aplicar
3	Mg. Cecilia Lévano Zegarra	45	Válido, aplicar

Fuente: Validación de expertos

Credibilidad

Al respecto, Castillo y Vásquez (2003) mencionan que la credibilidad se establece, a través de la observación con los participantes del estudio las cuales al emplearlas emiten información que produce resultados que son reconocidos como una verdadera aproximación sobre el estudio. Así entonces, la credibilidad hace referencia a la evidencia de hallazgos del trabajo de investigación.

La credibilidad en la investigación cualitativa hace referencia a la validez de los resultados encontrados. Es la obtención verdadera del análisis sobre las interpretaciones y que se encuentran respaldados por evidencia sólida. La credibilidad es importante para generar confianza en los hallazgos cualitativos y la investigación.

Transferibilidad

La transferibilidad apunta a la técnica de expandir los hallazgos de tu investigación a otras poblaciones. En ese sentido, la transferibilidad busca describir al estudio, estudiar los contextos, evaluar los procesos de recolección de datos así de este modo diferentes investigadores analicen la relevancia de los hallazgos en diversos ámbitos. Por lo tanto, la transferibilidad se realiza a través de la elaboración minuciosa de los sujetos participantes, el entorno en el que se lleva a cabo el estudio y los enfoques empleados en la investigación cualitativa.

Hidalgo, 2005 (citado por Guba y Lincoln, 1985, p. 231) determinan que la transferibilidad conduce a estudiar los hallazgos para que se adecuen con otros contextos y la observación, para ser aplicada en los resultados de además otros grupos.

Confirmabilidad de los datos

La confirmabilidad se refiere a la interpretación de la información que se enfoca en la objetividad de los resultados y sirve como guía al investigador para aplicar a futuras investigaciones evaluando la coherencia y transparencia de los resultados.

En ese sentido, Guba y Lincoln (1981) señalan que la conformabilidad se logra a través veracidad de los resultados, la aplicabilidad, la coherencia y la neutralidad del proceso en la investigación cualitativa.

3.6 Técnicas de análisis de datos

Para aplicar al análisis de datos la investigación aplicó al análisis de contenido. Según Abela (2002), señala que el análisis de contenido es un instrumento que recoge información siguiendo el método científico: sistemático, objetivo, replicable, y válido. Se caracteriza de otras técnicas de investigación porque combina intrínsecamente la observación, producción de los datos, interpretación y análisis de los datos. Asimismo, es importante mencionar a Krippendorff (1990) quien define al análisis de contenido como “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los periodistas Laura Vasquez – La República, Kristell Costilla – La República, Christian Silva – El Comercio, Israel Lozano – El Comercio, Lucia Barja – RPP y Giuliana Castillo – RPP, quienes respondieron al cuestionario para determinar el perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

Tabla 4

¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p><i>“Es esencial. Por lo menos para un periodista en estas últimas épocas quedarte con solamente un tipo de conocimiento es limitante hasta cierto punto. Lo que es imperativo dentro de la carrera es estar todo el tiempo capacitándote, conociendo sobre todo tipo de temas porque te permite extender un enfoque mucho más amplio de lo que puedes brindar dentro del contenido que generas”.</i></p>	<p><i>“Pues, es una habilidad que es importante de igual manera también existen otras habilidades que tiene el periodista y no importa en la plataforma que esté que, pueda incluso ser más importante. Considero no solo al conocimiento como habilidad sino lo “que se hace” con ese conocimiento.”.</i></p>	<p><i>“El conocimiento es importante para el periodismo y en todas las carreras. El periodismo no solo es la información sino los estudios que vas obteniendo, eso va enriqueciendo el perfil del periodista porque vamos mejorando todo el día”.</i></p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p><i>“Yo creo que los conocimientos teóricos que te da la universidad son muy importantes porque te ayuda más o menos a perfilar el rubro del ámbito del periodismo que te interesa enfocar”.</i></p>	<p><i>“No creo que el conocimiento describa específicamente. Creo que es parte de que debería estar dentro de un perfil porque tiene que tener varias características, tiene que tener conocimientos, habilidad de expresión. Son muchas cosas, en realidad, que hacen a un periodista como tal para pueda hacer un buen papel”.</i></p>	<p><i>“Efectivamente los periodistas debemos tener una noción y un conocimiento sobre los temas en la cobertura de la cual nos desempeñamos. Creo que es un pecado que un periodista que quiera cubrir algún sector no tenga, al menos, nociones básicas del mismo. Viéndolo así es muy importante, es muy relevante el conocimiento como parte del ejercicio periodístico”.</i></p>

Como se aprecia en la Tabla 4 los entrevistados 1,3,4 y 6 coinciden en señalar que es importante tener conocimientos para el ejercicio del periodismo, como un factor indispensable dentro del perfil. Sin embargo, los entrevistados 2 y 5 apuntan que el conocimiento no es una habilidad esencial para el trabajo periodístico.

Interpretación 1: El entrevistado hace referencia a la importancia de tener una amplia gama de conocimientos en la carrera periodística. De esta manera, el periodista puede ofrecer un contenido completo sobre los temas que cubre, lo que puede ser muy valioso para los lectores y/o espectadores.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado enfatiza que no solo se trata de tener conocimiento, sino también de saber utilizarlo de manera efectiva. Es decir, lo que se hace con ese conocimiento es igualmente importante y además que existen otras habilidades igual de importantes para destacar en el perfil periodístico.

Interpretación 3: El entrevistado señala que la obtención constante de nuevos conocimientos es de suma importancia y enriquece el perfil del periodista para lograr convertirlo en un profesional más competente en su trabajo.

Interpretación 4: El entrevistado hace referencia a la importancia de los conocimientos teóricos que se adquieren en la universidad para el perfilamiento del periodista y la elección de un enfoque específico en el ámbito del periodismo.

Interpretación 5: El entrevistado opina que el conocimiento no es la única habilidad que define el perfil de un periodista. Asimismo, sugiere que un periodista no solo debe tener conocimientos sobre el tema que está cubriendo, sino también habilidades de comunicación y otras habilidades prácticas.

Interpretación 6: El entrevistado señala que el conocimiento es importante y básico para los periodistas y su trabajo en la cobertura de diferentes temas. Además, argumenta que la falta de conocimiento puede limitar la capacidad de un periodista para hacer una cobertura adecuada y comprometer la calidad de su trabajo.

Tabla 5

¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<i>“Dentro de nuestras capacidades está la resiliencia que toma mucho esfuerzo el poder estar al tanto de todo lo que sucede, siempre está constante el tema de la inmediatez. mientras estamos trabajando están sucediendo noticias. Ser una persona constante, y la necesidad de estar aprendiendo cosas que son novedosas para desarrollar ese olfato periodístico que nos caracteriza”.</i>	<i>“Siempre lo digo lo más importante en esta profesión es tener el olfato periodístico. lo cual es una habilidad que se desarrolla y ayuda a que sepamos qué es lo verdadero noticia para hacer lo diferencial en nuestra nota. Actualmente existen periodistas que generan contenidos en otras plataformas, pero nuestra base es la escritura y finalmente como tercer punto añadiría ser capaz de trabajar en equipo”.</i>	<i>“Considero que un periodista para detectar profesionalmente en el aspecto del web necesita buena redacción, conocimiento en las herramientas digitales no sólo el tema de fotografía o herramientas animadas, técnicas de posicionamiento Seo, uso de hipervínculos e ideas de contenidos para videos”.</i>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<i>“Creo que unas habilidades blandas para el tipo de periodismo creo que es el pensamiento crítico. Otra habilidad es el tema de la de la ética de trabajo que puedes tener al ir de acuerdo con sus pensamientos, habilidades y a sus labores que vayan inculcando su vida. En el periodismo es importante la comunicación por la misma carrera que lo requiere estar en contacto con fuentes, comunicarte con el público, saber cómo plasmar toda la información que uno tenga en algo, ya sea escrito, oral o visual. Considero que esas habilidades son importantes en el periodismo”.</i>	<i>“Considero como habilidades blandas al poder de trabajar en equipo, tener una comunicación efectiva con ellos y con tus compañeros. Además, tienes que tener también el conocimiento y la creatividad para crear una pregunta de este tema que te dicen al tema que tú quieres”.</i>	<i>“Yo creo que una de las más importantes es tener empatía. Después uno tiene que ser siempre exhaustivo en su forma de trabajar, de investigar, y esto porque nosotros tenemos la responsabilidad de que nuestro trabajo debemos informar lo más cercano que estemos a lo objetivo y veraz”.</i>

En la siguiente Tabla 5 se muestra que los entrevistados 1,2,3,4,5 y 6 opinan que las principales habilidades blandas que destaca un periodista en su labor son la redacción, inmediatez, comunicación efectiva, trabajo en equipo, manejo de herramientas digitales y olfato periodístico.

Interpretación 1: El entrevistado señala que una de las habilidades blandas que destaca el periodista es la resiliencia y la inmediatez. Finalmente, argumenta que ser un profesional en constante aprendizaje es esencial para desarrollar un olfato periodístico distintivo.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado considera que en esta profesión lo más crucial es tener un buen olfato periodístico. Esta habilidad se puede desarrollar y nos permite distinguir lo que es verdaderamente noticioso. Asimismo, señala la escritura sigue siendo la base de la labor periodística. Finalmente, agrega que es importante trabajar en equipo.

Interpretación 3: El entrevistado hace referencia que para ser periodista se destaca habilidades profesionales en la redacción, dominio de herramientas digitales y técnicas de posicionamiento SEO. Asimismo, el uso de hipervínculos y contenido audiovisual.

Interpretación 4: El entrevistado hace referencia que el periodismo es fundamental contar con habilidades blandas como el pensamiento crítico, ética de trabajo y la habilidad de comunicación debido a la necesidad constante de interactuar con fuentes, público y transmitir información de manera clara en forma escrita, oral o visual.

Interpretación 5: Por su lado el entrevistado enfatiza como habilidades blandas más importantes la capacidad de trabajar en equipo, la comunicación efectiva con colegas de trabajo, y la creatividad principalmente para formular preguntas relevantes en las coberturas.

Interpretación 6: El entrevistado opina que una de las habilidades que destaca el profesional de periodismo es la empatía. Además, enfatiza el trabajo exhaustivo y riguroso con la responsabilidad de informar de manera objetiva y veraz, acercándose lo más posible a la realidad de los hechos.

Tabla 6

¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Considero que existen dos tipos de periodismo. El primero es el periodismo de actualidad, que surge a raíz de los hechos que suceden lo cual genera que el periodista desarrolle labores como contactar, entrevistar, buscar, conversar y utilizar herramientas como las entrevistas y todo lo que tenga relación con recopilar información sobre el hecho. El otro es el periodismo de investigación que se caracteriza por poner los temas en agenda y además de entrevistar e indagar el hecho, es un periodismo que funciona desde antes de que suceda el hecho. Por lo tanto, es necesario utilizar todas estas herramientas para desempeñarte como periodista”.</p>	<p>“El periodismo es un trabajo de servicio. Así hagas el contenido que hagas si existe una crisis política todos tenemos que remar hacia el mismo barco, no hay horarios y el trabajo es muy cansado y afecta en el desempeño laboral, pero recuerdas que estás haciendo algo por el bien de la sociedad y evalúas la situación”.</p>	<p>“El desempeño laboral lo veo como productividad... Si eres bajo productivamente te afecta porque no eres un buen periodista, no informas bien, no escribes bien. Puedes terminar engañando a las personas, hay medios de comunicación. Eso termina afectando perfil del periodista y su prestigio, reputación”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que es importante. Por ejemplo, tienes que desarrollarte bien en el ámbito laboral, ya que veces no es como estar en una tarea académica... Estar en la sintonía es importante porque no te puedes quedar atrás ya que recurrentemente pasan las cosas, cosas, cosas nuevas, entonces siempre tienes que estar así pendiente de todo lo que sucede”.</p>	<p>“Creo que el desempeño laboral es importante en todas las carreras, no solamente en el perfil del periodista. Tú puedes hacer un despacho simple y sencillo, pero si tú le pones definitivamente un poco más empeño. Tu despacho va a ser mejor... Entonces, el desempeño laboral tiene que estar sí o sí dentro del perfil del periodismo porque no puedes algo muy lineal, tienes que hacer que tu despacho de la mejor manera y que atraiga al espectador”.</p>	<p>“Mi respuesta sería que no es sencillo y la razón fundamental para eso es que como nosotros estamos con información, la información es cambiante en todo momento... El trabajo sigue, tenemos un ejercicio muy claro, que es que nosotros terminamos el día y nos ponemos a pensar que hacemos al día siguiente, pero es un trabajo que dentro de todo lo hacemos con mucho gusto”.</p>

En la Tabla 6 se aprecia que en su mayoría que los entrevistados 1,2,3,4, 5 y 6 consideran importante el desempeño laboral en el perfil del periodista. Sin embargo, hacen énfasis a que no es una labor sencilla ni fácil. Muchas veces se exponen y demandan horas de trabajo para su ejercicio periodístico.

Interpretación 1: El entrevistado hace referencia que se distinguen dos tipos de periodismo: el periodismo de actualidad, que se enfoca en informar sobre hechos de actualidad, y que requiere contactar fuentes y buscar información mediante entrevistas, y el periodismo de investigación, que se caracteriza por colocar temas en la agenda, de amplia cobertura y lleva tiempo de trabajo.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado señala que el periodismo es una profesión de servicio, lo que significa que, es necesario trabajar en conjunto para llevar información relevante y precisa a la sociedad. Aunque pueda ser agotador y afecta el desempeño laboral es importante saber que se logra por el bien común de la sociedad.

Interpretación 3: El entrevistado opina que el desempeño laboral en el periodismo está directamente relacionado con la capacidad de producir contenido de manera eficiente y efectiva. En otras palabras, el desempeño laboral en el periodismo es importante no solo para cumplir con las demandas del trabajo, sino también para mantener una reputación sólida como periodista.

Interpretación 4: El entrevistado hace referencia a la importancia de mantenerse actualizado en el ámbito laboral. Además, señala que la capacidad de adaptarse al cambio y mantenerse en sintonía con los eventos que ocurren es esencial para el desempeño laboral en el periodismo.

Interpretación 5: El entrevistado señala que el desempeño laboral es importante en todas las carreras, incluyendo el periodismo. Además, afirma que la calidad de trabajo mejora si uno dedica más esfuerzo y empeño. En resumen, concluye que el desempeño laboral en el periodismo es importante para mejorar la calidad del contenido y atraer a la audiencia.

Interpretación 6: El entrevistado considera que el desempeño periodístico es cambiante debido a la información. Sin embargo, menciona que, a pesar de esa dificultad, los periodistas siguen trabajando con vocación, lo cual define como un trabajo exigente que tiene sus recompensas en cuanto a la satisfacción personal que puedes brindar.

Tabla 7

¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p><i>“Muchas veces como periodista empieza redactando, enfocándose en un tema, pero por el mismo hecho de que existe mucho contenido el objetivo de un periodista es que se lea y muchas veces para que esta información llegue uno debe trabajar en sí mismo. Por lo tanto, termina siendo un trabajo a difundirla y hacer un llamado a hacer leer las notas y ese tipo de acciones brinda una visibilidad a tu perfil porque genera contactos. Para ello, es importante estar presente en redes, manejar un perfil profesional, hacer publicidad orgánica al medio que laboras”.</i></p>	<p><i>“Es muy importante, antes se creía que el periodista tenía que ser un todista. Pero, un periodista especializado, es un periodista que puede hacer mejor su trabajo”.</i></p>	<p><i>“En que puedes desarrollarlas mejor. Más que nada tiene que ver con la especialización porque el periodista ya no es sólo el periodista, es más como un creador de contenido bajo el nombre de un medio de comunicación”.</i></p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p><i>“Yo creo que es saber escribir, ser muy práctico con las redacciones. Después la habilidad de saber buscar en páginas. En cuanto a diseño gráfico, también a veces me han pedido que haga unos diseños, entonces también te puede funcionar, de mi habilidad de editar videos o hacer guiones incluso para una locución para redes sociales. Lo que te mencioné es lo que predomina. En mi caso, sabe hacer escribir, el diseño, saber armar guiones y ediciones de videos”.</i></p>	<p><i>“Lo reflejas en tu despacho. El conocimiento lo vas a reflejar en tu despacho porque esos datos que tú tienes que otro no tiene, es lo que hace diferente tu despacho y lo que llama la atención también del oyente porque uno se puede simplemente quedar en los hechos”.</i></p>	<p><i>“La mejor forma de plasmar un dominio de contenido es al momento de evaluar el entregable, yo le llamo entregable a la nota que has terminado de hacer en el día, al informe de televisión, es la prueba más fácil de revisar para saber cuál es tu dominio. Pero, además, el desarrollo, para mí es muy importante, que el desarrollo del contenido sea fluido y entendible. Nosotros nos debemos a quienes nos leen y quienes nos leen tienen que ver en el texto, además de dominio atractivo entretenido”.</i></p>

Como se evidencia en la Tabla 7 los entrevistados 2 y 3 señalan que el manejo de contenido se obtiene a través de la especialización. Por otro lado, los entrevistados 1,4,5 y 6 infieren que el contenido se plasma en el manejo un dominio atractivo y herramientas digitales.

Interpretación 1: El entrevistado por su parte destaca que el reflejo de manejo de contenido no solo depende de la capacidad del periodista, sino también de su habilidad para difundirlos y promocionarlos de manera orgánica para aumentar su visibilidad.

Interpretación 2: El entrevistado hace referencia que es importante, y además en el pasado, se pensaba que los periodistas debían ser capaces de cubrir cualquier tema, ser todistas. Sin embargo, menciona hoy en día se destaca la importancia de ser expertos en temas particulares, lo que puede ayudarles a ganar más credibilidad y respeto en la industria.

Interpretación 3: El entrevistado opina que la importancia se refleja en el papel de un creador de contenido especializado, al especializarse en áreas específicas, los periodistas pueden mejorar su habilidad para producir contenido de alta calidad.

Interpretación 4: El entrevistado infiere que el manejo de contenidos se evidencia en la habilidad de la redacción, búsqueda de la información y herramientas digitales.

Interpretación 5: El entrevistado opina que el manejo de contenidos lo plasmas a través de tus conocimientos y la información que manejas en tus despachos, es lo que termina por hacerte diferente al resto.

Interpretación 6: El entrevistado considera que la forma más sencilla de determinar el nivel de conocimiento es en el informe de la nota. Sin embargo, también destaca la importancia del desarrollo y dominio del contenido, enfatizando que debe ser fluido y comprensible para el lector o espectador.

Tabla 8

¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p><i>“Las redes sociales en estos últimos años han cobrado una trascendencia e importancia para las redacciones que antes no existía y que incluso en la actualidad muchos medios subsisten. La importancia que se le ha dado ahora al dominio de las nuevas tecnologías es muy fuerte y el hecho que se puedan utilizar de la manera más idónea es lo que genera que los medios puedan seguir funcionando”.</i></p>	<p><i>“Importante ahora dominar nuevas tecnologías y no solo hablo a lo que antes llamábamos saber editar audios, videos, generar infografías, etc... Cuando llegue el futuro el perfil del periodista cambiará, pero va a desaparecer, no creo. Siempre se va a necesitar el ojo humano, que tenga la capacidad de chequear la información, ordenarla, un periodista, no podrá jamás ser reemplazado”.</i></p>	<p><i>“Desarrolla tus habilidades. Si vas desarrollando un área o una especialización como que ya vas encaminando a determinadas temas en relación a los contenidos”.</i></p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p><i>“Uy, bastante. En realidad, bastante porque creo que ahora las nuevas tecnologías influyen mucho en las notas... veo que se utiliza palabras claves (#) para que tengan mayor interacción con las notas. Asimismo, el tema de los Tiktoks que ahora también la República recurre a eso para que inviten de alguna manera a las lecturas son las notas y así tenga mayores vistas”.</i></p>	<p><i>“Es necesario que un periodista sepa manejar nuevas tecnologías porque ahora todos los medios están utilizando las transmisiones de Facebook, en Tiktok, subir, por ejemplo, un extracto de una noticia a Instagram lo más relevante o a Tiktok que éste también de una forma más rápida de llegar y captar al público... Tienes que utilizar otros elementos para poder llamar al público a tu público objetivo en este caso. Sí recomiendo a los nuevos periodistas que tengan un conocimiento más amplio de esto porque hay varios periodistas que no lo tienen”.</i></p>	<p><i>“Bastante. Lo que suceda en redes te puede cambiar la agenda en todo momento para el trabajo periodístico. Pero, también lo que tú pongas en redes puede cambiarte la vida en cualquier momento... Entonces las redes yo creo que han venido a ser como una posibilidad de que como periodista desarrollemos perfiles independientes, personales”.</i></p>

En la Tabla 8 se aprecia que los entrevistados 1,2,3,4,5 y 6 opinan que el manejo de las nuevas tecnologías influye en el perfil del periodista de manera significativa. Puesto que es una herramienta efectiva para difundir contenido entretenido y noticioso.

Interpretación 1: El entrevistado hace inferencia que el manejo de las nuevas tecnologías es de gran importancia en la actualidad. Asimismo, destaca que su uso es efectivo y crucial en estos tiempos para que los medios de comunicación sigan operando.

Interpretación 2: El entrevistado señala que es importante dominar nuevas tecnologías en el campo del periodismo. Sin embargo, menciona que con el surgimiento de esta nueva evolución nace la inteligencia artificial y opina que a pesar de ello el ojo periodístico jamás podrá ser reemplazado.

Interpretación 3: Por su parte el entrevistado, enfatiza que el manejo de las nuevas tecnologías ayuda al desarrollo de las habilidades y permiten relacionar nuevos contenidos.

Interpretación 4: El entrevistado considera que las nuevas tecnologías tienen una influencia significativa en las notas periodísticas y que ayudan a tener alcance sobre los artículos periodísticos.

Interpretación 5: El entrevistado plantea la importancia de que los periodistas estén familiarizados y sepan utilizar las nuevas tecnologías, debido a que todos los medios de comunicación están aprovechando las plataformas digitales para difundir noticias de diversas formas.

Interpretación 6: El entrevistado menciona la influencia significativa de las nuevas tecnologías en el trabajo periodístico y cómo las redes sociales pueden cambiar la agenda y tener impacto sobre los periodistas.

Tabla 9

¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Yo creo que es imprescindible como te comentaba para el periodismo en general el poder analizar datos, hechos y situaciones genera que una noticia termine en agenda y se convierta en algo de lo que todos estén hablando... Es una capacidad de análisis que se desarrolla de diferentes formas y situaciones y es importante para que el periodista pueda dar la mejor cobertura tanto para la noticia y para ellos en su integridad”.</p>	<p>“Súper importante, analizar es una de las cosas que necesita un periodista...Es decir, la capacidad que tiene el periodista de no solo encontrar la información, no tratarla ni buscar, sino de traducirla y analizarla a un lenguaje fácil que la audiencia pueda ver y generar un análisis”.</p>	<p>“Siempre se busca un perfil que analice bien en el caso del uso de contenidos, es analizar o determinar cuándo puedes usar tipo de herramientas y en qué momento se amerita solo en una foto, expandirlo, hacer un podcast, hacer videos y realizar infografías en el desarrollo de nuestras notas”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que sí, es bastante, o sea creo que en realidad es un determinante para que puedan de alguna manera medir el tipo de periodismo o periodista para que puedas ejercer en medio cualquier medio. Pero yo creo que predomina bastante el hecho de saber desenvolverte, un concepto mismo de curiosidad, buscar notas o ver que es llamativo a comparación de otros medios”.</p>	<p>“Importante. Ahora más que el análisis, también en lo que sería es la síntesis. Porque cuando tu terminas un despacho tienes que terminar este despacho con al con la pepa, con lo importante que haya dicho que en este caso la persona o con lo que ya había pasado”.</p>	<p>“Es importante porque hoy en día, teniendo en cuenta que lo informativo lo ves en todos lados... El Comercio aprovecha la coyuntura para mediante data sacarte un análisis respecto a temas. Entonces, ya eso es un valor agregado adicional, es una forma de desarrollar tu propio perfil de periodista que por supuesto está en la medida que tú quieres hacerlo”.</p>

En la Tabla 9 se percibe que los entrevistados 1,2,3,4,5 y 6 están de acuerdo que la capacidad de análisis forma parte del perfil del periodista. En ese sentido, es importante mencionar que algunos de ellos destacan nuevos valores agregados como la síntesis y el análisis de datos. Se resume en función de informar y educar a la audiencia.

Interpretación 1: El entrevistado sugiere que la capacidad de análisis es fundamental para que un periodista pueda proporcionar una cobertura de calidad, profundizar en los datos y hechos relevantes, además de presentar una perspectiva más completa a los lectores o audiencia.

Interpretación 2: El entrevistado infiere que la capacidad de análisis es una habilidad esencial para los periodistas y les permite cumplir con su función de informar y educar a la audiencia de manera efectiva.

Interpretación 3: El entrevistado menciona lo indispensable de tener un perfil con habilidades de análisis en el ámbito del uso de contenidos, aplicar las herramientas y formatos adecuados en el desarrollo de las notas periodísticas como una fotografía, video, infografía o podcast.

Interpretación 4: Por su parte el entrevistado enfatiza que el análisis es una habilidad esencial para los periodistas, ya que les permite examinar la información de manera crítica. Además, se enfatiza la importancia de la curiosidad, es decir, buscar nuevas historias o enfoques interesantes.

Interpretación 5: El entrevistado resalta la importancia de que los periodistas adquieran la capacidad de análisis y también la síntesis en el ámbito periodístico. Asimismo, enfatiza que es esencial capturar y transmitir lo esencial de lo que sucede en un despacho o informe.

Interpretación 6: El entrevistado destaca la importancia de utilizar el análisis de datos en el periodismo actual. También, menciona que hoy en día la información está presente en todas partes, y en este contexto, el periódico "El Comercio" aprovecha la situación para proporcionar análisis basados en datos sobre diversos temas.

Tabla 10

¿Cómo puede la interpretación del periodista ser determinante para el perfil del periodista en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Este tema está más ligado a la investigación. Nosotros en la República trabajamos dos tipos de notas interpretativas. La primera que son notas que surgen a raíz de que suceden en un contexto en específico a través de un patrón que te permite llegar a la interpretación. Por otro lado, están las notas de interpretación sobre enfoques que te pueden brindar los especialistas y para ellos es importante, como periodistas tener una base de interpretación sobre la realidad con la que podamos trabajar junto a ellos... Esto se va dando y puliendo a través de los años, la capacidad de interpretación de poder brindar un buen contenido y lo válido que puedes rescatar de opiniones de expertos se da a través de la capacidad de interpretación”.</p>	<p>“La capacidad de interpretación y de traducción de contenidos que son difíciles de entender para la audiencia para que todos podamos acceder a ella. Allí hablamos de la democratización de la información y que el periodista es el encargado de manejar e interpretar ese análisis”.</p>	<p>“Eso no lo veo tanto en web, por lo general ya que somos más informativos. Es un poco, se pierde la capacidad de análisis, decir si te entiendo bien el caso del impreso, si lo hemos visto pasar de análisis y interpretación”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que eso depende de cada uno, como vayas desarrollándote, así como vayas adaptándose y descubriendo, por ejemplo, cuando yo llegué a la web no sabía mucho sobre periodismo digital tampoco temas del Seo de posicionamiento”.</p>	<p>“En este caso la interpretación los periodistas evitamos realizarlo porque lo que nosotros hacemos es una información verídica y lo más al margen de nuestra opinión. O sea, tratamos de no interpretar las palabras de alguien porque tú lo puedes interpretar de diversas maneras, lo que tú tienes que hacer es saber enviar este mensaje al oyente a la persona público a la que estés dirigiéndote”.</p>	<p>“Me imagino que es que nosotros desarrollamos nuestra capacidad de interpretar al tener el conocimiento para poder conectar ideas, para poder conectar situaciones, para poder conectar con textos, en la sección de economía ha pasado bastante... La capacidad de análisis está de la mano con la interpretación”.</p>

En la Tabla 10, se evidencia que los entrevistados 1,2,3 y 6 opinan en mutuo acuerdo con la interpretación es una competencia determinante para el periodista. Sin embargo, el entrevistado 4 no emitió una respuesta clara ante la pregunta y el entrevistado 5 enfatiza que en el periodismo no existe la capacidad de interpretación al estar encargados de brindar una información veraz sin estar sujeta a asumir interpretaciones ajenas.

Interpretación 1: El entrevistado indica que en el medio donde labora, La República, existen dos tipos de notas interpretativas a emplear: la primera que surge de un contexto específico que permite llegar a una interpretación y la segunda basada por especialistas.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado, menciona la importancia de la capacidad de interpretación resulta difícil de entender para la audiencia. El objetivo es hacer que esos contenidos sean accesibles para todos. Esto se relaciona con la idea de democratización de la información, es decir, que la información está al alcance de todas las personas.

Interpretación 3: El entrevistado menciona debido a su experiencia laboral hasta la actualidad que en la web generalmente se centran en la entrega de información sin profundizar en la interpretación de los hechos. Asimismo, opina que esta información se brinda de forma más superficial y sin ofrecer un análisis exhaustivo de los temas tratados.

Interpretación 4: La entrevistada toma como referencia su experiencia personal y la importancia de la capacidad de desarrollo en un campo determinado. No argumenta más ideas.

Interpretación 5: El entrevistado enfatiza que los periodistas tienden a evitar la interpretación de las palabras de otros, ya que su objetivo principal es proporcionar información veraz y objetiva, y en su lugar, se centran en transmitir el mensaje de manera clara y precisa al público que se dirige.

Interpretación 6: El entrevistado menciona su creencia de que el desarrollo de la capacidad de interpretación está vinculado con el conocimiento. Asimismo, opina que, al tener conocimientos sólidos, se puede desarrollar la habilidad de conectar ideas, situaciones y textos.

Tabla 11

¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico en el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p><i>“Yo creo que es importante tomar en cuenta los detalles específicos de la información que quieres brindar. No es ocultar lo malo, sino mostrar las dos caras de la moneda. Quizás a veces no se da por la inclinación política, línea editorial del medio, pero no debería suceder uno como periodista tiene que mostrar la realidad. Si tu no cuentas la verdad, ya no estas siendo creible, ni fidedigno a la realidad que estas mostrando”.</i></p>	<p><i>“En mi opinión, la objetividad es muy difícil de llevar, podemos tratar de dar la información lo mejor que podamos... Es que al final es una empresa y ellas poseen intereses que necesitan generar lucros, y allí la objetividad se pone en duda porque se informa y se deja de informar lo que más les parece a los dueños de esa empresa. Entonces, la objetividad a mi parecer no lo considero parte del perfil del periodista sino como la búsqueda de la verdad y tratar de dar la información lo más clara posible y lo más cerca a la verdad”.</i></p>	<p><i>“Yo no creo en la objetividad porque he visto en todos los medios en los que laborado de derecha e izquierda... Se puede decir objetividad, lo que sería es imponer las posturas de ambos lados... Cuando eres editor y luchas por tu nota, pero hay ocasiones que no se puede y es lamentable. Se termina imponiendo la línea editorial del diario varias veces y finalmente publicas una nota que no es de tu agrado y no eres objetivo al redactar”.</i></p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p><i>“Creo que es importante, sí, pero creo aquí es muy difícil ser objetivos, tratamos sí, pero es bien difícil porque cada persona tiene un tipo de pensamiento y un tipo de postura sobre estos temas. Entonces como es, por ejemplo, cada periódico, cada medio tiene su línea editorial y es muy difícil que vaya a variar a menos que suceda algo bien drástico. Eso pasa con cualquier periodista por ser un tipo de línea editorial y con la que se siente identificado de alguna otra manera. Pero, que te diga que hay una objetividad 100% en cualquier proyecto es mentirte”.</i></p>	<p><i>“Tienes que ser muy objetivo en las comisiones que estés porque tú puedes estar en una comisión donde va en contra de tus creencias, pero eso no tiene nada que ver contigo... Entonces, si tú no eres objetivo vas a terminar siendo y espero que no se malinterprete mi expresión como aquellos pseudo reporteros... Pierdes el objetivo totalmente de lo que pasó porque estás con tus creencias políticas. Esto no, creencias políticas, creencias religiosas, tu forma de pensar, la forma en que llevas el estilo de tu vida no puede interferir en los despachos o lo que vayas a realizar”.</i></p>	<p><i>“No es lo que yo creo que es lo fundamental. No podemos tomar parte sobre la información que difundimos, tenemos que ser totalmente objetivos y ser objetivo pasa por escuchar a ambas partes porque la información sea sesgada porque procuremos que en una nota el contenido hallamos al menos contrastado con ambos lados, todos los contenidos polémicos. El objetivo es importante dado que nosotros debemos dar una información verídica activa al lector”.</i></p>

En la Tabla 11 se observa que los entrevistados 1,2,3,4 y 5 consideran que la objetividad no forma parte del perfil del periodista. Incluso, que muchas veces esta actitud juega en contra de su labor periodística. No obstante, el entrevistado 6 enfatiza la importancia de la objetividad en el periodismo y comparte también al igual que los demás entrevistados que las creencias personales no deben influir en la información que se difunde.

Interpretación 1: El entrevistado señala que la objetividad puede verse afectada por la inclinación política o la línea editorial del medio de comunicación. Sin embargo, como periodista, se debe mostrar la realidad sin distorsionarla.

Interpretación 2: El entrevistado opina que la objetividad en el periodismo es difícil de lograr debido a los intereses comerciales de las empresas mediáticas. Asimismo, considera que el papel del periodista radica en la búsqueda de la verdad y proporciona información clara y lo más cercana posible a la realidad. En resumen, considera que la objetividad no forma parte del periodista.

Interpretación 3: El entrevistado señala que no existe objetividad y expresa lo que a menudo se considera este término resulta imponer las posturas de ambos lados de una controversia, lo que dificulta ser verdaderamente imparcial.

Interpretación 4: El entrevistado expresa que la objetividad en el periodismo es difícil de lograr debido a las diferentes posturas y pensamientos de las personas. Además, menciona que los periodistas tienden a sentirse identificados con una línea editorial en particular, lo que dificulta aún más alcanzar la objetividad absoluta.

Interpretación 5: Por su parte el entrevistado destaca la importancia de ser objetivo en las comisiones en las que participa, incluso si las decisiones tomadas van en contra de las propias creencias personales. También, enfatiza que, si un periodista no es objetivo, corre el riesgo de perder el sentido de la información y se convierte en lo que el describe como "seudo reporteros".

Interpretación 6: El entrevistado enfatiza la objetividad es importante en el periodismo y resalta que como periodista no debe influir en la información que se difunde con el propósito de brindar información precisa y relevante al público.

Tabla 12

¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Considero que el nivel de participación del periodista va de acuerdo a que tan conectado a las redes sociales está y que tan rápido puedes llegar a la información. Creo que es sabio manejar teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la comunicación manejar tus redes sociales a fin de que puedas ser un actor participativo en el uso de ellas. Es así como funciona, mientras más participativo eres, mientras enfocada tienes tus redes sociales accedes a información que es valiosa y eso si es prescindible para un periodista porque esa información nunca se desprecia para nada. En el caso del periodista su nivel de participación va también con el interés que el profesional tiene por el tema”.</p>	<p>“En un momento se hablaba del periodismo ciudadano, pero no prosperó... El trabajo periodístico es totalmente diferente porque implica características netamente del profesional. Pero, de qué modo podría la participación de la audiencia, antes los periodistas tenían que ir a las comisiones, ver que hay fuera, se sigue haciendo, pero ahora actualmente los ciudadanos tienen información para llegar a la noticia”.</p>	<p>“Hay que ver el manejo del conocimiento, pero yo creo que es más que un nuevo perfil se traslada a lo que es el perfil del periodista impreso, que también proponía temas, que también daba este unos datos para la creación de nuevos temas en cuanto a noticias”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que bastante. Creo que Twitter ha sido una herramienta como una pantalla, porque ha permitido a cualquier periodista así seas independiente, o seas parte del medio, visibilizarte y posicionarse dentro del ámbito periodístico... Creo que cada red social de alguna manera ayuda a que más personas te conozcan. Considero que Twitter y YouTube son las herramientas básicas, incluso Twitch”.</p>	<p>“Ahora los periodistas podemos crear nuestros propios medios de comunicación a través de las plataformas digitales. Casos concretos, prensa chalaca, viva tv, incluso prensa San Juan o usualmente que se van a los distritos alejados de la capital...Pero hay que precisar que también se presta para que personas que no tienen necesariamente una formación periodística y que se hagan llamar periodistas”.</p>	<p>“Sí, yo creo que bastante que tener en cuenta que la evolución digital, la llegada de las redes sociales. Es decir, una oportunidad de poder mostrarse más allá del de ser solo un periodista del medio. No hay muchos periodistas que ser un medio o sin trabajar para un medio tradicional. Se han convertido en una propia marca... Entonces, desde esa línea yo creo que si ésta permite darle un poco más de valor al periodista”.</p>

Como se observa en la Tabla 12 los entrevistados 1, 4, 5 y 6 mencionan que el nivel de participación de un periodista se mide con la relación al manejo de redes sociales, puesto que permite mayor visibilidad en el ámbito profesional. También, mencionan que raíz de ello, nace nuevos perfiles como marca personal de periodistas que quieren hacer conocido su trabajo periodístico. Mientras tanto, el entrevistado 2 opina que el nivel de participación es tanto del periodista como de la audiencia debido al acceso de la información por parte de ellos. Finalmente, el entrevistado 3 menciona que el nivel de participación va de la mano con los conocimientos.

Interpretación 1: El entrevistado señala que el nivel de participación de un periodista está relacionado con las redes. Ser participativo en las redes sociales proporciona ventajas para un periodista debido a que pueden obtener información relevante y de calidad.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado menciona el concepto de "periodismo ciudadano" y plantea que no prosperó. Sin embargo, el texto también reconoce que la participación de la audiencia ha cambiado con el tiempo, antes los periodistas salían al campo para obtener noticias. Actualmente, los ciudadanos tienen acceso a información y pueden contribuir directamente a la generación de nuevos hechos.

Interpretación 3: El entrevistado enfatiza la importancia del manejo del conocimiento y su relación con el perfil de un periodista, que implica proponer temas y proporcionar datos para la generación de noticias.

Interpretación 4: El entrevistado opina que la herramienta más relevante para los periodistas es Twitter, ya que les permite visibilizarse y posicionarse en el ámbito periodístico. Además, menciona que otras redes sociales como YouTube y Twitch, también desempeñan un papel importante en la promoción y difusión del trabajo periodístico participativo.

Interpretación 5: El entrevistado explica que en la actualidad el nivel de participación se refleja en los periodistas que crean sus propios medios de comunicación independientes utilizando plataformas digitales. Sin embargo, destaca que esta situación también puede permitir que personas sin una formación periodística real se autodenominen periodistas.

Interpretación 6: El entrevistado señala que la evolución digital y la llegada de las redes sociales han brindado una oportunidad para que los periodistas se muestren más allá de ser solo representantes de un medio de comunicación, lo cual permite crear una propia marca personal y mayor valor en el ámbito profesional.

Tabla 13

¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<i>“La capacidad de la hipertextualidad es un punto muy a favor en cuanto se pueda a terminar de leer una nota... Los links, hipervínculos permiten resaltar partes importantes del texto para que el lector pueda leer otras notas que están vinculadas, y eso permite que la notas sean más completas en cuanto al contexto”.</i>	<i>“Si, creo que la hipertextualidad en los contenidos es importante. No solo para evidenciar la transparencia con la audiencia, sino que también tiene que ver con la democratización de la información”.</i>	<i>“Enriqueces la nota porque no puedes hablar sobre un tema y quizás el lector no entiende mucho de ese contexto, agregas hipervínculos sobre un aspecto que pueda ampliar aún más el tema y ahí el lector va entrando, vas fidelizándolo y va adquiriendo más información sobre determinado tema. Es importante”.</i>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<i>“Yo creo que influencia muchísimo, muy aparte del hipertexto, las actualizaciones constantes por ejemplo en nuestro caso lo hacemos cada hora ayuda a que Google lo coloque en segunda edición y se posicione para que cualquier persona conectada a su celular vea esta noticia. Y también el hecho de hipervincular una noticia que tenga relación con el hecho”.</i>	<i>“En lo que es web hay hipertextos que vinculan a otros artículos anteriores que finalmente terminan nutriendo... Esto, por ejemplo, es una gran herramienta para que una persona, un lector se enganche a tu página a través de un tema y termina revisando y haciendo clic a otros y obviamente te va a beneficiar a ti como empresa”.</i>	<i>“Yo creo que la evolución digital es lo que ha terminado desencadenando el hipertexto o la hipertextualidad. En todo caso, te diría que sí. Hoy en día trabajamos, por ejemplo, los contenidos webs, ya no es solo preocuparte por escribir la nota, sino que la nota tenga conexión con otras fuentes que ya están publicadas. Fuentes, ya conocidas notas previas públicas. Entonces, sí, sí, yo creo que la evolución digital ha llevado a ello”.</i>

En la Tabla 13 se refleja que los entrevistados 1,2,3,4,5 y 6 mencionan la importancia del hipertexto en el trabajo periodístico y el aporte que ha tomado la evolución digital en ese avance que facilita enriquecer la información en el periodismo web.

Interpretación 1: El entrevistado resalta la importancia de la capacidad de la hipertextualidad en la lectura de artículos puesto que permite resaltar y ofrecer al lector la posibilidad de acceder a otras notas o información relacionada.

Interpretación 2: El entrevistado menciona que la hipertextualidad en los contenidos es importante. Por ende, al emplearlo considera una mayor transparencia al permitir que los lectores verifiquen las fuentes y accedan a diferentes perspectivas.

Interpretación 3: Por su parte el entrevistado destaca el interés de enriquecer una nota periodística mediante el uso de hipervínculos. Asimismo, menciona que al incluir enlaces a la información se brinda al lector la oportunidad de obtener más contexto sobre el tema a tratar.

Interpretación 4: El entrevistado destaca dos aspectos que influyen en la visibilidad y alcance de una noticia. En primer lugar, se menciona que las actualizaciones constantes en la publicación de noticias. En segundo lugar, se destaca la importancia de una noticia hipervincular a otras que tendrán relación con el mismo tema. Esto contribuye a ofrecer un contexto más completo y amplio a los lectores.

Interpretación 5: El entrevistado menciona que los hipertextos tienen la función de proporcionar más información relacionada con el tema que se está tratando. Asimismo, sugiere que estos enlaces pueden ser una herramienta efectiva para atraer a los lectores y hacer que se involucren más con el contenido de la página.

Interpretación 6: El entrevistado afirma que la evolución digital ha impulsado el desarrollo del hipertexto en el ámbito de la creación de contenidos web. Esta evolución ha llevado a un enfoque más interconectado de los contenidos, donde es importante establecer conexiones con otras fuentes de información para brindar un contexto más enriquecedor al lector.

Tabla 14

¿Considera usted que la fotografía periodística está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p><i>“Considero que la fotografía y el video forman parte de un recurso muy valioso... Todo ello enriquece a las notas, porque existen muchas de ellas que parten a través de una imagen que vale más de mil palabras, que muestra una realidad que no te has percatado”.</i></p>	<p><i>“La fotografía revolucionó cuando se refería de periodismo escrito y en la era digital la fotografía es importante. Sin embargo, creo que su boom ya pasó y no esté generando un nuevo perfil del periodista, creo que tiene más que ver con otros tipos de contenido multimedia que puedan ser usados para generar sus notas”.</i></p>	<p><i>“Yo creo que no porque de por sí ya existía la fotografía en la época impresa. Tenemos los periodistas encargados de ello, pero más bien lo que crítico con las fotografías actuales, es que termina perdiendo la calidad de ella... Y por eso terminas viendo fotografías pixeladas, yo soy crítico en ese punto”.</i></p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p><i>“Yo creo que sí. El tema es que la fotografía influye mucho en una nota periodística jala miradas con relación al tema. Pero en nuestro caso quizás recurrimos mucho a la fotografía o la composición de los diseños que realizan los diseñadores también... Entonces nosotros pedíamos y la actualizábamos. Por ese cambio de la fotografía es generar mayores vistas. Por ello, yo considero que sí y eso está muy relacionado con el tema del diseño gráfico”.</i></p>	<p><i>“Sí, porque no te habló hace menos de 5 años que mandaban a los fotógrafos a realizar estas coberturas con el periodista. Ahora el periodista tiene que hacer estar esta labor de fotógrafo, obviamente teniendo conocimientos previos para poder tomar una fotografía con el celular... Hay ocasiones muy específicas donde sí todavía se necesitan fotógrafos, por ejemplo, RP PP ya no cuenta con fotógrafos... Lo malo es que la calidad de imagen es completamente diferente y el ojo de un fotógrafo completamente diferente al ojo de un fotógrafo”.</i></p>	<p><i>“Las imágenes y los videos en plataformas virtuales son bastante usadas, creo que es un soporte para texto, pero ha llegado también un momento en el que el lector de contenidos digitales ya no solo busca texto, sino que a veces prefiere las imágenes, el audio. o el video para poder informarse. Yo creo que esto que antes eran soportes para el contenido periodístico se ha convertido ahora también en el contenido mismo”.</i></p>

En la Tabla 14 se evidencia por parte de los entrevistados 1,4,5 y 6 un impacto significativo de la fotografía en la evolución digital puesto que afirman que en la actualidad ya no existe fotógrafos que acudan a comisiones, ahora todo periodista al menos posee conocimientos básicos en fotografía lo cual se ve reflejado en su trabajo periodístico. Sin embargo, por su parte los entrevistados 2 y3 opinan lo contrario, mencionando que el cambio

de cámara profesional a celulares inteligentes causa aspectos negativos en la calidad de imágenes lo cual a pesar de ser un avance no es conveniente.

Interpretación 1: El entrevistado expresa que la fotografía y el video son recursos muy valiosos y que estos medios enriquecen cualquier tipo de información, ya que muchas veces una imagen puede capturar una realidad que tal vez no se haya notado previamente.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado señala que la fotografía tuvo un impacto revolucionario en el periodismo escrito, pero en la era digital su importancia ha cambiado. En su lugar, sugiere que otros contenidos multimedia están adquiriendo más importancia para generar notas periodísticas.

Interpretación 3: El entrevistado argumenta que no considera que la fotografía esté generando un nuevo perfil de periodista, ya que la fotografía ya existía en la época impresa. Sin embargo, expresa una crítica hacia las fotografías actuales, quienes han perdido calidad por presentar problemas de pixeles, lo cual considera un aspecto negativo.

Interpretación 4: El entrevistado sostiene que la fotografía tiene un impacto significativo en el periodismo, atrayendo la atención del público y generando más visualizaciones. También se destaca la importancia del diseño gráfico en la selección y presentación de imágenes para las notas periodísticas.

Interpretación 5: El entrevistado afirma que la fotografía ha cambiado en el periodismo. Hace menos de cinco años, menciona que solían enviar fotógrafos junto con los periodistas para cubrir noticias. Sin embargo, en la actualidad, los periodistas se ven obligados a asumir también la labor de fotógrafos, utilizando sus propios celulares para tomar fotografías.

Interpretación 6: El entrevistado argumenta que estos elementos multimedia han adquirido una importancia significativa en el periodismo y en la forma en que las personas se informan. El autor sostiene que los lectores de contenido digital no solo buscan texto, sino que a veces prefieren consumir información a través de imágenes, audio o video debido a la manera atractiva de hacer llegar la noticia.

Tabla 15

¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Los videos han ido evolucionando de tal manera que hace poco vi la creación de un reportaje tipo crónica, y es algo que nosotros no hubiéramos visto años anteriores. Pero, termina siendo interesante porque son diversas maneras de manejar formatos audiovisuales de la manera correcta. Sirven de herramientas mucho más elaboradas que se pueden hacer con las nuevas tecnologías con la facilidad de hacer mejores productos audiovisuales para presentar contenido periodístico. Es sustancial, es importante”.</p>	<p>“La creación de videos de por sí es un ejemplo de la evolución digital del periodismo. No creo que la creación digital inflencie en el formato porque ya vivimos en una época así. Es más, el impacto de las redes sociales influencia en el formato de creación de videos porque cada red tiene un lenguaje diferente”.</p>	<p>“En la web ha evolucionado que no sólo es la transmisión de un vídeo que se desarrolla 5 minutos grabando un aspecto en general, sino ahora ya viene la edición, el estilo y cómo quieres informar. Actualmente, se usa el estilo Tiktok para buscar información para hacer digerible el contenido”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que bastante. En mi caso, en política no utilizamos Tiktoks. Pero en otras secciones creo que como son tendencias que necesites espectáculos recurrentes mucho... Yo creo que sí, creo que incluso diría que el tema de audio visual se ha visto más impactado por las nuevas tecnologías porque siento que hay mayor visibilidad, mayor interacción que te permite la libertad, ir creando nuevos contenidos y relacionado con las notas”.</p>	<p>“Bastante, los videos usualmente eran realizados por camarógrafos. Los videos que veíamos en televisión eran usualmente era bajo ellos, pero ahora lo que se hace en algunas ocasiones es ser cambiado por un celular, grabaciones por el celular, grabaciones en el momento antes, por ejemplo, tú no veías en pantalla grabaciones en vertical. Entonces ahora que tú veas en vertical es porque justamente un ciudadano tomó su celular y grabó el momento en el que se está incendiando una casa o en el momento en el que se volcó el camión. Entonces, estas imágenes quedan, y este definitiva, es una herramienta que se está apoyando a varios, no suplirle labor del camarógrafo”.</p>	<p>“Cuando te llevan a hacer un video digital, al menos del conocimiento previo, sabes cómo pararte a leer un contenido, como haces para hablar o entonar mientras estás en algún podcast. Esas son las básicas las tienes y con eso creo que te puede desempeñar bien al momento de hacer estos videos. Sin embargo, la práctica hay gente también quienes llegan a las redacciones y no saben nada, o no sabe cómo funciona el Tiktok. Pero, también está en el diario una capacidad para poder motivar a su personal de hacer capacitaciones. Hoy en día te hacen capacitaciones para temas digitales todos estos. Es una buena oportunidad. Y ahí se aprende también, entonces el que no tiene órdenes básicas, al final las termina teniendo”.</p>

En la Tabla 15 se evidencia que los entrevistados tienen opinión similar sobre la influencia de la creación de videos en la evolución digital. Los entrevistados 1,2,3,4,5 y 6 concuerdan en el impacto de las nuevas tecnologías, trayendo avances en diferentes plataformas para contenidos atractivos y creativos. Sin embargo, el entrevistado 5 menciona que las grabaciones en formato vertical capturadas por ciudadanos se han recursos comunes y valiosos en el trabajo de los periodistas. Mientras tanto, el entrevistado 6 concluye que aún existen periodistas que no tienen conocimientos en áreas digitales y concluye por parte de las empresas proporcionar capacitaciones para mejorar sus oportunidades.

Interpretación 1: El entrevistado destaca que las nuevas tecnologías permiten crear herramientas más elaboradas para producir mejores productos audiovisuales, especialmente en el ámbito periodístico. Estas herramientas facilitan la presentación de contenido periodístico de manera más efectiva.

Interpretación 2: Por su parte el entrevistado destaca que la creación de videos es un reflejo de la evolución digital en el periodismo, y que las redes sociales desempeñan un papel importante en la definición del formato de los videos debido a sus diferentes lenguajes y características.

Interpretación 3: El entrevistado enfatiza que en la web los videos han evolucionado más allá de simplemente grabar y transmitir, incorporando a este recurso la edición, el estilo y la intención informativa. Además, destaca la influencia del estilo de TikTok en la búsqueda de información y la presentación de contenido de manera más atractiva y fácil de consumir.

Interpretación 4: El entrevistado considera que el ámbito audiovisual es impactado por las nuevas tecnologías. Destaca, que se ha logrado una mayor visibilidad y mayor interacción gracias a estas herramientas, lo que brinda libertad para crear nuevos contenidos.

Interpretación 5: El entrevistado destaca el impacto significativo que tiene en la evolución de los videos en el periodismo. Asimismo, menciona que anteriormente los videos eran principalmente realizados por camarógrafos y se transmitían bajo su supervisión. Sin embargo, en la actualidad, estas grabaciones realizadas por ciudadanos han reemplazado a los camarógrafos.

Interpretación 6: El entrevistado destaca la importancia de que los periodistas tengan conocimientos previos para crear videos digitales o participar en podcasts. Sin embargo, reconoce que algunos pueden carecer de esos conocimientos y enfatiza la importancia de las redacciones en proporcionar capacitaciones y oportunidades de aprendizaje.

Tabla 16

¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta el entorno digital del periodismo?

Entrevistado 1 La República	Entrevistado 2 RPP	Entrevistado 3 El Comercio
<p>“Hay gran nicho por expandir en cuanto a tema de podcast y radios digitales que no se están tomando en cuenta en los medios, pero que debería porque el streaming y el escuchar cosas mediante haces otras se están volviendo muy de moda y por qué no hacerlo informándose. Y esto genera atraktividad para un periodista que maneje todo tipo de multimedialidad y saber manejarlos”.</p>	<p>“Entiendo que en plataformas de audio se refiere a Spotify o algún streaming. Los podcasts se han convertido no solo en repositorios sino también en una especie de compendio de audio de generación de contenido donde la audiencia pueda ir y acceder. Por el momento no están usados tanto con el contenido periodístico solo como lenguajes de opinión. Se hace poca producción de audio para que pueda haber un impacto en la evolución digital”.</p>	<p>“En el desarrollo de tu capacidad. Pero acá no sólo es el tema de que si puedes ser locutor y puedes manejarte bien. Sino también por el lado del productor o simplemente porque ya no es sólo el típico productor de radio, también en la web puedes hacer producción en los podcasts. En este caso puedes analizar el impacto y las métricas que tiene de alcance hacia tu audiencia porque visualizas su permanencia.”.</p>
Entrevistado 4 La República	Entrevistado 5 RPP	Entrevistado 6 El Comercio
<p>“Yo creo que bastante, porque incluso hace un tiempo estuve participando en el podcast de la República y consistía en hacer una producción por día. Y el que se narraban las 5 noticias más importantes del día anterior o del mismo. Los podcasts ayudan muchísimo a que la información sea escuchada por personas en el carro estudiando o haciendo otra cosa, escucho, importa si están como que te motiva o motivo de alguna otra manera. Aquí le el contenido es muy preciso y exacto”.</p>	<p>“La radio siempre va a ser lo más cerca hacia el ciudadano. La radio es el elemento más factible de poder llegar a un público en la radio te escuchan en el cerro de escuchar en la ciudad, provincias, regiones, entonces es este. es uno de los medios de comunicación, creo yo que menos va a sufrir en estos cambios de tecnología, de impactos tecnológicos, porque incluso todavía hay aplicaciones que te dan radio... Siempre el periodista va a estar ahí y obviamente que su perfil va a ir evolucionando, sí, pero va a estar siempre basado en conocimiento en lo que es esfuerzo, síntesis, la forma en cómo le llega hacia el público y, sobre todo la elocuencia”.</p>	<p>“La evolución digital ha hecho que los contenidos también lo podemos hacer, no solo escrito, sino que podamos contar al lector ante un podcast. El Comercio tiene un podcast que se llama Tenemos que hablar y sale todas las mañanas y son dos periodistas del comercio que comentan la noticia más importante del día o la que fue la portada del impreso entonces desde esa línea creo que el audio se ha convertido en un nuevo soporte para el ejercicio periodístico y que el audio lo pases a una web o a un a una plataforma como Spotify hace que está revolución, o evolución digital, sea provechosa”.</p>

En la Tabla 16, se refleja diversas posturas en cuanto al impacto de las plataformas de audio en línea en el entorno digital. Los entrevistados 1 y 2 señalan que actualmente hace falta que los periodistas exploten más este recurso para propiciar nuevo contenido. Por otro lado, los entrevistados 3, 4 y 6 mencionan que los podcasts son herramientas útiles que brindan información especial a la audiencia y poseen impacto significativo en la industria digital. Sin embargo, el entrevistado 5 enfatiza su posición que su impacto no se verá afectado por los avances tecnológicos.

Interpretación 1: El entrevistado resalta la existencia de un amplio nicho por explorar en el ámbito de los podcasts y las radios digitales. Asimismo, argumenta que ello no está siendo considerado por los medios dado el creciente interés en el streaming.

Interpretación 2: Por su parte, el entrevistado señala que los podcasts permiten a la audiencia acceder a una amplia variedad de contenidos de audio. Sin embargo, hasta el momento, su uso para contenido periodístico es limitado y comenta que se produce poco contenido de audio en comparación con otros formatos.

Interpretación 3: El entrevistado menciona sobre el desarrollo de habilidades y capacidades en el ámbito de los podcasts y la producción de contenido. Esto implica que se puede obtener información sobre la permanencia y el nivel de interacción de la audiencia con el contenido, lo que proporciona una visión más clara de la efectividad y el impacto del podcast.

Interpretación 4: El entrevistado opina que los podcasts tienen impacto positivo en la difusión de información. Asimismo, menciona que el contenido de los podcasts se describe como preciso y exacto, lo que sugiere que lo se hace referencia a brindar información de calidad de manera concisa.

Interpretación 5: El entrevistado resalta la importancia de la radio como medio de comunicación cercano al ciudadano y sugiere que su impacto no se verá tan afectado por los avances tecnológicos. En ese sentido, menciona que el papel del periodista en la radio seguirá siendo relevante, aunque su perfil evolucionará con el tiempo.

Interpretación 6: El entrevistado hace mención a la importancia de los podcasts como una forma de consumir noticias en la era digital. Asimismo, destaca cómo el audio ha ampliado las posibilidades del ejercicio periodístico en plataformas digitales y que ha sido beneficioso para el periodismo.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

5.1 Interpretación de los resultados y comparación con los de las otras investigaciones

A continuación, se procederá a la discusión de resultados de la presente investigación “Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP – Lima 2022”, de acuerdo con los objetivos planteados en la matriz de coherencia.

La estructura del análisis consistirá en la presentación del hallazgo, la comparación con los antecedentes de investigación y/o bases teóricas. Además, de un análisis crítico del investigador.

Con respecto al **objetivo general** “Analizar el perfil del periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022”, se halló que el perfil del periodista en sus características sobre el contexto digital posee manejo de diversas herramientas tecnológicas, tiene ojo crítico para la búsqueda de información, dominio de contenidos y desarrolla habilidades de escritura, elocuencia y creatividad.

Además, se resalta un profesional capacitado en la búsqueda de información verificada que difunde textos de forma entretenida y atractiva para el lector con los instrumentos que brinda la nueva tecnología. En resumen, se destaca que ser periodista requiere una amplia gama de conocimientos, habilidades prácticas y blandas.

Este hallazgo tiene similitud con el de Ortiz Sánchez (2018) en su investigación “El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República” el cual menciona que las habilidades que más destaca el periodista son la rapidez, ética, conocimiento en redes sociales y nuevas tecnologías.

La era digital ha transformado las labores periodísticas de los profesionales imponiendo nuevos retos y requiriendo habilidades y conocimientos enfocados en las nuevas tecnologías. Por lo cual, mediante un análisis crítico se refleja que el perfil del periodista está enfocado en el manejo de herramientas digitales cumpliendo las expectativas de la audiencia y haciendo uso de la mayor cantidad de contenido audiovisual, lenguaje apropiado y abarcando diversas plataformas sin perder el interés por la búsqueda de la noticia.

De acuerdo con el **primer objetivo específico** de la presente investigación: Determinar cuáles son las habilidades del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022., se evidenció en los resultados que los

más usados son redacción, olfato periodístico, comunicación efectiva, trabajo en equipo, manejo de herramientas digitales y veracidad, los cuales complementan el perfil del periodista digital.

Este hallazgo se relaciona con el de Quesnay Guevara (2022) en su estudio “*Balance bibliográfico sobre los procesos de adaptación del periodismo en la era digital (Colombia, Ecuador y España, 2009-2019)*”, donde señala, tras el surgimiento del entorno digital, que el periodista necesita destacar nuevas habilidades para crear contenidos digitales lo que exige que los medios busquen perfiles orientados a la adaptación y manejo de nuevas tecnologías.

El escenario cambia un poco cuando se habla del conocimiento que evidencia importancia para determinar el perfil del periodista. Sin embargo, para periodistas de RPP, esta característica no forma parte del perfil del periodista, es más importante el saber qué hacer con el conocimiento para tener un trabajo más estructurado en el campo periodístico. Además, la obtención constante de nuevos conocimientos enriquece el perfil del periodista y lo convierte en un profesional más competente. Los conocimientos teóricos adquiridos en la universidad son fundamentales para el perfilamiento del periodista y la elección de un enfoque específico en el ámbito del periodismo.

En el periodismo es importante el contacto con fuentes. En ese sentido, efectivamente los periodistas emplean comunicación constante con su audiencia y público para saber llevar por buen camino la información. Asimismo, tener mucha creatividad es otra característica, en muchos casos los periodistas lo usan al momento de hacer las repreguntas, tener habilidad de retener información valiosa y dar énfasis al enfoque principal de la noticia. Finalmente, es necesario mencionar que cada labor periodística cumple con estar lo más cerca a lo objetivo y veraz.

De acuerdo, con el **segundo objetivo específico**: Examinar cuáles son las competencias del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima – 2022, se encontró que el desempeño laboral es una competencia importante en el trabajo del periodista puesto que genera un resultado eficiente en calidad de contenido y atención de la audiencia.

Asimismo, se halló que el dominio de contenidos no solo depende del conocimiento a emplear sino también de la capacidad de saber difundirla. En esta línea, periodistas de El Comercio y RPP señalan que en la actualidad se da preferencia al periodista especializado, aquel que deja de ser un “todista” y da paso a un experto en temas particulares que enfoca su conocimiento para producir contenidos de alto nivel.

Por otro lado, en cuanto al manejo de nuevas tecnologías que emplea el periodista se reveló que es importante para seguir adaptándose a las nuevas demandas de la audiencia lo que exige que el periodista tenga que sumergir de lleno su conocimiento en estas herramientas.

Este resultado reafirma lo expuesto con López Martín y Córdoba Cabús (2020) quienes subrayan que las competencias digitales y su dominio es esencial son necesarias para adaptarse en el entorno digital y ser expertos en las competencias requeridas como análisis de audiencias, manejo de data y gestión de redes sociales.

Estos resultados evidencian que un periodista debe ser capaz de analizar una gran cantidad de información, identificar el enfoque y sintetizarlos para el entendimiento de la audiencia, esto reafirma el estudio de Estrada Polar en su estudio “El perfil del periodista emprendedor y la capacidad de desarrollar un plan de negocios para el posicionamiento de medios digitales, Lima – 2017.”, quien determina la necesidad de que los periodistas emprendedores digitales desarrollen competencias para convertirse en Community Managers y acudan a desarrollar competencias digitales y diversas habilidades en el campo.

El periodismo es una profesión multidisciplinaria que abarca diferentes ramas en nosotros está el poder jugar y enfrentarnos a nuevos retos que involucren la capacidad de mejorar nuestro perfil y a adaptarnos al cambio de lo convencional a lo digital.

En cuanto al **tercer objetivo específico**: Analizar cuáles son las actitudes del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022, se encontró que las principales actitudes están relacionadas con el análisis, la interpretación y la objetividad. Es importante mencionar que las tres son relevantes en el perfil del periodista, ayudan a mejorar el contenido y evidenciar una perspectiva amplia de los sucesos ante los ojos del lector. Sin embargo, para hablar de la objetividad en lo resultados se halló que los entrevistados presentan contradicciones. En ese sentido, en su mayoría para los periodistas de La República, El Comercio y RPP esta actitud no forma parte del perfil del periodista puesto que en muchos casos se ve influenciada por las posturas de los periodistas y las líneas editoriales de los medios.

Este hallazgo se asemeja con lo presentado por Canel y Sánchez (1999), quienes argumentan la importancia de la objetividad en el ejercicio diario dando a mostrar información imparcial. Sin embargo, esta opinión difiere con la presentada por Rohe (1989), quien mencionó que las actitudes periodísticas tienen relación con la interpretación al expresar su punto de vista a través de la percepción. Hecho que niegan los periodistas de RPP, quienes para hacer

referencia a la interpretación hacen uso de información verídica y lo más al margen de evidenciar una propia opinión.

Por último, es importante mencionar que la capacidad de análisis e interpretación son cruciales en el periodismo al ser empleadas al conectar ideas y al conocer la realidad más allá de las cosas; tener esa propia iniciativa de ir por lo objetivo de la información que la hace más relevante. Mientras que la objetividad, es usada de manera cuidadosa para llevar la información lo más veraz posible evitando tomar juicio de acuerdo con los pensamientos o lineamientos externos al trabajo profesional.

Por otro lado, en referencia al **cuarto objetivo específico**: Determinar cómo emplea la interactividad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022, se halló que la interactividad refleja la participación activa de todo periodista en las plataformas digitales y le permite posicionarse para tener mayor captación del público. En otras palabras, ayuda a la construcción de una marca personal para el periodista.

Esta conclusión genera una comparación interesante con la emitida por Cebrián Herreros (2009) quien menciona que la interactividad presenta un impacto significativo en los medios de comunicación y los usuarios puesto que, transforma las relaciones entre los medios y los usuarios.

Por otro lado, se evidencia un contraste de opinión de acuerdo con este tema en los periodistas de RPP y La República quienes señalan que el alcance digital a raíz de la evolución digital también ha sido impactado por la audiencia debido al libre acceso de información tanto en ellos como los periodistas. Por lo tanto, se define que el nivel de participación permite ir más lejos de ser parte de un medio de comunicación.

En ese sentido, se puede afirmar que esta característica de la interactividad juega un papel esencial en la construcción de nuevos perfiles y enriquece la concepción tradicional de la información periodística.

En cuanto al quinto **objetivo específico**: “Determinar cómo emplea la hipertextualidad el periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022”, se evidenció que la hipertextualidad desempeña un papel indispensable en la creación de contenidos periodísticos ya que permite mediante el uso de hipertextos resaltar información relevante, acercar al lector a otras fuentes, nutrir y ampliar el contexto de la lectura. El entorno digital ha impulsado el desarrollo del hipertexto como una

herramienta efectiva para mejorar la calidad y la interconexión de los contenidos en el ámbito del periodismo.

Esta conclusión se asemeja a la de Ccencho Díaz (2020) en su estudio “Percepciones de jóvenes y adultos asociados a la prensa escrita y su evolución a la plataforma digital de diario La República.”, donde analiza las características del periodismo digital entre ellas la hipertextualidad y la actualización de contenidos. Asimismo, la importancia de los enlaces y la responsabilidad de los medios en la verificación de fuentes, un trabajo relevante en la ética en la publicación de contenidos en línea.

El que el entorno digital haya llegado provoca que los periodistas suelen utilizar esta herramienta en la producción de texto. Además, es una demanda que propone los medios digitales en la difusión de información ya que ayuda a enriquecer la nota y a brindar contenido bueno y diverso al lector. Es fundamental su uso y como subrayan los periodistas de Rpp ayuda a contribuir en la democratización de la información.

Sobre el **sexto y último objetivo específico**: “Determinar cómo emplea la multimedialidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima – 2022”, se halló la importancia de elementos multimedia como la fotografía, video y audio. Estas herramientas sirven como soporte al contenido periodístico. Por ello, sobre la fotografía, los periodistas de La República, El Comercio y RPP opinan que tiene impacto significativo sobre la era digital. Sin embargo, es importante señalar que mediante opiniones recogidas de algunos periodistas señalan que a pesar de que los periodistas manejen conocimientos básicos sobre la fotografía jamás reemplazaría la función de un profesional a cargo, lo cual se refleja en la calidad de la imagen capturada. En cuanto al video, se evidencia un fuerte impacto en el que en la actualidad en el que destaca un papel importante en la definición del formato y sus diferentes lenguajes y características. Asimismo, la difusión de audio en línea que ayuda a poder ganar públicos aún no explorados lo cual se evidencia poca difusión al no explorar mucho esta herramienta a comparación de la fotografía y el video en las plataformas.

Esta conclusión se asemeja a la expuesta por Guallar et al. (2010) que infiere que la multimedialidad en el contexto de la prensa digital describe la combinación de diferentes formas de información y cómo se presentan en un mismo entorno. Esta integración busca enriquecer la experiencia del usuario y mejorar la difusión de información en el ámbito periodístico.

A pesar de los hallazgos presentados en la discusión de la presente investigación existen algunas limitaciones. Si bien estos medios multimedia enriquecen la información y mejoran la experiencia del lector, también plantean desafíos éticos y técnicos que deben ser abordados de manera responsable. Tanto, así como mantener los altos estándares de calidad, veracidad y ética en la selección, producción y presentación de contenido visual y multimedia en el periodismo. No obstante, en la actualidad estos recursos presentan deficiencias en su manejo, empleando al mismo periodista a recurrir a tomar fotografías dejando de lado la labor de los fotógrafos y camarógrafos en el caso que fuere.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El perfil del periodista presenta un impacto significativo en el entorno digital de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022 debido a que en la actualidad estos guardan una relación seria con las nuevas plataformas. Se ha constatado que el perfil del periodista tiene que estar capacitado constantemente para enfrentar el reto profesional del desafío digital, lo que permite desarrollar habilidades que se centran en emplear herramientas tecnológicas de la información y comunicación.

Se concluye que los periodistas emplean habilidades en el entorno digital de los medios La República, El Comercio y RPP. Entre las opiniones de los profesionales entrevistados indicaron que es importante poseer olfato periodístico, tener buena redacción, uso de herramientas digitales y comunicación efectiva. Lo que evidencia un manejo de habilidades blandas que busca ampliar conocimientos para efectuar un trabajo periodístico que abarque todos los elementos básicos de la comunicación y lo digital.

Existe desempeño laboral, dominio de contenidos y manejo de nuevas tecnologías por parte de los periodistas de La República, El Comercio y RPP, lo que evidencia que los profesionales se esmeran en sus competencias para brindar un trabajo que sea atractivo y nutrido para el lector empleando herramientas de información y comunicación digital. A pesar de que, en estos tiempos surgen recursos de inteligencia artificial que faciliten la búsqueda de información, se concluye que el ojo periodístico jamás podrá ser reemplazado en el campo periodístico.

Se destaca que los periodistas emplean actitudes que recae en la capacidad de análisis y la interpretación. Se ha examinado que en las entrevistas brindadas que aún los periodistas no toman a la objetividad como parte de su perfil periodístico, mencionando que existe de por medio interés de los medios de comunicación que afecta en las posturas y pensamientos para lograr la objetividad al momento de informar.

Se evidencia que la interactividad presenta impacto significativo en el perfil del periodista. De los resultados obtenidos, los periodistas de La República, El Comercio y RPP, concluyen que el nivel de participación promueve la creación de nuevos perfiles como marca personal y ayuda a que la audiencia sea parte de la información, es decir, sean emisores que contribuyen directamente a la generación de nuevos hechos.

La hipertextualidad es utilizada en los medios digitales de La República, El Comercio y RPP. Lo que permite mayor posicionamiento en la lectura al incluir enlaces que direccionan a contextos relacionados con la información. Esta herramienta digital enriquece al periodismo web y a contenidos completos de calidad informativa.

Existen presencia de recursos multimedia como la fotografía y video. De los resultados recogidos, se observa que los periodistas destacan la importancia de poseer conocimientos previos sobre fotografía para poder capturar imágenes en las comisiones. Del mismo modo, a ello se le suma tener capacidad en manejo en creación de videos para contenidos atractivos y creativos. No obstante, en la investigación se evidencia por parte de la información observada poco aporte en difusión de producción de plataformas de audio en línea como recurso audiovisual en la audiencia.

6.2 Recomendaciones

En el ámbito académico se recomienda que, desde los centros superiores de estudio, se prepare a los alumnos en el manejo de habilidades digitales a fin de que cuando egresen, su perfil de egresado sea acorde con las exigencias laborales del mercado. El periodista es un profesional que se encuentra en constante cambio. Por ello, es importante su preparación y actualización hacia temas relacionados con el entorno digital, esto ayudará a que los medios opten por nuevos talentos y los profesionales estén en la capacidad de enfrentarlos.

Capacitación a periodistas en recursos audiovisuales. Es importante no solo saber llegar a la noticia, sino también tener el conocimiento en su uso. Ellos reconocen lo indispensable hoy en día que son las redes sociales para su difusión y el saber manejar su propio perfil periodístico como marca personal. Esto permitirá un mayor conocimiento de su ejercicio y labor que aportan en educar e informar a la sociedad.

Alumnos de periodismo comprometidos con el desarrollo de habilidades periodísticas. Existen diversos enfoques de periodismo. Sin embargo, desde las aulas de estudio, es importante que los estudiantes desde primeros ciclos se acerquen a descubrir por propia pasión la carrera. Ellos puedan acceder a descubrir el mundo del periodismo de cerca, creando blogs personales, asistiendo a talleres, produciendo infografías, creando perfiles sociales que ayuden a la difusión de noticias y acerque al lector de su comunidad a estar siempre informados y de esta manera compartirlo con más personas.

Compromiso de la sociedad a mantenerse informada. Sabemos bien que hoy en día el acceso a internet es mucho más fácil para todos. No obstante, la nueva generación no valora ese gran aporte. Es importante que ellos mantengan un contacto cercano y que se alimenten de la

valiosa información que producen los periodistas. Es un trabajo en conjunto que ayudará a tener una sociedad civil culturizada y fomentará una mirada amplia hacia la educación.

REFERENCIAS

- Abad, J. (2011). Convergencia, un camino hacia el futuro. *Revista dixit*, (14), 2-9. <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/issue/view/88/159>
- Abreu, J. L. (2014). El método de la investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 9 (3), 195-204. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2005). *Títulos de Grado en Comunicación*. Libro Blanco. https://www.aneca.es/documents/20123/63950/libroblanco_comunicacion_def.pdf/0c0517b1-d2bd-b726-123c-4b30a7c3be5e?t=1654601743040
- Aguirre De la Cruz, D. M. (2023). Evolución del periodista digital en procesos de convergencia de plataformas. Casos: los mundiales Brasil 2014 y Rusia 2018 en Deporte Total (DT) y El Bocón. [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima, Perú. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20001/Aguirre_am.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Alonso del Barrio, E. (2021). Hipertextualidad, multimedialidad y bidireccionalidad en los soportes lógicos para dispositivos móviles: una revisión crítica. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 437-447. https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/2956
- Amadeo, B. (2002). La Teoría el Framing. Los medios de comunicación y la trasmisión de significados. *Revista de Comunicación*, 1, 6 – 32. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2889/2406>
- Arias, F. (2017). Efectividad y eficiencia de la investigación tecnológica en la universidad. *Revista Electrónica de Ciencia y Tecnología del Instituto Universitario de Tecnología de Maracaibo*, 3 (1), 64 -83. https://www.researchgate.net/profile/Fidias-Arias-Odon-2/publication/320130761_Efectividad_y_eficiencia_de_la_investigacion_tecnologica_en_la_universidad/links/59cf973a4585150177ee1be5/Efectividad-y-eficiencia-de-la-investigacion-tecnologica-en-la-universidad.pdf
- Arroyo Cabello, M. (2011). Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad. *Razón y Palabra*, 11 (2), 1-11. <https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3278/Raz%c3%b3n%20y%20Palabra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ayala P., T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (26), 23-48. <https://www.redalyc.org/pdf/459/45931862002.pdf>
- Bardales Vasquez, M. I. (2022). Evolución del perfil del comunicador social: análisis de las transformaciones del quehacer profesional. *Comuni@ccion: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*. 13 (1), 53 – 62. <https://comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/667/334>
- Barrios Rubio, A. y Zambrano Ayala, W. R. (2015). *Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista*. Anagramas rumbos y sentidos de la comunicación. 13 (26). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222015000100012
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Ediciones Shalom. <http://187.191.86.244/rceis/wp-content/uploads/2015/07/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n-DANIEL-S.-BEHAR-RIVERO.pdf>
- Brajnovic, L. (1978). *Deontología periodística*. Ediciones Universidad de Navarra, S. A. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/60376>
- Bravo Mera, D. A. y Jaramillo Carrera, G. A. (2022). *El Perfil del periodista de datos, competencias y habilidades: medios El Comercio, Expreso, Primicias, Revista Vistazo*. (8), 1, 646 – 669. <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- Buitrago Guzmán, S. N. (2014). Relación entre la convergencia de medios y la experiencia de usuario. Dos iniciativas creativas en Colombia. *Revista de Investigación Desarrollo e Innovación*, 4 (2), 1 – 8. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/2958/2671
- Canel, M. J. y Sánchez Aranda, J. J. (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias. *Análisi*, 23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=72392>
- Cassany, R., Cortiñas S. y Elduque A. (2018). Comunicar la ciencia: El perfil del periodista científico en España. *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*, 55 (2) 1 – 120. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar55.pdf>
- Castillo, E. y Vasquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Colombia Médica*, 34 (3), 164 – 167. <https://www.redalyc.org/pdf/283/28334309.pdf>
- Ccencho Díaz, C. F. (2020). *Percepciones de jóvenes y adultos asociados a la prensa escrita y su evolución a la plataforma digital de diario La República*. [Tesis de bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima- Perú.

- https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652490/Ccencho_DC.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cebrián Herreros, M. (2009). Comunicación interactiva en los cybermedios. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación*. 17 (33), 15 – 24. <http://educa.fcc.org.br/pdf/comunicar/v17n33/v17n33a03.pdf>
- Cebrián, M. y Flores, J. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Editorial Fragua. https://www.academia.edu/43158092/Periodismo_en_la_telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil
- Cualitativas. *Sinopsis Educativa*, 5 (1 y 2), 225 – 243. https://www.revistas-historico.upel.edu.ve/index.php/sinopsis_educativa/article/view/3583/1750
- Díaz Barriga, F. (1999). *Elaboración del perfil profesional*. Metodología de Diseño Curricular para Educación Superior. México: Trillas, pp. 85-104. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23828w/elaboracion_del_perfil_profesional.pdf
- El Comercio. (2019). *Así es la transformación digital de El Comercio*. <https://elcomercio.pe/lima/asi-es-la-transformacion-digital-de-el-comercio-noticia/?ref=ecr>
- Escalante Gómez, E., Repetto, A. M., Mattinello, G. (2012). Exploración y análisis de la actitud hacia la estadística en alumnos de psicología. *Revista de Psicología Liberabit*. 18 (1). [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272012000100003#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Allport%20\(1935\)%20la%20actitud,con%20los%20que%20se%20relaciona](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272012000100003#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Allport%20(1935)%20la%20actitud,con%20los%20que%20se%20relaciona)
- Estrada Polar, J. M. (2019). *El perfil del periodista emprendedor y la capacidad de desarrollar un Plan de negocios para el posicionamiento de medios digitales, Lima - 2017*. [Tesis de maestría]. Universidad San Martín de Porres. Lima – Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5036/ESTRADA_PM.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Fedor Simón, J. G. (2016). La comunicación. *Salus* (20), 3. http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci_arttext
- Films Perú. (2023). *Los medios digitales más visitados en Perú*. <https://www.filmsperu.pe/medios-digitales-mas-visitados-peru/>
- Fondevila Gascón, J. F. (2014). El uso del hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *Revista De Estudios De*

- Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 19 (36), 55- 76.
<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/13488>
- Forero, T. (2019). *Conoce la historia del internet desde su nacimiento hasta lo que es hoy*.
<https://rockcontent.com/es/blog/historia-del-internet/>
- García Avilés, J. A., Salaverría, R. y Masip Masip P. (s. f.). *Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa*. <https://ae-ic.org/santiago2008/Congreso08/Actas/contents/pdf/comunicaciones/134.pdf>
- Gómez Mompert, J. L. (1999). *Periodismo de calidad para una sociedad global*. Perfiles del siglo XXI: la sociedad de la información.
<https://core.ac.uk/download/pdf/71045277.pdf>
- Guajardo del Bosque, V. (2019). *Perfiles profesionales, roles y competencias del periodista en las empresas informativas mexicanas*. [Tesis Doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/58897/2/T41673.pdf>
- Guallar, J., Rovira, C. y Ruiz, S. (2010). Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. *El profesional de la información*, 19 (6), 620 – 628. <http://eprints.rclis.org/15088/1/620-631-Guallar-Rovira-Ruiz.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). Selección de la muestra en la Metodología de la Investigación. *Espacio de Formación Multimodal*, 6ta edición, 170-191.
http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf
- Hidalgo, L. (2005). *Confiabilidad y Validez en el Contexto de la Investigación y Evaluación*
- Jaramillo Carrera, A. (2021). *El Perfil del periodista de datos, competencias y habilidades: medios El Comercio, Expreso, Primicias, Revista Vistazo*. [Tesis de título]. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
<https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/4302/1/ULEAM-POSG-C.CD-0025.pdf>
- Jódar Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, (71), 1- 11.
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Lezaeta, M. (2020). *Ser periodista en la era digital: conocimientos y habilidades para un perfil profesional competitivo*. [Trabajo de fin de master]. Universidad Autónoma de

- Barcelona. Barcelona – España.
https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2020/237579/TFM_Lezaeta_Marin_Millaray.pdf
- López García, X., Rodríguez Vazquez, A. I. y Pereira Fariña, X. (2017). Competencias tecnológicas y nuevos perfiles profesionales: desafíos del periodismo actual. *Comunicar Revista Científica de Comunicación y Educación*. 15(53), 81 – 90.
<https://www.redalyc.org/journal/158/15852792008/html/>
- López Martín, Á., Córdoba Cabús, A. (2020). Características y competencias de la enseñanza del periodismo digital en el grado de Periodismo en las universidades públicas españolas. *Revista dixit*, 33, 61 – 73.
<https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/revistadixit/article/view/2377/2250>
- Marques Hayasaki, P., Roca Cuberes, C. y Singla Casellas, C. (2016). *Nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito periodístico: revisión de la literatura y entrevistas a profesionales en España*. 12 (3), 14 – 33.
https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/32972/Singla_bra_nuev_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marta Lazo, C., Rodríguez Rodríguez, J. M. y Peñalva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo. Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 53-68.
<https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/14/8>
- Martínez Albertos, J. L. (7 y 9 de marzo, 2022). *Retos y amenazas para el periodismo tradicional* [ponencia]. Universidad Complutense, VII Congreso y Asamblea de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Sevilla, España.
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/98185/Cap%C3%ADtulo%2022.pdf?sequence=1>
- Mendoza, J. y Llaxacondor, A. (2016). El estudio de caso en la investigación sobre la gestión de organizaciones: una guía introductoria. *Revista de ciencias de la gestión*, 1 (1), 150-171. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7185815>
- Moreno Hernández, D. (2016). *El arte de dibujar, con las palabras, a una persona: Taller de perfiles con Jon Lee Anderson*. Fundación Gabo.
<https://fundaciongabo.org/es/recursos/relatorias/el-arte-de-dibujar-con-las-palabras-una-persona-taller-de-perfiles-con-jon-lee>
- Munarriz, B. (1992). Técnicas y métodos en Investigación cualitativa.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1217001>

- Navarro, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital: interactividad e hipertextualidad. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación*, 17 (33), 35 – 43. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/86800/01820093005719.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nicomedes Teodoro, E. N. (s.f). Tipos de investigación. <http://repositorio.usdg.edu.pe/bitstream/USDG/34/1/Tipos-de-Investigacion.pdf>
- Nishiyama, A. (2022). *Antes del teletrabajo: Así era la primera cabina de Internet del Perú*. Radio Programas del Perú. <https://rpp.pe/tecnologia/mas-tecnologia/asi-era-la-primera-cabina-de-internet-del-peru-noticia-1051281>
- Nizama Valladolid, M. y Nizama Chávez , L. M. (2020). El enfoque cualitativo en la investigación jurídica, proyecto de investigación cualitativa y seminario de tesis. *VOX JURIS* (38) 2, 69 – 90. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7628480>
- Oliva Maraón, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, (61), 1-31. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Ortiz Sánchez, C. C. (2018). *El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018*. [Tesis de licenciatura]. Universidad César Vallejo. Lima – Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/37109/Ortiz_SCC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez Seijo, S. (2016). Origen y evolución del periodismo inmersivo en el panorama internacional. https://www.academia.edu/29595436/Origen_y_evoluci%C3%B3n_del_periodismo_inmersivo_en_el_panorama_internacional-Origin_and_evolution_of_the_immersive_journalism_on_the_international_scene
- Puente Martínez, G. S. (2019). *El periodista en la era digital: transformaciones y cambios del oficio periodístico en la prensa escrita*. [Tesis de Título]. Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz. Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/16497/EI%20periodista%20en%20la%20era%20digital%20transformaciones%20y%20cambios%20d.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quesnay Guevara, A. L. (2022). *Balance bibliográfico sobre los procesos de adaptación del periodismo en la era digital (Colombia, Ecuador y España, 2009-2019)*. [Tesis de

- bachiller]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima – Perú.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660772/Quesnay_GA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Renó, D. y Flores, J. (2018). *Periodismo transmedia*. Editorial Ria.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=opx_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA10&dq=periodismo+segun+autores&ots=-62Em9EORR&sig=O6183ecvh2tzAuyQG7F0XyU3oTM#v=onepage&q=picos&f=false
- Ribes, X. (2007). La Web 2.0. *El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva*. Editorial Telos. <https://maaz.ihmc.us/rid=1NJV4Y3R0-Q779VF-1BHW/web%202.0.pdf>
- Ruiz De La Cruz, E. M. (2019). *Análisis al perfil profesional del periodista digital en medios Ediasa S.A.* [Tesis de licenciatura]. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí – Ecuador. <https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/2127/1/ULEAM-PER-0041.pdf>
- Ruiz, E. (s.f). *El periodismo digital: la revolución de los contenidos*. <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>
- Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 383 – 395.
https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5068/1/esmp_multimedia.pdf
- Salaverría, R. (2004). Diseñando el lenguaje para el ciberperiodismo. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. 86, 38 – 45. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16008606.pdf>
- Salaverría, R. (2006). *El nuevo perfil profesional del periodista en el entorno digital*.
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/6991>
- Salaverría, R. y García Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Revista Tripodos*, 23, 31 – 47.
<https://raco.cat/index.php/Tripodos/article/view/118910/154114>
- Salaverría, R., García Avilés, J. A. y Masip Masip, P. (2010). *Concepto de convergencia periodística*. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/23730>
- Sánchez Bellas, C. (2006). Los cinco sentidos del periodista de Ryszard Kapuscinski. *Comunicación y Hombre*, (2), 135 - 137.
<https://www.redalyc.org/pdf/1294/129413732009.pdf>

- Sandulescu Budea, A. M. (2018). Amabilidad digital frente a nuevas generaciones. Perfil digital del periodista madrileño y su relación con el principiante. *Contratexto*, (29), 105-120. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570660792006>
- Scolari C. (2008). Alrededor de la(s) convergencia(s) Conversación teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento*, 54 (17), 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86011409003.pdf>
- Suárez, L. (1999). Medios, periodistas y globalización. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 64 (20), 20 – 23. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/11371/1/REXTN-CH67-04-Suarez.pdf>
- Tevni Grajales, G. (2000). Tipos de investigación. <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Urrutia, S. (2020). La interacción mediática en entornos de convergencia digital. *Revista Encrucijada Americana*, 12 (1), 72-77. <https://encrucijadaamericana.uahurtado.cl/index.php/ea/issue/view/23>
- Villegas, M. M. (2017). Contenidos digitales: aportes a la definición del concepto. *Revista KEPES*, 17 (22), 257-276. <https://revistasojs.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/2609/2411>
- Yllanes Izquierdo, F. (2022). *Labor y valoraciones de los periodistas deportivos de Movistar, América Tv y El Comercio durante la cobertura del mundial Rusia 2018*. [Tesis de título]. Universidad de Lima. Lima – Perú. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/16369/Yllanes-Izquierdo_Labor-Valoraciones-Periodistas.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO 1:

Áreas temáticas y líneas de investigación

Líneas de investigación de la Escuela Profesional de Periodismo

<i>ÁREAS TEMÁTICAS</i>	<i>LINEAS DE INVESTIGACIÓN</i>	<i>OBJETIVO DE LA LINEA DE INVESTIGACIÓN</i>
Medios de la era digital	Periodismo y nuevas tecnologías de la información	Promover investigaciones que describan y analicen los cambios, avances, impactos e innovaciones experimentadas por los medios de comunicación tradicionales (prensa escrita, radio, televisión), como resultado de la irrupción de las nuevas tecnologías de la información, en especial de Internet. Asimismo, profundizar los estudios relacionados a la "convergencia", a fin de determinar el nivel del impacto que ha tenido en la forma de producir, difundir y distribuir contenidos.

ANEXO 2
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación: Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.					
Problemas de estudio	Objetivos	Categorías	Subcategorías	Fundamentos científicos	Metodología de investigación
<p>General ¿Cuál es el perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022?</p>	<p>General Analizar el perfil del periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.</p>	<p>Categoría x Perfil del periodista</p>	<p>Subcategoría x -Habilidades -Competencias - Actitudes</p>	<p>Marco teórico -Deontología profesional -Globalización Digital</p>	<p>A.- método y diseño de la investigación. La presente investigación es de enfoque cualitativo.</p> <p>Tipo: aplicada</p>
<p>Específicos ¿Cuáles son las habilidades del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022? ¿Cuáles son las competencias del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022? ¿Cuáles son las actitudes del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022? ¿Cómo emplea su capacidad de interactividad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022? ¿Cómo emplea la hipertextualidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022? ¿Cómo emplea la multimedialidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022?</p>	<p>Específicos Determinar cuáles son las habilidades del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022. Examinar cuáles son las competencias del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022. Analizar cuáles son las actitudes del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022. Determinar cómo emplea la interactividad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022. Determinar cómo emplea la hipertextualidad el periodista en el entorno digital de los medios, según los profesionales La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022. Determinar cómo emplea la multimedialidad el periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.</p>	<p>Categoría Y Entorno digital</p>	<p>Subcategoría Y -Capacidad de interactividad -Hipertextualidad -Multimedialidad</p>	<p>Marco Conceptual Frida Díaz Barriga (1999) McLuhan Marta – Lazo, C. Rodríguez Rodríguez . M. y Peñalva, S. (2020) R. Salaverría (2006) García (2009), Salaverría (2010) Jenkins, 2008</p>	<p>Nivel: exploratorio</p> <p>Diseño: estudio de caso B.-universo y muestra: Universo o población: Medios digitales de lima: La República, El Comercio y RPP</p> <p>Muestra: 2 periodistas por cada medio. Total 6 periodistas entrevistados.</p> <p>C.- unidad de análisis</p> <p>D.- técnica e instrumento de recolección de datos: Técnica: entrevista Instrumento: cuestionario</p> <p>E. Procesamiento de análisis de datos: Entrevistas realizadas fueron grabadas y traducidas en tablas cuyos contenidos fueron analizados.</p>

ANEXO 3

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS - CUESTIONARIO

TITULO: Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según los profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima - 2022.

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA CATEGORÍA 1: El perfil del periodista		
SUBCATEGORIA (Dimensiones)	SUBCATEGORIAS 2 (Indicadores)	ITEMS
Habilidades	Conocimiento	¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?
	Habilidades blandas	¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil?
Competencias	Desempeño Laboral	¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?
	Dominio de contenidos	¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista?
	Manejo de las nuevas tecnologías	¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?
Actitudes	Capacidad de análisis	¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?
	Interpretación	¿Cómo puede la capacidad de interpretación ser determinante para el perfil del periodista?
	Objetividad	¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico?

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA CATEGORÍA 2: Entorno digital		
SUBCATEGORIA (Dimensiones)	SUBCATEGORIAS 2 (Indicadores)	ITEMS
Capacidad de interactividad	Nivel de participación	¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?
Hipertextualidad	Enlace	¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?
Multimedialidad	Fotografía	¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?
	Videos	¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?
	Audio	¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta en el entorno digital del periodismo?

ANEXO 4

TRANSCRIPCIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Entrevista 1

La República

1. En su experiencia ¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?

Creo que es esencial. Por lo menos para un periodista en estas últimas épocas quedarte con solamente un tipo de conocimiento es limitante hasta cierto punto. Entonces, lo que sí es imperativo dentro de la carrera es estar todo el tiempo capacitándote, conociendo sobre todo tipo de temas porque te permite extender un enfoque mucho más amplio de lo que puedes brindar dentro del contenido que generas. Como muchas veces he escuchado algunas frases en las que explican un poco esto, indicando que el periodista debe saber de todo un poco y está constantemente obligado, por así decirlo, a profundizar cada cierto tiempo en diferente tipo de temas, porque de lo contrario te quedas atrás y se queda atrás, aunque no parezca la carrera es muy competitiva, entonces conocimientos que tu no adquieres conocimiento que otra persona puede desarrollar y básicamente es por eso que es esencial dentro del trabajo porque tienes que estar todo el tiempo aprendiendo más y no hacerlo te limita en el ejercicio del trabajo.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil?

Dentro de nuestras capacidades está la resiliencia que toma mucho esfuerzo el poder estar al tanto de todo lo que sucede, siempre está constante el tema de la inmediatez y mientras estamos trabajando están sucediendo noticias. Ser una persona constante, y la necesidad de estar aprendiendo cosas que son novedosas, pero son necesarias porque después de todo ese conocimiento es como una casuística, cada tema nuevo que entra ya uno empieza a recopilarlo a manera de explicarlo, entonces, con la diversidad de temas que existen y todo lo que pasa, los periodistas se quedan cortos. Y dentro de las capacidades está la resiliencia, la constancia y también sagacidad porque hay muchas cosas que suceden a primer plano y a la par estas sucediendo otras detrás. Entonces, dentro de las capacidades necesarias está la inferencial de poder desarrollar ese olfato periodístico, que uno lo obtiene mediante la lectura, capacitaciones y por otro lado para producir tus propias noticias porque el periodista digital está basado también en aprender en poner en agenda temas de investigación.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

Considero que existen dos tipos de periodismo. El primero es el periodismo de actualidad, que surge a raíz de los hechos que suceden lo cual genera que el periodista desarrolle labores como contactar, entrevistar, buscar, conversar y utilizar herramientas como las entrevistas y todo lo que tenga relación con recopilar información sobre el hecho. El otro es el periodismo de investigación que se caracteriza por poner los temas en agenda y además de entrevistar e indagar el hecho es un periodismo que funciona desde antes de que suceda el hecho, porque se supone que el hecho es que salga tu nota final. En ese aspecto, se necesitan diferentes capacidades por parte del periodista. En cambio, en el periodismo de actualidad tu desempeño laboral es ágil, sales a campo, reportear, buscas contacto. Por lo tanto, es necesario utilizar todas estas herramientas para desempeñarte como periodista tanto para cualquiera de los dos tipos de periodismo, tomar acciones frente a un hecho.

4. ¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista?

Considero que para este específico tema para el trabajo que uno desarrolla termina siendo dos trabajos. Muchas veces como periodista empieza redactando, enfocándose en un tema, pero por el mismo hecho de que existe mucho contenido el objetivo de un periodista es que se lea y muchas veces para que esta información llegue uno debe trabajar en sí mismo. Por lo tanto, termina siendo un trabajo a difundirla y hacer un llamado a hacer leer las notas y ese tipo de acciones brinda una visibilidad a tu perfil porque genera contactos. Para ello, es importante estar presente en redes, manejar un perfil profesional, hacer publicidad orgánica al medio que laboras.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?

Estamos en una actualidad donde es importante porque incluso ahora los medios digitales manejan a encargados del área de posicionamiento seo. Regresamos al tema de la abundancia de contenido e información en esta época de globalización. Entonces, para que la nota sea conocida y pueda posicionarse es importante el llamado por las redes sociales para que una nota pueda ser reconocida o posicionarse tu nombre. Por ejemplo, Facebook, Twitter, Facebook (que ha decaído últimamente), incluso WhatsApp que muchas veces tus mismos contactos sirven como un puente para llegar a nuevos contactos. Las redes sociales en estos últimos años han cobrado una trascendencia e importancia para las redacciones que antes no existía y que incluso en la actualidad muchos medios subsisten. La importancia que se le ha dado ahora al dominio

de las nuevas tecnologías es muy fuerte y el hecho que se puedan utilizar de la manera más idónea es lo que genera que los medios puedan seguir funcionando.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Yo creo que es imprescindible como te comentaba para el periodismo en general el poder analizar datos, hechos y situaciones genera que una noticia termine en agenda y se convierta en algo de lo que todos estén hablando. Para el periodismo de investigación se ve mucho eso, el hecho de hilar un hecho con una acción, que ocurra un hecho a simple vista y nadie se haya percatado de datos importantes. Es una capacidad de análisis que se desarrolla de diferentes formas y situaciones y es importante para que el periodista pueda dar la mejor cobertura tanto para la noticia y para ellos en su integridad. Es muy esencial en el ejercicio periodístico.

7. ¿Cómo puede la interpretación ser determinante para el perfil del periodista?

Este tema está más ligado a la investigación. Nosotros en la Republica trabajamos dos tipos de notas interpretativas. La primera que son notas que surgen a raíz de que suceden en un momento y contexto en específico a través de un patrón que te permite llegar a la interpretación. Por otro lado, están las notas de interpretación sobre enfoques que te pueden brindar los especialistas y para ellos es importante, como periodistas tener una base de interpretación sobre la realidad con la que podamos trabajar junto a ellos. Muchas veces ellos solo te brindan la información siempre y cuando tu realices la pregunta correcta y ello funciona en base a la interpretación que le puedas dar. Entonces es crucial para notas que permitan ampliar temas, no tanto para temas de actualidad que están en constante cambio. Esto se va dando y puliendo a través de los años, la capacidad de interpretación de poder brindar un buen contenido y lo valido que puedes rescatar de opiniones de expertos se da a través de la capacidad de interpretación.

8. ¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico?

Es un tema que se discute mucho porque se comenta que el periodismo debe ser objetivo, por regla general y quienes mostramos la información somos personas quienes tienen subjetividad de por medio. Entonces esa objetividad se puede poner en duda dependiendo las labores que uno realiza. En ese aspecto, es importante que un periodista ejerza su perfil de la manera más transparente posible porque si eres un profesional a quien han observado que ha perdido credibilidad en algún momento, cómo consideras que las personas puedan tener confianza en ti para que puedas escribir una nota de la manera más objetiva posible. Yo creo que es importante tomar en cuenta los detalles específicos de la información que quieres brindar. No es ocultar lo malo, sino mostrar las dos caras de la moneda. Quizás a veces no se da por la inclinación

política, línea editorial del medio, pero no debería suceder uno como periodista tiene que mostrar la realidad. Si tu no cuentas la verdad, ya no estas siendo creíble, ni fidedigno a la realidad que estas mostrando.

9. ¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

Yo creo que es muy importante esa pregunta. Cuando ingresé a la Republica, me crucé con Edmundo Cruz y él me comentaba que existían muchos periodistas que hacían su labor en un escritorio, y lo que consideraba era que el profesional salga a campo. Sin embargo, en la actualidad ya no se hace mucho porque ahora tenemos el acceso a la noticia mediante redes sociales. Entonces, considero que el nivel de participación del periodista va de acuerdo con que tan conectado a las redes sociales está y que tan rápido puedes llegar a la información. Creo que es sabio manejar teniendo en cuenta las nuevas tecnologías de la comunicación manejar tus redes sociales a fin de que puedas ser un actor participativo en el uso de ellas. Es así como funciona, mientras más participativo eres, mientras enfocada tienes tus redes sociales accedes a información que es valiosa y eso si es prescindible para un periodista porque esa información nunca se desprecia para nada. En el caso del periodista su nivel de participación para abarcar diferentes temas va también con el interés que el profesional tiene por el tema. O por ejemplo hay un tema que me llama bastante la atención y lo comparto con los compañeros de la redacción y así analizamos diferentes enfoques y de allí también va ligado el tema de la participación. El periodismo es un oficio donde se tiene que estar en constante conservación para que de esta manera tenga la relevancia adecuada.

10. ¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto?

La capacidad de la hipertextualidad es un punto muy a favor en cuanto se pueda a terminar de leer una nota. La República se maneja mediante notas escritas, entras a una noticia y ves 3, 4 párrafos, y eso no es la mejor manera de presentar un contenido que consideras importante. Por ello, existen estos recursos que es la hipertextualidad. Los links, hipervínculos permiten resaltar partes importantes del texto para que el lector pueda leer otras notas que están vinculadas, y eso permite que la notas sean más completas en cuanto al contexto.

11. ¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

Considero que la fotografía y el video forman parte de un recurso muy valioso porque cuando yo ingresé a la Republica, para postular, una de las pruebas que me mandaron hacer fue crear una nota sobre un video reproducido en 20 segundos. Por ejemplo, cuando sucedió lo de Tubino

y el cono, fue una nota muy especulada que se dio mediante una fotografía porque te mostró detalles captados en el preciso momento que sucedieron. Todo ello enriquece a las notas, porque existen muchas de ellas que parten a través de una imagen que vale más de mil palabras, que muestra una realidad que no te has percatado.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?

Los videos han ido evolucionando de tal manera que hace poco vi la creación de un reportaje tipo crónica, y es algo que nosotros no hubiéramos visto años anteriores. Pero, termina siendo interesante porque son diversas maneras de manejar formatos audiovisuales de la manera correcta. Sirven de herramientas mucho más elaboradas que se pueden hacer con las nuevas tecnologías con la facilidad de hacer mejores productos audiovisuales para presentar contenido periodístico. Es sustancial, es importante y creo que se debería explotar mucho más en el Perú y que deben ser revisados en los medios.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta en el entorno digital del periodismo?

Es un terreno que en el Perú no está siendo tan explorado. Nosotros sabemos que existen radios digitales, a nivel de medios independientes se está utilizando porque existe el interés de incursionar en los podcasts. Los medios grandes sirven la radio pese a que la nueva generación no está muy ligada a ello. La propuesta de audio si debería ser tomado en cuenta, por ser nuevo, a mí me fascina mucho locutar, contar historias con el formato de audio, explicar temas. Hay gran nicho por expandir en cuanto a tema de podcast y radios digitales que no se están tomando en cuenta en los medios, pero que debería porque el streaming y el escuchar cosas mediante haces otras cosas se está volviendo muy de moda y por qué no hacerlo informándote. Y esto genera atraktividad para un periodista que maneje todo tipo de multimedialidad y saber manejarlos.

Entrevista 2

RPP

1. En su experiencia ¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?

Considero que ahora que estamos inmersos en una sociedad de la información tener herramientas que permitan que el conocimiento pueda no solamente ser adquirido por el profesional del periodismo sino también pueda llegar a la audiencia y que esta información no se quede, sino que pueda ser procesada por ellos y sea entendida. Pues, es una habilidad que es importante de igual manera también existen otras habilidades que tiene el periodista y no importa en la plataforma que esté que, pueda incluso ser más importante. Considero no solo al conocimiento como habilidad sino lo “que se hace” con ese conocimiento. Es decir, cambiaría un poco el concepto y diría una habilidad que describe al periodista es el uso y generación de conocimientos porque al darle una información de manera correcta, sea entendida por nuestra audiencia y ellos puedan generar opiniones pues permite que se convierta en conocimiento.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil?

Siempre lo digo lo más importante en esta profesión es tener el olfato periodístico porque el periodismo a diferencia de otras carreras se hace en la calle entonces un periodista que no lee no tiene las herramientas para poder escribir textos buenos y que puedan ser entendidos por la audiencia. En mi opinión siempre lo más importante va a ser el olfato periodístico lo cual es una habilidad que se desarrolla y además ayuda a que nosotros sepamos que es lo verdadero noticia y encontrar el enfoque que pueda hacer lo diferencial en nuestra nota. Todo periodista puede dar la noticia, pero la clave es como lo estás contando y entre otras capacidades saber escribir, un periodista que no lo sabe hacer simplemente no funciona en la carrera. Yo sé que actualmente existen periodistas que generan contenidos en otras plataformas, pero nuestra base es la escritura. Y finalmente como tercer punto añadiría ser capaz de trabajar en equipo, más cuando el periodista está dentro de una sección porque necesitas poder conversar con tus compañeros para tener un mejor enfoque de la nota y hacer un brainstorming ayuda a que las coberturas salgan muy bien, sacar notas que en argot de RPP lo llaman el “trabajar en pared” y pueden ser complementarias.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

Hay que recordar que el periodismo no es como una carrera cualquiera, no es sentarse a llenar “Excels” o que tengas un horario bonito de oficina. En el periodismo es un trabajo de servicio. Así hagas el contenido que hagas si existe una crisis política todos tenemos que remar hacia el mismo barco, no hay horarios y el trabajo es muy cansado y afecta en el desempeño laboral, pero recuerdas que estás haciendo algo por el bien de la sociedad y evalúas la situación.

4. ¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista?

Es muy importante, antes se creía que el periodista tenía que ser un todista y que debía saber de fútbol, farándula, política y todo al mismo tiempo. El periodista debe estar enterado de todo, claro que sí. Pero, un periodista especializado, es un periodista que puede hacer mejor su trabajo, otra vez viene los ejemplos de mi equipo. Yo hago los contenidos de salud y me siento en confianza porque aprendí a saber cómo se escribe sobre estos temas. En mi equipo, hay un chico que sabe mucho de música y puede escribir reseñas, y lo puede hacer otro periodista, sí claro, pero él al tener las herramientas, al conocer y que le guste y lo que le vamos a dar la audiencia pueda ser algo más nutrido, mejor logrado y con mayores herramientas.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?

Importante ahora dominar nuevas tecnologías y no solo hablo a lo que antes llamábamos saber editar audios, videos, generar infografías, etc. Ahora con el chat GPT leí por Twitter profesiones que van acabar: periodistas. ¿Esta herramienta puede escribir como un periodista? Posiblemente sí, pero allí la labor de la periodista cambiaría sino sería como un “curator” y habla del periodista como un periodista arqueólogo que encuentra la información, la limpia y que la amolda a las necesidades de la audiencia. Cuando llegue el futuro el perfil del periodista cambiará, pero va a desaparecer, no creo. Siempre se va a necesitar el ojo humano, que tenga la capacidad de chequear la información, ordenarla, un periodista, no podrá jamás ser reemplazado.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Súper importante, analizar es una de las cosas que necesita un periodista. Ahora suena mucho el periodismo de datos y una de las fases de esto es la alfabetización de datos. Es decir, la capacidad que tiene el periodista de no solo encontrar la información, no tratarla ni buscar, sino de traducirla y analizarla a un lenguaje fácil que la audiencia pueda ver y generar un análisis.

7. ¿Cómo puede la capacidad de interpretación ser determinante para el perfil del periodista?

En ese caso vuelvo al tema del periodismo de datos, la capacidad de interpretación y de traducción de contenidos que son difíciles de entender para la audiencia para que todos podamos acceder a ella. Allí hablamos de la democratización de la información y que el periodista es el encargado de manejar e interpretar ese análisis.

8. ¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico?

A todo periodista desde su formación en las universidades nos enseñaron que uno de los valores y características del trabajo periodístico es la objetividad. En mi opinión, la objetividad es muy difícil de llevar, podemos tratar de dar la información lo mejor que podamos. Pero, podemos llegar al 100% de ella? No lo creo porque la objetividad parece ser algo relativo y depende como lo observe la audiencia y además tienes que tener en cuenta que, muchas veces suceden con estudiantes que llegan a un medio de comunicación. es que al final es una empresa y ellas poseen intereses que necesitan generar lucros, y allí la objetividad se pone en duda porque se informa y se deja de informar lo que más les parece a los dueños de esa empresa. Entonces, la objetividad a mi parecer no lo considero parte del perfil del periodista sino como la búsqueda de la verdad y tratar de dar la información lo más clara posible y lo más cerca a la verdad.

9. ¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

En un momento se hablaba del periodismo ciudadano, pero no prosperó, porque si bien ahora con el acceso a las redes sociales cualquier persona podría compartir información, el trabajo periodístico es totalmente diferente porque implica características netamente del profesional. Pero, de qué modo podría la participación de la audiencia podría antes los periodistas tenían que ir a las comisiones, ver que hay fuera, se sigue haciendo, pero ahora actualmente los ciudadanos tienen información para llegar a la noticia (los números de WhatsApp) donde los ciudadanos pueden denunciar, enviar información para que luego puedan ser cotejadas por los periodistas.

10. ¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?

Sí, creo que la hipertextualidad en los contenidos es importante. No solo para evidenciar la transparencia con la audiencia, sino que también tiene que ver con la democratización de la información. La audiencia puede acceder e investigar por sí mismo porque nuestro papel en ese sentido es de traductor o curador.

11. ¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

La fotografía revolucionó cuando se refería de periodismo escrito y en la era digital la fotografía es importante. Sin embargo, creo que su boom ya pasó y no esté generando un nuevo perfil del periodista, creo que tiene más que ver con otros tipos de contenido multimedia que puedan ser usados para generar sus notas.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?

La creación de videos de por sí es un ejemplo de la evolución digital del periodismo. No creo que la creación digital influya en el formato porque ya vivimos en una época así. Es más, el impacto de las redes sociales influye en el formato de creación de videos porque cada red tiene un lenguaje diferente.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta en el entorno digital del periodismo?

Entiendo que en plataformas de audio se refiere a Spotify o algún streaming. Los podcasts se han convertido no solo en repositorios sino también en una especie de compendio de audio de generación de contenido donde la audiencia pueda ir y acceder. Un podcast se debe a variedades de contenidos muy específicos, por el momento no están usados tanto con el contenido periodístico solo como lenguajes de opinión. Se hace poca producción de audio para que pueda haber un impacto en el entorno digital.

Entrevista 3

El Comercio

1. ¿De qué manera considera el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?

El conocimiento es importante para el periodismo y en todas las carreras. El periodismo no solo es la información sino los estudios que vas obteniendo, eso va enriqueciendo el perfil del periodista porque vamos mejorando todo el día. Para los reporteros en la vida diaria, la especialización también es importante porque el conocimiento brinda determinados temas que ayuda bastante a poder cubrir. Es así que son independientes diciendo. Y en las ocasiones en las que he tenido entrevistas de trabajo va de la mano también con la formación que uno tiene para poder alcanzar un puesto laboral actualmente. Es muy importante la formación académica. Es cierto que también se habla del periodismo un oficio. Pero también, hay distintas tareas dentro de lo que es el periodismo. La lectura, el análisis seo, y son estudios que te brinda ahora la universidad, en mis tiempos no era tanto así ya que inicié en plena transición digital. Pero también tengo una maestría. Eso también hace que enriquezca el perfil periodista, en especial en el aspecto web.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil?

Considero que un periodista para detectar profesionalmente en el aspecto del web. Necesita buena redacción, conocimiento en las herramientas digitales no sólo el tema de fotografía o herramientas animadas, técnicas de posicionamiento Seo, uso de hipervínculos e ideas de contenidos para videos. Cuando estaba en la República realizaba ello y actualmente en el comercio, incluso hoy día no solo hacemos infografías animadas o uso de los contenidos de hipervínculos, sino que también vamos a expertos. Y ya saltan de lo explícito, hacemos podcasts, grabaciones de vídeo tiktoks, pero con contenido informativo. No necesariamente entras manejando los vas aprendiendo dentro del mismo lugar de trabajo y ahí un periodista se debe adaptar acorde a los requerimientos del centro laboral. Por ejemplo, si tengo que adaptarme a hacer cosas, tengo que hacer videos. En la República se enfocan más en buscadores de palabras, la escritura en edge, temas de posicionamiento de los textos.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

El desempeño laboral lo veo como productividad y justamente productivas, la vemos bastante en el tema de economía. Si eres bajo productivamente te afecta porque no eres un buen

periodista, no informas bien, no escribes bien. Puedes terminar engañando a las personas, hay medios de comunicación. Eso termina afectando perfil del periodista y su prestigio, reputación.

4. ¿Cuál es la importancia del dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista?

En que puedes desarrollarlas mejor y sabes, por ejemplo, hacer infografías, por ejemplo, usando este programa infogram. Te lo van a pedir más, pues abrir temas con ellos si sabes hacer podcast, te lo van a pedir más, puedes especializarte en ello, más que nada tiene que ver con la especialización porque el periodista ya no es sólo el periodista o parte de la redacción de textos órales, uso de imágenes, uso de herramientas audiovisuales que estos son los vídeos, uso de roquetas animadas, grafía. Es más que nada el tema de especialización y como un creador de contenido bajo el nombre de un medio de comunicación.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?

Desarrolla tus habilidades, similar a la pregunta anterior. Si vas desarrollando un área o una especialización como que ya vas encaminando a determinadas temas en relación a los contenidos. Vuelvo a repetir, si sabes si vas desarrollando en temas de “content”, tu perfil se va enfocando allí. Es lo mismo que en la cobertura de secciones. Digo, por ejemplo, yo me dedico a la sección de economía, mi perfil se enfoca más en un periodista económico. Si, por ejemplo, mi compañero se enfoca en políticas, lo que va desarrollando el político. Es un tema especial, vas creando tu propio perfil de acuerdo con las capacidades, escribiendo en el desarrollo de tus labores. Es para tener una capacidad de desarrollar una mayor capacidad en el manejo de herramientas. Es como en otras, respondiendo similar a otra pregunta al manejar estos recursos demuestras que eres un alguien altamente capacitado para determinadas cosas. En el tema de las redes sociales manejo solo Twitter, Instagram. En lo personal en Twitter cuando publico o escribo sobre la situación política, el mensaje llega a la audiencia que cuando publicó temas económicos, por ejemplo, salgo que sea algo chocante este.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Siempre se busca un perfil que analice bien en el caso del uso de contenidos, es analizar o determinar cuándo puedes usar tipo de herramientas y en qué momento se amerita solo en una foto, expandirlo, hacer un podcast, hacer videos y realizar infografías en el desarrollo de nuestras notas.

7. Bien, ¿cómo va el tema de la capacidad de interpretación dentro del perfil?

Eso no lo veo tanto en web, por lo general ya que somos más informativos. Es un poco, se pierde la capacidad de análisis, decir si te entiendo bien el caso del impreso, si lo hemos visto pasar de análisis y interpretación. En la web se pierde mucho, pero quizás sí te puedo decir que ahí está el tema de objetividad y a dónde quieres encaminar las notas. Pero, eso ya tiene que ver con un tema de cobertura del reporte, el uso de fuentes que avalen tu postura y la línea editorial del diario.

8. ¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodista periodístico?

Yo no creo en la objetividad porque he visto en todos los medios en los que laborado de derecha e izquierda. Sí, bueno, sí se puede decir objetividad, lo que sería es imponer las posturas de ambos lados. Por ejemplo, si estás haciendo una nota del aborto y tu postura es a favor del aborto. Son temas del oficio. Te topas varias veces con la línea editorial del medio y es cuestión de que el periodista negocie. Cuando eres editor y luchas por tu nota, pero hay ocasiones que no se puede y es lamentable. Se termina imponiendo la línea editorial del diario varias veces y finalmente publicas una nota que no es de tu agrado y no eres objetivo al redactar. Este sí, es un tema de dinero, el cual está en discusión porque actualmente varios medios tienen una postura marcada en la época del Gobierno del país de Castillo, hubo posturas bien marcadas en contra de su periodo y han tomado diferentes posiciones. Entonces, por lo tanto, podemos decir que usualmente un Periodista Digital no defiende mucho la posición objetiva de su perfil. Pienso en lo personal que creo, pero sí es algo en contra, solo que en mi labor lo digo de una forma y hago sin tomar una postura.

9. ¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

Hay que ver el manejo del conocimiento, pero yo creo que es más que un nuevo perfil se traslada a lo que es el perfil del periodista impreso, que también proponía temas, que también daba este unos datos para la creación de nuevos temas en cuanto a noticias. Eso se traslada al caso de la web. Si tú propones ciertos ángulos de sólo una nota, por ejemplo, ahí vas diversificando, ya vas ampliando la nota de lo que era, quizá sobre una idea, terminas publicando ese mismo día. Yo creo que eso no puede generar un nuevo perfil se termina trasladando el perfil del periodista impresión ante periodistas web, pero lo termina amplificando.

10. ¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?

Enriqueces la nota porque no puedes hablar sobre un tema y quizás el lector no entiende mucho de ese contexto, agregas hipervínculos sobre un aspecto que pueda ampliar aún más el tema y ahí el lector va entrando, vas fidelizándolo y va adquiriendo más información sobre determinado tema. Es importante. En mi caso esto lo aprendí en el campo ya que comencé a estudiar periodismo en una época en la que todavía estaban en transición digital. Hay varias cosas que he aprendido más en el campo que en el estudio.

11. ¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

Yo creo que no porque de por sí ya existía la fotografía en la época impresa. Tenemos los periodistas encargados de ello, pero más bien lo que crítico con las fotografías actuales, es que termina perdiendo la calidad de ella. Por este tema una foto de un evento así con tu celular, capta un tipo de periodista, que está generando un deterioro de la calidad de la imagen de la fotografía. Y por eso terminas viendo fotografías pixeladas, yo soy crítico en ese punto.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos?

Si vemos los vídeos desde la televisión. El vídeo de la televisión tiene una estructura, un estilo y un formato ya en la web ha evolucionado que no sólo es la transmisión de un vídeo que se desarrolla 5 minutos grabando un aspecto en general, sino ahora ya viene la edición, el estilo y cómo quieres informar. Actualmente, se usa el estilo tiktok para buscar información para hacer digerible el contenido.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta el entorno digital del periodismo?

En el desarrollo de tu capacidad. Pero acá no sólo es el tema de que si puedes ser locutor y puedes manejarte bien. Sino también por el lado del productor o simplemente porque ya no es sólo el típico productor de radio, también en la web puedes hacer producción en los podcasts. En este caso puedes analizar el impacto y las métricas que tiene de alcance hacia tu audiencia porque visualizas su permanencia.

Entrevista 4

La República

1. ¿De qué manera consideras el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?

Yo creo que los conocimientos teóricos que te da la universidad son muy importantes porque te ayuda más o menos a perfilar el rubro del ámbito del periodismo que te interesa enfocar. Por ejemplo, en mi caso nace a partir de la mitad de la carrera que me empujó a que quería dedicarme en prensa escrita o periodismo radial. Yo creo que sí, que los conocimientos básicos te ayudan a perfilar y determinar el tipo de gustos que puedas tener y así como deporte en el ámbito profesional. Otro tipo de estudios, en mi caso, como por ejemplo de locución y del curso, me ayudó a perfilar más o menos que lo que era lo que yo quería.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que requieren periodista para destacar profesionalmente?

Yo creo mira, creo que unas habilidades blandas para el tipo de periodismo creo que es el pensamiento crítico porque como periodista no te puedes fiar o dejar llevar por algo que puedas sentir empatía, por así decirlo, es como que tienes que ponerte en ambos lados y analizar la situación y ver desde un punto plano lo más objetivo posible, aunque no se puede. No, no somos objetos antiguos. Otro creo que es el tema de la de la ética de trabajo que puedes tener al ir de acuerdo a sus pensamientos, habilidades y a sus labores que vayan inculcando su vida. Y creo que eso lleva a la política también el periodismo. Creo que van de la mano conjuntamente otro, creo que puede ser la comunicación. Es muy importante también. En el periodismo es importante la comunicación por la misma carrera que lo requiere estar en contacto con fuentes, comunicarte con el público, saber cómo plasmar toda la información que uno tenga en algo, ya sea escrito, oral o visual. Considero que esas habilidades son importantes en el periodismo.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

Yo creo que es importante. Por ejemplo, tienes que desarrollarte bien en el ámbito laboral, por ya que veces no es como estar en una tarea académica. Creo que la misma, por ejemplo, en mi caso está en la redacción. Estar en la sintonía es importante porque no te puedes quedar atrás ya que recurrentemente pasan las cosas, cosas, cosas nuevas, entonces siempre tienes que estar así pendiente de todo lo que sucede.

Es como hacer un trabajo, un trabajo final es totalmente distinto, la misma presión, la misma coyuntura que pasa en el país, por ejemplo, yo estoy en política y siempre se tiene que estar al

pendiente de todo, eso te define y se proyecta una imagen de cómo eres. Así funciona, para la sección de política, espectáculos o para deportes, etcétera.

En el caso de política es la rapidez. Cosas rápidas. Pasan varias cosas, tienes que ser muy hábil, muy creativo para los titulares porque estás haciendo política. Por ejemplo, nos pasa en la República, en la web, que a veces el contenido es interesante y en el caso de los titulares tienes que pensar cómo llamar la atención y el lector pueda enterarse de la noticia. En el caso de espectáculos, creo que se mide por los titulares ingeniosos, porque el mismo ámbito de espectáculos te lo permite.

4. ¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias de un periodista?

Yo creo que, por ejemplo, uno es saber escribir, ser muy práctico con las redacciones. Después la habilidad de repente saber buscar en páginas. En cuanto a diseño gráfico, también a veces me ha pedido que haga unos diseños, entonces también te puede funcionar de mi habilidad de editar videos o hacer guiones incluso para una locución para videos de redes sociales. Lo que te mencioné es lo que predomina en mi caso, sabe hacer escribir, el diseño, saber armar guiones y ediciones de videos.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías?

Uy, bastante. En realidad, bastante porque creo que ahora las nuevas tecnologías influyen mucho en las notas, por ejemplo, en lo que pasa, pues digamos un video pequeño que dura 1 minuto y medio de una nota y un trabajo de investigación del caso, creo que llamará más la atención que armar un texto completo de 1500 palabras. Además, el tema de las redes sociales, por ejemplo, que jala muchísimo. Eso es bueno, eso se encargan los community managers. Yo por ejemplo no, pero veo que quizá palabras claves (#) para que tengan mayor interacción con las notas. Asimismo, el tema de los Tiktoks que ahora también la República recurre a eso para que inviten de alguna manera a las lecturas son las notas y así tenga mayores vistas.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Yo creo que sí, es bastante, o sea creo que en realidad es un determinante para que puedan de alguna manera medir el tipo de periodismo o periodista para que puedas ejercer en medio cualquier medio. Pero yo creo que predomina bastante el hecho de saber desenvolverte, un concepto mismo de curiosidad, buscar notas o ver que es llamativo a comparación de otros medios. Entonces, como que eso motiva bastante también a que te manejes en grupo y tus notas sean jaladoras, disipara que generan más vistas por el tráfico.

7. ¿En qué medida la capacidad de interpretación es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Yo creo que eso depende de cada uno, como vayas desarrollándote, así como vayas adaptándose y descubriendo, por ejemplo, cuando yo llegué a la web no sabía mucho sobre periodismo digital tampoco temas del seo de posicionamiento. Si bien se me habían enseñado a mí, pero muy básico. Allí me capacitan incluso más para que las notas se posicionen y para que Google las identifique y entre por discover. Como como te dije anteriormente, creo que eso complementa el hecho de la práctica y la teoría.

8. ¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodista?

Creo que es importante, sí, pero creo aquí es muy difícil ser objetivos, tratamos sí, pero es bien difícil porque cada persona tiene un tipo de pensamiento y un tipo de postura sobre estos temas. Entonces como es, por ejemplo, cada periódico, cada medio tiene su línea editorial y es muy difícil que vaya a variar a menos que suceda algo bien drástico. Eso pasa con cualquier periodista por ser un tipo de línea editorial y con la que se siente identificado de alguna otra manera. Pero, que te diga que hay una objetividad 100% en cualquier proyecto es mentirte. Yo creo que no. Eso va a depender mucho del tema que vas a abordar, incluso si hay un tema que tienes mucha afinidad es imposible ser objetivo sobre ella.

Lo que pasa que cuando sientes afinidad, tienes que equiparar e informar lo más objetivo. No debes tener una mirada subjetiva, sino narrar hechos completos y exactos como ocurrieron.

9. ¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

Yo creo que bastante. Creo que Twitter ha sido una herramienta como una pantalla, porque ha permitido a cualquier periodista así seas independiente, o seas parte del medio, visibilizarte y posicionarse dentro del ámbito periodístico. Creo que es bastante relevante. Para mí, Twitter, es la herramienta de trabajo de cualquier periodista. En realidad, yo creo que las redes influyen mucho en las investigaciones que tú puedas realizar, descubrimientos de las notas periodísticas.

En realidad, no minimizaría a un periodista que no utilice esto. Pero, que creo que cada red social de alguna manera ayuda a que más personas te conozcan. Considero que Twitter y YouTube son las herramientas básicas, incluso Twitch.

10. ¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?

Yo creo que influencia muchísimo, muy aparte del hipertexto, las actualizaciones constantes por ejemplo en nuestro caso lo hacemos cada hora ayuda a que Google lo coloque en segunda edición y se posicione para que cualquier persona conectada a su celular vea esta noticia. Y también el hecho de hipervincular una noticia que tenga relación con el hecho.

11. ¿Considera que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

Yo creo que sí. El tema es que la fotografía influye mucho en una nota periodística jala miradas con relación al tema. Pero en nuestro caso quizás recurrimos mucho a la fotografía o la composición de los diseños que realizan los diseñadores también. Creo que eso ayuda muchísimo, pero aquí vale más o en eso pasó en algunas notas, por ejemplo, a veces colocamos una nota de una foto muy simple o común y corriente, y nos pedían que hagamos una composición. Entonces nosotros pedíamos y la actualizábamos. Por ese cambio de la fotografía es generar mayores vistas. Por ello, yo considero que sí y eso está muy relacionado con el tema del diseño gráfico y todo eso.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de su creación de nuevos vídeos en el periodismo?

Por ejemplo, allá, por ejemplo, yo creo que bastante. En mi caso, en política no utilizamos Tiktoks. Pero en otras secciones creo que como son tendencias que necesites espectáculos recurren mucho, por ejemplo, el tema de los Tiktoks, para que posicionen y jalen vistas en realidad. Yo creo que sí, creo que incluso diría que el tema de audio visual se ha visto más impactado por las nuevas tecnologías porque siento que hay mayor visibilidad, mayor interacción que te permite la libertad, ir creando nuevos contenidos y relacionado con las notas. A la actualidad con las nuevas tecnologías siento que si existe una diferencia con el periodismo escrito. Yo tengo algunos amigos que cuando iniciaron en el trabajo de La República, antes era muy simple una foto, un texto, y ya está. Sin embargo, ahora no, existe mayor exigencia laboral. Lo que nos piden es que tengo una foto, una buena foto, una composición, si es que se quiere, puede o estilos la optimización, los enlaces, los keywords, fotografías incluso dos subtítulos a las notas para que pueda jalar. También, pero si yo considero que, si la reacción en la plataforma web si varía muchísimo, porque lo importante en la redacción vienen diciendo que, si estás en una web, es una empresa, como un todo entonces tienes que generar muchas visitas. Por ejemplo, a nosotros nos lo que me piden y en varias oportunidades me han tenido que realice guiones sobre una nota. Aliados. Entonces tienes que armarlo, lo pasas a mesa supervisan si está bien y que hacen precisiones sobre el vídeo, luego lo pasan al equipo de multimedia y ellos

se encargan de organizar todo. Finalmente, nos comparten para enlazarnos con nuestras notas. Predomina la escritura y posicionamiento seo, eso es un factor muy importante dentro de todas las notas o dentro del requerimiento para trabajar en periodismo web o plataforma web. Ya que te ayuda a posicionarte en Google, una buena optimización a tu nota creo que es vital ahorita en estos momentos para el periodismo digital.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta el entorno digital?

Creo que bastante, porque incluso hace un tiempo estuve participando en el podcast de la República y consistía en hacer una producción por día. Y el que se narraban las 5 noticias más importantes del día anterior o del mismo. Los podcasts ayudan muchísimo a que la información sea escuchada por personas en el carro estudiando o haciendo otra cosa, escucho, importa si están como que te motiva o motivo de alguna otra manera. Aquí le el contenido es muy preciso y exacto. En cambio, en la nota depende como que se explaya más e incentiva la curiosidad del propio lector. Yo creo que sí, es importante, El comercio también tiene su podcast.

Sin embargo, hubo un tiempo donde la Republica ya no producía más este contenido. Actualmente, ya hay personas encargadas de esto netamente y facilita la producción de trabajo.

En ese sentido, considero que esta generación se alimenta de las redes sociales y estoy totalmente segura de que cualquiera está suscrito a un medio.

Entrevista 5

RPP

1. ¿De qué manera consideras el conocimiento como una habilidad que describe al perfil del periodista?

No creo que el conocimiento describa específicamente el perfil del periodista. Creo que es parte de que debería estar dentro de un perfil porque tiene que tener varias características, tiene que tener conocimientos, habilidad de expresión. Son muchas cosas, en realidad, que hacen a un periodista como tal para pueda hacer un buen papel. Como te decía no creo que el conocimiento sea la habilidad que describa al perfil del periodista.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que requiere un periodista para destacar profesionalmente en su perfil?

Ya mira comenzando con trabajar en equipo, depende bastante de en qué área estás. Si estamos hablando justamente en el momento en el estás en cancha y dependiendo también en donde está trabajando. La mayoría de veces un reportero o un periodista tiene que hablar con una persona que es superior a ella, en este caso la persona que está encargada de la Mesa de trabajo. Tú tienes que tener una comunicación efectiva con ellos y con tus compañeros. Por ejemplo, si estamos en una cobertura como lo fue el día domingo de Alejandro Toledo en esas oportunidades, si tienes que tener una comunicación con todo el equipo que está cubriendo los otros puntos porque yo puedo estar como me tocó acá en la base del Rímac y mi compañera puede estar en Tacna y otra compañera estaba en el aeropuerto esperando. Entonces mi compañera apenas sale en este caso, el helicóptero tiene que avisar a todos los compañeros que ya está viniendo hacia la base del Rímac para poder estar atenta y tener la habilidad, en este caso, la rapidez de avisar apenas sale de la base para que se vaya hacia el juzgado. De esa manera, tenemos la comunicación con todo el equipo, en otros casos no. Todo va a depender de la situación porque hay, por ejemplo, comisiones donde uno se vale por sí mismo. Ahora, con otros periodistas de otros medios, también tienes que tener una comunicación porque hay periodistas que llegaron mucho antes que tú a una comisión entonces de ellos basas en lo tú que has llegado tarde, más o menos para evaluar la dinámica. No porque hay que pensar bien comisiones que también son bastante estructuradas y al final las preguntas donde entran los reportes. Creatividad, tienes que tener bastante a veces uno piensa que la creatividad está lejos de un perfil de periodista, eso es mentira porque, por ejemplo, para poder hacer preguntas en las comisiones donde te dicen, no necesito que solamente hagas preguntas de esta comisión,

tienes que tener también el conocimiento y la creatividad para crear una pregunta de este tema que te dicen al tema que tú quieres.

Otro, tienes que adaptarte a la situación porque un periodista y esto que quede tiene que saber de todo tiene que hacer de todo No siempre vas a hacer política, no siempre vas hacer deporte, ni espectáculos. En la época en que estuve en la República específicamente para lo que son medios de comunicación, en este caso era Facebook, porque las transmisiones son en Facebook. Yo hacía de todo, hacía espectáculos, casos sociales, ayuda, actualidad política, policiales, entonces mira, allí solo menciono 6 temas. Y los temas variables, porque también incluso en esos momentos hice deporte. ¿Entonces un periodista tiene? Que saber de todo y hacer de todo porque de nada te sirve simplemente basarte en uno solo a menos que ya te estés especializándote en una sola área, como por ejemplo política y que solamente te especialices allí. Ahora que estoy en Rpp, me voy más por la política, pero hay momentos que me envían a hacer comisiones de actualidad y tienes que encontrar la noticia en cada caso y ahí es donde tú tienes mayores elementos para tu despacho. En realidad, un periodista tiene que tener muchas habilidades, no solamente se va a basar en una.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

Creo que el desempeño laboral es importante en todas las carreras, no solamente en el perfil del periodista. Tú puedes hacer un despacho simple y sencillo, pero si tú le pones definitivamente un poco más empeño. Tu despacho va a ser mejor. No sé si has escuchado reportes de periodistas que son muy vagos. Por ejemplo, una nota policial sale en el canal 2, en el canal 4 y en el Canal 9, pero cada 1 lo maneja de manera diferente y le pone el énfasis que cree necesario. Uno puede pensar, por ejemplo, en un robo, él dice, solamente fue un robo y robaron tanto, el otro, dice. Fue un robo, robaron tanto y le afectó económicamente a la familia porque había pedido prestado y el otro menciona, fue un robo, les afectó económicamente porque había pedido un préstamo y ahora su hijo no va a poder ir a la Universidad. Entonces ahí te das cuenta cuál es el que más te llama la atención porque la noticia tienes que hacerlo poco más humana. Entonces, el desempeño laboral tiene que estar sí o sí dentro del perfil del periodismo porque no puedes algo muy lineal, tienes que hacer que tu despacho de la mejor manera y que atraiga al espectador.

4. ¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias del perfil del periodista?

Lo reflejas en tu despacho. El conocimiento lo vas a reflejar en tu despacho porque esos datos que tú tienes que otro no tiene, es lo que hace diferente tu despacho y lo que llama la atención también del oyente porque uno se puede simplemente quedar en los hechos. ¿Cómo pasó con Alejandro? Toledo, que hacen el hecho de el traslado de la gripa en helicóptero al cuartel y del cuartel a Tacna. Luego al Cuartel y Barbadillo. ¿Pero tú tienes el dato de qué? En el 2017 del cuartel Barbadillo, trasladado en el 2017 Ollanta Humala de julio y lo mismo pasó con Pedro castillo y eso lo mencionas en tu despacho el oyente ya tiene algo más que este que también le va a dar claro que también te va a dar conocimientos a ti.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?

Es necesario que un periodista sepa manejar nuevas tecnologías porque ahora todos los medios están utilizando las transmisiones de Facebook, en Tiktok, subir, por ejemplo, un extracto de una noticia a Instagram lo más relevante o a Tiktok que éste también de una forma más rápida de llegar y captar al público. Ya tienes otras plataformas, es necesario porque algún momento te pueden decir hazme una transmisión en Tiktok tú no sabes ni siquiera sabes o necesitas, por ejemplo, en ese momento editar un vídeo y tú no sabes cómo editar un vídeo en tu celular porque el celular ahora en el periodista es una de sus herramientas más importantes con esto se basa en la comunicación, conocimiento, tiene para grabar imágenes, tiene todo.

En mi momento cuando estaba en la Universidad, recién se estaba implementando el uso de las nuevas tecnologías, dije en este caso, que incluso se estaban viendo estudios de cómo se utilizaban los memes para ciertas cosas, eso era lo más novedoso en el momento en el que yo estudié. Cuando yo entro a trabajar a la República, yo ya tenía conocimiento de cómo realizar una transmisión en Facebook. Pero eh, sí, necesariamente me tuvieron que instruir como realizarlo, cómo hacer el copy porque también hacer este copy del Facebook no es lo mismo que un titular, que es una bajada, es completamente diferente. Tienes que utilizar otros elementos para poder llamar al público a tu público objetivo en este caso. Sí recomiendo a los nuevos periodistas que tengan un conocimiento más amplio de esto porque hay varios periodistas que no lo tienen.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil del periodista?

Importante por ejemplo fácil cuando un ministro declara te va a decir demasiado chamullo entre todas las respuestas que tú quieres, tienes que tener esta capacidad para poder analizar sus palabras, incluso poder hacer la repregunta. ¿Entonces usted está de acuerdo con esa medida? Hacerle las repreguntas y las que vayan a la yugular. Para eso tienes que estar atento a lo que dice. Si tú no estás atento a lo que dices. Tampoco no vas a saber que preguntarle, ¿Cómo seguir la entrevista?

Ahora más que el análisis, también en lo que sería es la síntesis. Porque cuando tu terminas un despacho tienes que terminar este despacho con al con la pepa, con lo importante que haya dicho que en este caso la persona o con lo que ya había pasado, entonces todo lo que has dicho en tu despacho de 3 minutos en los 2 minutos tienes que hacerlo en 5 segundos o 10 segundos al final es como una forma de cierre. Ahora hay despachos también cómo te mencionaba que no duran un montón, dura 1 minuto y medio o a veces 1 minuto como máximo para temas como son la radio, pero cuando es en este caso el Facebook o una transmisión en Facebook, una transmisión en TikTok al ser tan larga esta transmisión al haber tenido tantos elementos, tienes que también saber sintetizar al final qué es. ¿Cuál es la noticia? ¿Cuál es la pepa? qué es lo que has estado informando durante todo esto para que la persona que se conecten los últimos minutos sepa en qué noticia consistía ello.

8. ¿Y, cómo va la interpretación en ese caso?

Igual vas de la mano. En este caso la interpretación los periodistas evitamos realizarlo porque lo que nosotros hacemos es una información verídica y lo más al margen de nuestra opinión. O sea, tratamos de no interpretar las palabras de alguien porque tú lo puedes interpretar de diversas maneras, lo que tú tienes que hacer es saber enviar este mensaje al oyente a la persona público a la que estés dirigiéndote. Algunos creen que interpretar es, por ejemplo, para pasear y no. ¿Es así? O sea, no es lo mismo, no son sinónimos. Interpretar es la forma en como lo tomas y en lo que es este parafrasear es irte a muy ceñido a lo que haya dicho esta persona. Entonces, eso sí es cierto, hay algunos que se toman esta libertad de interpretar algunas palabras, pero evitamos hacerlo este la mayoría de ocasiones porque a veces juega en contra y al final no fue lo que dijo esa persona, sino tú lo interpretas de esa manera. Hay ocasiones que sí se prestan, como por ejemplo cuando los congresistas lanzan como que algunas frases como: Le salió el tiro por la culata o esas personas que están buscando que el gobierno sea una anarquía, como dijo la presidenta. Lo dice todo si explícitamente y de esta manera al menos se lo está diciendo directamente a sus retractores, a las personas que quieren que ella salga del poder. Uno tiene

que tener conocimiento también atrás para saber, pero evitamos interpretar en la mayoría de ocasiones, a menos que sean frases muy tocadas como las que estoy mencionando, que ya son muy puntuales, incluso las llevan a repetir en varias ocasiones.

9. ¿Ahora, de qué manera la objetividad forma parte del perfil periodístico?

Tienes que ser muy objetivo en las comisiones que estés porque tú puedes estar en una comisión donde va en contra de tus creencias, pero eso no tiene nada que ver contigo. ¿Cómo pasó, por ejemplo, para Semana Santa? Hay mucha gente iba a las misas y tantas cosas y hay que ser muy objetivo con información que entregas ya que hay personas, hay fieles que están yendo a la iglesia. Jueves, sábado, domingo que van a cierta iglesia desde hace mucho tiempo y que ese los rituales que hacen, las procesiones, que Las Palmas ese tipo de cosas. Entonces, lo que tú piensas en este caso y la forma en cómo te sientes no debe interferir en tu despacho. Tiene que ser muy efectivo con lo que digas, no pueden tus creencias, tus ideales no pueden interferir en eso. Si no eres, una persona simpatizante con el gobierno, no puedes despotricar contra el gobierno. Entonces, si tú no eres objetivo vas a terminar siendo y espero que no se malinterprete mi expresión como aquellos pseudo reporteros que se paran fuera de Palacio de Gobierno a despotricar contra la prensa tradicional. Pierdes el objetivo totalmente de lo que pasó porque estás con tus creencias políticas. Esto no, creencias políticas, creencias religiosas, tu forma de pensar, la forma en que llevas el estilo de tu vida no puede interferir en los despachos o lo que vayas a realizar.

En mi experiencia, en su momento tuve un choque fue ya al final del último de trabajo, pero este para esto yo ya lo sabía. Como reportero, como periodista y como persona, tiene que saber en qué lugar está trabajando. Para esto, yo ya sabía cuáles eran los ideales de la República. ¿Cuáles era su línea editorial? Con respecto al gobierno actual, a los gobiernos anteriores con respecto al Gobierno de Fujimori, entre otros temas. Entonces, con respecto a los religiosos, incluso yo acepté el trabajo bajo esos términos. Por lo tanto, la forma en cómo pensaba y cómo trataba a las noticias, cómo ya había planteado esa línea editorial no tenía por qué chocar con mis creencias. Si el caso lo hizo en su momento, yo continué siguiendo esta línea editorial porque yo sabía en qué medio estaba trabajando. Y, creo que todas las personas tienen que saber para qué personas, sobre todo que creencias tiene el trabajo en el que están desempeñándose. Ahora, sí es cierto que hay periodistas que han renunciado incluso por la forma en cómo se trataba a ciertos temas en los medios de comunicación. Eso sí, es cierto, hay medios de

comunicación que tienen una línea editorial muy definida y para esto como te mencionaba desde el principio, uno tiene que saber en qué medio está trabajando y cuál es su línea editorial

La objetividad si forma parte del perfil del periodista.

10. ¿Cómo el entorno digital ha transformado el uso del hipertexto en el trabajo periodístico?

La web se alimenta básicamente de lo que el reportero vaya a informar esto te lo puedo contar más por el tema de los zorros madrugadas en este caso el medio en el que estoy trabajando ahorita porque depende de la comisión que cubra, que usualmente en la madrugada son policiales. Web me pide que por favor les pase en ese caso la información, que les pase el parte del policial, que les pase algún dato relevante o importante para que puedan colocarlo en la página de RPP. Lo mismo ha pasado con la República, lo que se alimenta es de los reporteros o incluso de las personas que están en una oficina realizando estos artículos ya para web que tienes que llamar o bueno llaman a la fuente en sí o alguna fuente cercana para que les pueda contar más detalles, igual a pesar de ser virtual tiene una persona, una fuente humana. Que dar toda esta información.

En lo que es web hay hipertextos que vinculan a otros artículos anteriores que finalmente terminan nutriendo, finalmente terminabas revisando aproximadamente 5 a 7 artículos que tenían que ver con las últimas horas. Esto, por ejemplo, es una gran herramienta para que una persona, un lector se enganche a tu página a través de un tema y termina revisando y haciendo clic a otros y obviamente te va a beneficiar a ti como empresa.

11. ¿Consideras que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

Sí, porque no te habló hace menos de 5 años que mandaban a los fotógrafos a realizar estas coberturas con el periodista. Ahora el periodista tiene que hacer esta labor de fotógrafo, obviamente teniendo conocimientos previos para poder tomar una fotografía con el celular, herramienta de trabajo que ya he mencionado y que de esta manera puedan subirlo a su web. Hay ocasiones muy específicas donde sí todavía se necesitan fotógrafos, por ejemplo, RP PP ya no cuenta con fotógrafos. Te lo digo así con ejemplos claros. La República, el comercio y Hildebrand en sus 13, son 3 de los fotógrafos que usualmente ves comisiones, ello por el tema de que todavía mantienen su versión e impresa. Por eso que todavía también mantienen a los fotógrafos. Pero, la mayoría de medios de comunicación que ya no tienen esa versión impresa,

ya pasaron a la actualidad, se han mudado a estas nuevas plataformas, están utilizando que lo están pidiendo los reporteros que este graben con su celular lo que fue. El beneficio es que es más rápido y menos personal. Lo malo es que la calidad de imagen es completamente diferente y el ojo de un fotógrafo completamente diferente al ojo de un fotógrafo. Por eso, y también es uno de los hechos que los camarógrafos van a prevalecer, por más que en los medios de comunicación intentan de alguna manera suplirlos con celulares y aun así sea un Iphone no va a poder lograr lo que una cámara lo puede hacer. Entonces tiene su pro y su contra finalmente.

Mientras los diarios impresos mantengan su versión física, los fotógrafos van a continuar, que es algo que posiblemente ya no pase porque incluso hay medios como lo que es exitosa que por su monto por momentos sacó y también caribeña sacó su versión impresa y al ya no tener tanto público tanto tiraje, tuvieron que cerrar su versión impresa. Es por eso que la mayoría de medios de comunicación tienen diferentes plataformas, ya no se quedaron con una si no se mudaron a varios.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de la creación de video en el periodismo?

Bastante, porque como te mencionaba los vídeos usualmente eran realizados por camarógrafos. Los videos que veíamos en televisión eran usualmente era bajo ellos, pero ahora lo que se hace en algunas ocasiones es ser cambiado por un celular, grabaciones por el celular, grabaciones en el momento antes, por ejemplo, tú no veías en pantalla grabaciones en vertical. Entonces ahora que tú veas en vertical es porque justamente un ciudadano tomó su celular y grabó el momento en el que se está incendiando una casa o en el momento en el que se volcó el camión. Entonces, estas imágenes quedan, y este definitiva, es una herramienta que se está apoyando a varios, no suplirle labor del camarógrafo. Porque no es la misma calidad, no se va a igualar.

Por ejemplo, cómo te mencionó en la República tienes que grabar, a veces tienes que editar el mismo vídeo, porque incluso cuando tú grabas como era bajo un micrófono para el lado, yo hice. ¿A veces tiene una forma, pero o sea como qué? No cuadra, 66 cuadas del. ¿Cual y 1 tiene que hacer esta edición en el mismo teléfono lo más lo más rápido es este inmediato, sobre todo porque llegar todavía sala, el lugar donde trabajas y prender la computadora y estará el vídeo ya para eso alguien más lo hizo Entonces la edición de vídeo ahora se puede decir que si es importante.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta el entorno digital del periodismo?

La

radio siempre va a ser lo más cerca hacia el ciudadano. Eso sí, la radio y lo vas a escuchar. En todos lados en la Combi, en los taxis, incluso en tu mismo celular porque ya viene predeterminado a la radio. En otros no, pero es uno de los medios que más rápido va a llegar y que menos probabilidades tiene de caerse en alguna tragedia. Ahora lo entiendo yo trabajando en radio porque en televisión puede estar pasando o no puede estar pasando nada, pero lo más inmediato es la radio. Te van a escuchar los taxistas. Sí, soy testigo de que te sigan escuchando taxistas todavía a. RR PP, por ejemplo, porque no todos tienen esta capacidad de tener algo más moderno o una pantalla donde puedas transmitir tus videos de Youtube en el carro, pero no, pero la radio es el elemento más factible de poder llegar a un público en la radio te escuchan en el cerro de escuchar en la ciudad, provincias, regiones, entonces es este. es uno de los medios de comunicación, creo yo que menos va a sufrir en estos cambios de tecnología, de impactos tecnológicos, porque incluso todavía hay aplicaciones que te dan radio. Y, en el caso de RPP ya ha creado una aplicación que junta todas sus radios. Y, que incluso en una de las radios que es “Zona Mix” pasan a los titulares de RPP. Entonces, ya te imaginas obviamente siempre va a tener que actualizarse si, pero siempre la vas a tener en la mano.

El periodista siempre va a alimentar la información que se va a realizar, o sea que se va a emitir a través de los medios de comunicación. A pesar de que estén creando ahora nuevas nuevas inteligencias artificiales que pueden ser de conductoras o reporteras porque no va a ser lo mismo porque una inteligencia artificial no te va a poder hacer una pregunta o no te vas a poder sacar temas incluso como lo que vemos ahorita en periodismo de investigación. Gracias a eso nosotros nos basamos o pasamos nuestra agenda semanal con esos reportajes periodísticos. Entonces, el periodista siempre va a tener este papel de al menos ser la voz de todo el ciudadano que se pregunta por qué, porque la autoridad hace esto o porque no hace incluso de llevar la denuncia de un pueblo, de una sola persona o la labor de ayuda de una persona que necesita ser trasladado a un hospital y que no se puede. Siempre el periodista va a estar ahí y obviamente que su perfil va a ir evolucionando, sí, pero va a estar siempre basado en conocimiento en lo que es esfuerzo, síntesis, la forma en cómo le llega hacia el público y, sobre todo la elocuencia.

Entrevista 6

El Comercio

1. ¿De qué manera consideras el conocimiento como una habilidad que describe el perfil del periodista?

Ya ahí mi respuesta es que efectivamente los periodistas debemos tener una noción y un conocimiento sobre los temas en la cobertura de la cual nos desempeñamos. Creo que es un pecado que un periodista que quiera cubrir algún sector no tenga, al menos, nociones básicas del mismo. Viéndolo así es muy importante, es muy relevante el conocimiento como parte del ejercicio periodístico, No obstante que también se debe o debemos reconocer y admitir que nosotros, como periodistas no es que lo sepamos todo sobre el tema en porque para eso están los expertos. Sabiendo incluso sobre el sector o sobre el tema que desarrollamos, no somos expertos sobre el mismo. Por eso que somos periodistas y por eso es que buscamos aclarar el tema y hacer las preguntas, entonces es así de claro, sabemos cosas, pero no sabemos a un nivel de expertis porque no hemos estudiado. Para ellos somos periodistas.

2. ¿Cuáles son las habilidades blandas que se requieren para tener para destacar un perfil profesional?

Yo creo que una de las más importantes es tener empatía. Hasta cierto punto en la propia relación que demande el ejercicio periodístico. Eso lo tomo como fundamental porque no es sólo como te relacionas con tus colegas, sino cómo te relacionas con tus fuentes, saber en qué momento es oportuno hacer una entrevista, en qué momento hacer una pregunta. También porque en un caso si hay una persona que está sufriendo por algún mal, por ejemplo, el periodista vaya y no tenga esa empatía, sensibilidad puede hacer que pregunte cualquier cosa, no oportuna. Entonces asumiendo, creo que la empatía es importante. Después uno tiene que ser siempre exhaustivo en su forma de trabajar, de investigar, y esto porque nosotros tenemos la responsabilidad de que nuestro trabajo debemos informar lo más cercano que estemos a lo objetivo y veraz, entonces es algo que no podemos dejar a la ligera, no podemos presentar una información sin poder contrastar varias fuentes que validen ello. Entonces, eso nos demanda ser exhaustivos y arrancaría con esas que son más importantes.

3. ¿Cuál es la importancia del desempeño laboral en el perfil del periodista?

Mi respuesta sería que no es sencillo y la razón fundamental para eso es que como nosotros estamos con información, la información es cambiante en todo momento. Te pongo un ejemplo, en la mañana arrancas con una información y para la tarde ya es otra porque una fuente oficial públicamente, manifestó, lo cambió su versión posterior. Información adicional. Entonces ya cambió todo el hecho de que la información sea tan rápida de actualizarse hace que nuestro trabajo no sea sencillo, sino que tiene que demandar. Estar muy atento, digamos, no un trabajo que yo creo que no descansa este cualquier periodista creo que te podría decir que no es que termine el día y ya haya pueda cerrar tranquilamente tu máquina. El trabajo sigue, tenemos un ejercicio muy claro, que es que nosotros terminamos el día y nos ponemos a pensar que hacemos al día siguiente o qué cosas pueden pasar al día? Entonces, ya con eso te digo que ni el día termina, ya estamos pensando cómo va a hacer mañana, no, entonces es un trabajo bien cansado, exhaustivo de seguimiento. Pero es un trabajo dentro de todo que debemos hacer con mucho gusto, con convicción porque si no se vuelve suplicio. Con esto no quiero romantizar mucho la profesión porque por supuesto, algunos días en los que tú ya no quieres hacer nada, como pasa en cualquier trabajo y días en los que simplemente ya no te da más el cuerpo, la vida o prefieres priorizar a tu familia, entonces es cierto, es vocación, es esfuerzo, pero no romanticismos, como que como que fuera, pues el mejor oficio del mundo, como todos tienen sus pros y sus contras.

4. ¿Cómo se refleja el dominio de contenidos dentro de las competencias como periodista?

La mejor forma de plasmar un dominio de contenido o de tema es al momento de evaluar el entregable, yo le llamo entregable a la nota que has terminado de hacer en el día, al informe de televisión, es la prueba más fácil de revisar para saber cuál es tu dominio. Porque ese material tiene que demostrar que no deja ningún cabo suelto, que muestra toda la información que esperabas encontrar, absolver las preguntas básicas que nos enseñan al periodismo. Pero además, el desarrollo, para mí es muy importante, que el desarrollo del contenido sea fluido y entendible, por lo menos yo que hago prensa escrita estar, pegar texto al texto en una nota y poner, acotó, elaboró, señaló. Puedes resolverte el día, pero no es este no te muestra un dominio, no, o sea, tienes que saber cómo conectar las ideas, hacer un texto fluido. Finalmente, nosotros nos debemos a quienes nos leen y quienes nos leen tienen que ver en el texto, además de dominio atractivo entretenido.

Acudes a los expertos, quienes son los expertos en el tema, normalmente siempre lo hacen porque tienes que acudir a fuentes consultadas para tu nota o para tu análisis. Pero, si el tema escapa de tu expertise, estás en la posibilidad clara de decirle a tu superior sea editor, su editor responsable de que no sientes dominio del tema y que por una cuestión de responsabilidad con el trabajo y con el contenido que el diario está en obligación de ofrecer. Prefieres no hacerlo o no. En la práctica, tu superior, tu propio editor sabe que temas uno domina entonces al momento de asignar.

5. ¿Cómo influye el manejo de las nuevas tecnologías para determinar el perfil del periodista?

Bastante. Lo que suceda en redes te puede cambiar la agenda en todo momento para el trabajo periodístico. Pero también lo que tú pongas en redes puede cambiarte la vida en cualquier momento, y con esto hablo siguiéndome exactamente el ejercicio periodístico que es, si tú tienes una primicia y la sueltas en Twitter y termina confirmándose esa primicia siendo acerca a los reales. Te ganaste por encima de otros medios y tu perfil en redes se alimenta como perfil de una persona con credibilidad. Pero si después haces algo que no que va en detrimento de ellos, también lo pierde rápidamente, entonces las redes yo creo que han venido a ser como una posibilidad de que como periodista desarrollemos perfiles independientes, personales. Pero también tienen que ser igual de meticulosos, como cuando nosotros vemos nuestro trabajo, nuestras notas, no públicas, cualquier cosa en un periódico tampoco publicaría cualquier cosa en tu red personal.

6. ¿En qué medida la capacidad de análisis es un factor importante dentro del perfil de periodista?

Es importante porque hoy en día, teniendo en cuenta que lo informativo lo ves en todos lados, o sea mañana Dina Boluarte dice que va a sacar un paquete de medidas económicas por me invento 8, 8000 millones de soles. Es informativo ya lo tiene todo el mundo, las reacciones, las áreas de televisión, todos tenían acceso a esa inmediatez y lo ponen en sus webs en su. O sea, lo difunden rápidamente porque es a lo que llegas, no sabes a lo que te, a lo que a lo que rápidamente puede sacar, pero lo que hagas de ahí en adelante ya es parte de la propia capacidad que tenga el periodista de darle la vuelta a la noticia. Por ejemplo, si ella te dijo que se han destinado 8000 millones para emergencias, está en el periodista ver ya, pero esta no es la primera vez que estima en 8000 millones de soles, este ya lo han hecho el año pasado, entonces

acumulan 50000 millones en medidas. Ya le diste la vuelta con el propio análisis que tú has hecho solo con la información que tú manejas, el dominio que tienes, creo. Entonces, es una nota como anuncio de Dina Boluarte se suma a medidas previas que a la fecha totalizan 50000000. Y ahí quiero hacer un ápice importante parte de esta necesidad de hacer análisis estamos aprovechando de una unidad que trabaja que es la unidad de análisis de datos, la unidad de análisis de datos de El Comercio, ese data lo que hace es que no se queda con el informativo, sino que aprovecha la coyuntura para mediante data sacarte un análisis respecto a temas. Entonces, ya eso es un valor agregado adicional que es un es, es una forma de desarrollar tu propio perfil de periodista que por supuesto está en la medida que tú quieres hacerlo. No hay quienes por supuesto, se dedican solo a hacer la nota, el informativo hay quienes más le gusta, por ejemplo, ya te hago eso, pero también quiero hacer algo más.

7. ¿Cómo puede la interpretación ser determinante para el perfil del periodista?

A ver voy a revelar una respuesta. Me imagino que es que nosotros desarrollamos nuestra capacidad de interpretar al tener el conocimiento para poder conectar ideas, para poder conectar situaciones, para poder conectar con textos en la economía ha pasado bastante en. Yo hago economía, soy editor de la sección de economía del comercio, por ejemplo, cuando te dicen que el sector construcción va a caer en el 2023. Lo primero que haces es pensar en cuál es el peso que tiene con el cálculo de la economía total y entonces te das cuenta que el peso es mayor, por lo tanto, la economía cae, pero si la economía cae, se te cae, el empleo se te cae, la inversión se te caen los sueldos. Cómo te das cuenta si vas conectando un dato inicial con otros datos más generales y sí creo que eso es parte de la. Interpretación que tienen. La capacidad de análisis está de la mano con la interpretación.

8. ¿De qué manera la objetividad forma parte del perfil del periodístico?

Es que sí. No es lo que yo creo que lo fundamental. En el principal. No podemos tomar parte sobre la información que difundimos, tenemos que ser totalmente objetivos y ser objetivo pasa por escuchar a ambas partes porque la información sea sesgada porque procuremos que en una nota el contenido hallamos al menos contrastado con ambos lados, todos los contenidos polémicos. El objetivo es importante dado que nosotros debemos dar una información verídica activa al lector. No sé si influye en la persona, finalmente cada persona más allá de ser periodista, como persona tiene principios, sabes que está bien y que está mal. ¿Cuáles son

ambos lados de un tema? Y en función a tu propio perfil que tú decides en qué línea periodística o línea editorial te sientes más cómodo.

Si tú no estás cómoda escribiendo sobre un tema que el diario o el o la televisión. O cualquier medio este. Tiene un concepto, entonces simplemente puedes declinar y decir este no estoy de acuerdo con esto, no lo voy a hacer. Los diarios y los diarios sí fecha los diarios, porque básicamente yo trabajaba en diarios, es por eso te hablo de diario, pero los diarios, la televisión, en fin, que se rigen por medios por principios periodísticos, permiten esa libertad. No oye yo como periodista no me siento cómodo con esto, no la voy a hacer. Habiendo dicho esto, en la práctica también pasa que digamos si es una obligación, ya le tienen que hacerlo, encuentras términos medios. Te ayudo hasta acá, pero más allá de eso, no, no pienso hacerlo porque no me siento, no siento que vaya con mi línea de pensamiento o simplemente de una vez adviertes por si acaso yo entiendo, estoy de acuerdo con estas cosas.

9. ¿De qué modo el nivel de participación del periodista ha sido influido por el entorno digital?

Sí, yo creo que bastante que tener en cuenta con el entorno digital, la llegada de las redes sociales. Así como pues ahora para los ministros, también para los periodistas, decir una oportunidad de poder mostrarse más allá del de ser solo un periodista del medio. No hay muchos periodistas que ser un medio o sin trabajar para un medio tradicional. Se han convertido en una propia marca. O sea, su propio perfil periodístico y su propio ejercicio periodístico se ha convertido en su propia marca. Nombres no voy a mencionar, pero creo que todos conocemos quienes son. Pero, pero es gracias a las redes a Twitter, en fin, al mundo digital. Entonces, desde esa línea yo creo que si ésta permite darle un poco más de valor al periodista más allá de ser sólo un periodista o un trabajador de un medio. Eso te da esa opción, esa posibilidad.

Sí, yo manejo mi propia marca, pero ahí hay que ser bien diligentes y yo diría que hasta inteligentes al momento de difundirlo. En mi caso personal, por el propio sector en el que desempeño, que es economía, por ejemplo. No tanto por Twitter, que es un medio muy masivo de la información, dónde están los ejecutivos, sector empresarial.

10. ¿Cómo el uso el hipertexto ha sido influenciado por el entorno digital en el trabajo periodístico?

Yo creo que el entorno digital es lo que ha terminado desencadenando el hipertexto o la hipertextualidad. En todo caso, te diría que sí. Hoy en día trabajamos, por ejemplo, los contenidos webs, ya no es solo preocuparte por escribir la nota, sino que la nota tenga conexión con otras fuentes que ya están publicadas. Fuentes, ya conocidas notas previas públicas. Entonces, sí, sí, yo creo que el entorno digital ha llevado a ello.

11. ¿Considera usted que la fotografía está siendo influenciada por el entorno digital en el periodismo?

A ver, las imágenes y los vídeos en plataformas virtuales son bastante usadas, creo que es un soporte para texto, pero ha llegado también un momento en el que el lector de contenidos digitales ya no solo busca texto, sino que a veces prefiere, por ejemplo, las imágenes o el audio. o el video para poder informarse. Yo creo que esto que antes eran soportes para el contenido periodístico que uno podía elaborar se ha convertido ahora también en el contenido mismo, o sea, en el producto final mismo que tú entregas al lector: una infografía, una imagen de la cual puedes un poco desagregar lo que está sucediendo. Un video reportaje. Hoy en día, por ejemplo, hay contenido que son solo con celular, entonces vas abandonando un poco más lo tradicional, que es un texto con titular y bajada que te ayude a terminar haciendo un producto más multimedia. Hasta los Tiktoks que hoy en día también son una plataforma de vídeo que te permite informar.

12. ¿Cómo el entorno digital ha influenciado en el formato de creación de videos en el periodismo?

A ver en la teoría cuando tú te preparas para ser periodista, pasas por todas las todas las plataformas, en la mayoría que es escribir, reportear para televisión y para radio. Cuando te llevan a hacer un video digital, al menos del conocimiento previo, sabes cómo pararte a leer un contenido, como haces para hablar o entonar mientras estás en algún podcast. Esas son las básicas las tienes. Y con eso creo que te puede desempeñar bien al momento de hacer estos vídeos eso es en la teoría, pero en la práctica hay gente también que llegue a las redacciones y no sabe nada de eso, o no sabe cómo funciona el Tiktok, no sabes nada, pero también está en el diario una capacidad para poder motivar a su personal de hacer capacitaciones todos los diarios,

todos los medios, hoy en día te hacen capacitaciones para temas digitales todos este. Es una buena oportunidad. Y ahí se aprende también, entonces el que no sabía o no tenían órdenes básicas, al final las termina teniendo.

13. ¿De qué manera la producción de plataformas de audio en línea impacta en el entorno digital del periodismo?

A ver hoy en día las noticias que no se leen, también se pueden escuchar mediante un podcast. El entorno digital ha hecho que los contenidos también lo podemos hacer, no solo escrito, sino que podamos contar al lector ante un podcast. El Comercio tiene un podcast que se llama Tenemos que hablar y sale todas las mañanas y son dos periodistas del comercio que comentan la noticia más importante del día o la que fue la portada del impreso entonces desde esa línea creo que el audio se ha convertido en un nuevo soporte para la el ejercicio periodístico y que el audio lo pases a una web o a un a una plataforma como Spotify hace que está revolución, o evolución digital, sea provechosa.

Hay un montón de podcast hoy en día, no sólo en Spotify, sino también en YouTube, en varias plataformas. No sólo de periodistas, también de gente que tiene algo que decir, quiere comentar o que simplemente quiere probar cómo funciona la plataforma por supuesto que como periodistas nos diferenciamos de cualquier otra persona que lo haga por el simple. hecho de hacer y divertirse, sino que tenemos una responsabilidad de hacerlo bien.

ANEXO 5

ESQUEMA DE TESIS ENFOQUE CUALITATIVO

Carátula (Tapa)
Datos de la tesis
Dedicatoria
Agradecimientos
Índice
Resumen
Abstract
Introducción

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

1.2.2 Problemas específicos

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

1.3.2 Objetivos específicos

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

1.4.2 Metodológica

1.4.3 Práctica

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Temporal

1.5.2 Espacial

1.5.3 Social

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes nacionales

2.2.2 Antecedentes internacionales

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Bases teóricas de la categoría 1

2.3.2 Bases teóricas de las subcategorías

2.3.3 Bases teóricas de la categoría 2

2.4 Definición de términos básicos

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Las categorías y su operacionalización

3.1.1 Identificación de las categorías y su definición

3.1.2 Operacionalización de las categorías

3.2 Tipo, nivel y diseño de investigación

3.2.1 Tipo de investigación

3.2.2 Nivel de investigación

3.2.3 Diseño de investigación

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

3.3.2 Muestra

3.4.3 Muestreo

3.4 Métodos de la investigación

3.5 Técnicas e instrumentos cualitativos de recolección de datos cualitativos

3.5.1 Técnicas

3.5.2 Instrumentos (Validez cualitativa o rigor científico)

3.6 Técnicas de procesamientos de datos

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Descripción de los resultados

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Interpretación de los resultados y comparación con los de otras investigaciones

CAPITULO VI

CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

6.2 Recomendaciones

REFERENCIAS

ANEXOS

Anexo 1

Líneas de investigación

Anexo 2

Matriz de consistencia

Anexo 3

Instrumento

Anexo 4

Transcripción de las entrevistas

Anexo 5

Esquemas de la tesis

Anexo 6

Validación de los instrumentos

ANEXO 6
FICHAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO
CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Víctor Miguel Valdez Orriaga

Magíster

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresado de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá la titulación respectiva.

El título de la investigación es: *Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022*, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de categorías y subcategorías.
- Matriz de coherencia
- Matriz de operacionalización de las categorías
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario para la entrevista y/o Ficha de observación).
- Ficha de evaluación de experto.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma del alumno

Ficha de validación del instrumento/juicios de expertos**1.DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y nombres del experto:** Víctor Miguel Valdez Orriaga
1.2 Grado académico: Magister
1.3 Cargo e institución donde labora: Docente universitario – Universidad Jaime Bausate y Meza
1.4 Título de la investigación: Análisis del perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022
1.5 Autor del instrumento: Valeria Ximena Santos Vera
1.6 Nombre del instrumento: Recolección de datos - Entrevista
1.7 Criterios de aplicabilidad:

- 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
- 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
- 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
- 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
- 5) De x41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

I. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	

7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las categorías, subcategorías e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total					12	35
Total						47

- Promedio de valoración: 47
 - Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar
- Lugar y fecha: Jesús María, 17 de marzo de 2023



Firma del Juez validador

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Christian Schuncke

Magíster

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresado de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá la titulación respectiva.

El título de la investigación es: *Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022*, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de categorías y subcategorías.
- Matriz de coherencia
- Matriz de operacionalización de las categorías
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario para la entrevista y/o Ficha de observación).
- Ficha de evaluación de experto.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma del alumno

Ficha de validación del instrumento/juicios de expertos

1.DATOS GENERALES:

- 1.7 Apellidos y nombres del experto:** Christian Schuncke
1.8 Grado académico: Magister
1.9 Cargo e institución donde labora: Docente universitario – Universidad Jaime Bausate y Meza
1.10 Título de la investigación: Análisis del perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022
1.11 Autor del instrumento: Valeria Ximena Santos Vera
1.12 Nombre del instrumento: Recolección de datos - Entrevista
1.7 Criterios de aplicabilidad:

- 6) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 7) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 8) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 9) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 10) De x41 a 50 (válido, aplicar)

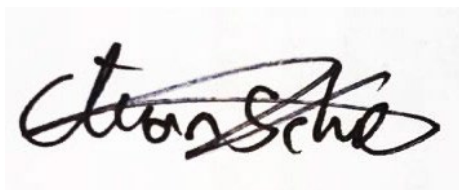
1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.				X	

7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las categorías, subcategorías e ítems.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías				X	
Sub Total					36	5
Total						41

- Promedio de valoración: 41
 - Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar
- Lugar y fecha: Jesús María, 26 de abril de 2023



Firma del Juez validador

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Cecilia Lévano Zegarra

Doctor

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, y, así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo egresado de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, requiero validar el instrumento con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación que me permitirá la titulación respectiva.

El título de la investigación es: *Análisis del perfil del periodista en el entorno digital, según profesionales de los medios La República, El Comercio y RPP, Lima -2022*, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes expertos para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su experiencia profesional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de categorías y subcategorías.
- Matriz de coherencia
- Matriz de operacionalización de las categorías
- Instrumento de recolección de datos (Cuestionario para la entrevista y/o Ficha de observación).
- Ficha de evaluación de experto.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma del alumno

Ficha de validación del instrumento/juicios de expertos

1.DATOS GENERALES:

1.13 Apellidos y nombres del experto: Cecilia Lévano Zegarra

1.14 Grado académico: Doctor

1.15 Cargo e institución donde labora: Docente universitario

1.16 Título de la investigación: Análisis del perfil del periodista en la evolución digital de los medios La República, El Comercio y RPP en el año 2022

1.17 Autor del instrumento: Valeria Ximena Santos Vera

1.18 Nombre del instrumento: Recolección de datos - Entrevista

1.7Criterios de aplicabilidad:

11) De 01 a 10 (no válido, reformular)

12) De 11 a 20 (No válido, modificar)

13) De 21 a 30 (válido, mejorar)

14) De 31 a 40 (Válido, precisar)

15) De x41 a 50 (válido, aplicar)

1.Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
------------	---------	------------	--------------	------------------

III. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.				X	
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.				X	
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X

7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				X	
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las categorías, subcategorías e ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total					20	25
Total						45

- Promedio de valoración: 45
 - Opinión de Aplicabilidad: Válido, aplicar
- Lugar y fecha: Jesús María, 15 de abril de 2023



Firma del Juez validador