



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

ORTIZ SÁNCHEZ, CLAUDIA CAROLINA

ASESOR:

Mg. Castillo Hilario, Mario

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
Ortiz Sanchez Claudia Carolina
cuyo título es: "El perfil profesional para ejercer periodismo
en el entorno digital según los periodistas de la web
del grupo la República 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas
por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13 (número)
TRECE (letras).

Lima, 05 de diciembre de 2018.



[Signature]
PRESIDENTE

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

A Esperanza, Manuel, Alberto y
Rosa, por la vida, la paciencia,
el apoyo y creer en mí.

Agradecimientos

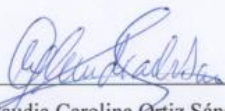
A Rider Bendezú por las enseñanzas y creer en mí. A mis asesores Mario Castillo, Ernesto Carrasco y demás colegas por compartir sus conocimientos y despejar mis dudas.

Declaratoria de autenticidad

Yo, Claudia Carolina Ortiz Sánchez, estudiante de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 47502502, con la tesis titulada “El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018”

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada. De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.


Claudia Carolina Ortiz Sánchez
DNI: 47502502

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Dando cumplimiento a las normas del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento la tesis titulada: “El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas del Grupo La República, 2018”, con muestra de 57 periodistas de dicho medio de comunicación.

La Autora.

ÍNDICE

Acta de aprobación	II
Dedicatoria	III
Agradecimientos.....	IV
Declaración de autenticidad	V
Presentación	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos previos	11
1.3. Teorías relacionadas al tema	15
1.3.1. Variable.....	17
1.3.2. Dimensiones.....	18
1.3.3. Conceptos.....	19
1.4. Formulación del problema:	24
1.4.1. Problema general:	24
1.4.2. Problemas específicos:.....	24
1.5. Justificación del estudio	25
1.6. Hipótesis.....	26
1.6.1. Hipótesis general:	26
1.6.2. Hipótesis específicas:	26
1.7. Objetivos	26
1.7.1. Objetivo general:	26
1.7.2. Objetivos específicos:.....	26

II. MÉTODO	28
2.1. Diseño de investigación	28
2.2. Operacionalización de la variable.....	28
2.3. Población y muestra.....	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	30
2.4.1. Técnicas	30
2.4.2. Instrumento de recolección de datos	30
2.4.3. Validez del instrumento	31
2.4.4. Confiabilidad del instrumento.....	31
2.5. Métodos de análisis de datos	33
2.6. Aspectos éticos	33
III. RESULTADOS	34
DISCUSIÓN.....	46
CONCLUSIÓN	49
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS	52
Anexos	55

RESUMEN

El trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República. La tesis es de nivel de estudio perceptual y de tipo descriptivo simple, de diseño no experimental y de corte transeccional. Tiene una muestra no probabilística de 53 periodistas de la web del Grupo La República. Los resultados afirmaron que para las nuevas características del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital debe tener como parte de su formación haber cursado la carrera de comunicaciones o periodismo, así como conocer sobre el idioma inglés, SEO, Analytics, redes sociales y Tic's. Así como poseer ciertas actitudes y habilidades, como la rapidez para redactar de forma correcta y para seleccionar información relevante; así como la intuición y la curiosidad periodísticas, y el respeto a la autoría.

Palabras claves: Periodismo digital, Medios de comunicación, Periodista, Perfil profesional

ABSTRACT

The main objective of the research work was to determine the professional profile for practicing journalism in the digital environment, according to the journalists of the La República Group website. The thesis is a level of perceptual study and simple descriptive type, non-experimental design and transeccional. It has a non-probabilistic sample of 53 journalists from the La República Group website. The results affirmed that for the new characteristics of the professional profile to practice journalism in the digital environment it must have as part of its formation to have studied the career of communications or journalism, as well as to know about the English language, SEO, Analytics, social networks and Tic's . As well as possess certain attitudes and skills, such as the speed to write correctly and to select relevant information; as well as journalistic intuition and curiosity, and respect for authorship.

Keywords: Digital journalism, Media, Journalist, Professional profile

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A inicios del siglo XXI, los periodistas se proponían encontrar un acontecimiento relevante para, tras el proceso periodístico, enviarlo al editor de sección y que, al día siguiente, en un medio impreso de comunicación, se difundiera la noticia. Sin embargo, la evolución de la tecnología ha obligado al periodista a evolucionar junto con ella.

En el Perú, según David Parra y José Álvarez (2004: 60-61), se introdujo la tecnología y la informática existentes en la elaboración de contenidos periodísticos entre 1985 y 1992, pero no se desarrolló la producción de contenidos propios para difundirse en la web. Luego, hasta 1994, los medios tradicionales ingresaron al mundo digital pero con una clara deficiencia en elementos gráficos. Hasta 1999, se empiezan a agregar contenidos originales y en nuevos formatos, pero es en el año 2000 que nace el periodismo digital, siendo su primera característica la actualización de las noticias. A partir del 2005, los medios de comunicación tradicionales se introducen al campo digital pero ya como modelo de negocio.

Recordemos que el periodismo, desde sus inicios, ha sido cuestionado sobre si realmente se le puede considerar una profesión, calificándolo como un simple oficio inespecífico. Gil (1999) considera que el periodista, hasta hace poco, eran los que informaban, pero con la era digital, esta afirmación se pone en duda.

De este modo, empiezan a abrirse nuevos espacios laborales para dicha área, tales como los editores webs y periodistas digitales, que a la vez deben adquirir nuevos perfiles profesionales para desarrollarse en el mercado laboral actual.

Armendáriz (2015) señala que la persona debe “monitorizar los atributos que desde el punto de vista académico y profesional, sin olvidarnos de las habilidades y actitudes, valoran las empresas a la hora de seleccionar a sus futuros profesionales de la Comunicación” (p.157). Siguiendo esta línea, la periodista española Amaya García afirma: "El periodismo digital no es el futuro, es un apasionante presente". Por ende, es de suma importancia que el perfil profesional del periodista digital se conozca para que las próximas generaciones apuesten por un actualizado aprendizaje.

Los planes de estudio de las carreras de periodismo deben reformularse para lograr adaptarse a las necesidades y a las particularidades del escenario comunicativo actual (Salaverría, 2016). Asimismo, debido a la transformación del periodismo, las empresas exigen un cambio en el perfil profesional de los periodistas: un profesional multitarea, multiplataforma y multisistema (Salaverría y Negro, 2008: 117).

Entonces, es necesario que los profesionales que quieran desarrollarse como periodistas digitales adquieran conocimientos del periodismo tradicional y de la tecnología para reportar, analizar o compartir información con una audiencia cada vez más mundial (Watlington, 2006: 7).

1.2. Trabajos previos

- S Tejedor Calvo, L Cervi, 2017 (pp. 1626--1647)) en su artículo “Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas” tiene como objetivo replantear el enfoque del contenido y la metodología de los planes curriculares. Para lograrlo, se analizaron los objetivos, las competencias, las áreas temáticas, el tipo de asignaturas y la distribución en el currículo académico en un estudio cuantitativa y cualitativa. La muestra fue de un total de 542 asignaturas, de 12 planes de estudios, de 8 prestigiosas universidades del mundo. En sus conclusiones, los autores indican que es necesario replantear los planes de estudio del periodismo utilizando la tecnología. Además, sostienen que los currículos deben impulsar el análisis teórico de los fundamentos, procesos comunicativos y la crítica hacia los nuevos escenarios tecnológicos-comunicativos. Esta investigación afirma que el estudiante de periodismo obtiene en su perfil la capacidad de comprender y gestionar los cambios que produce la era digital, en la que se informa de distintas formas y a través de nuevas plataformas.

El estudio de S Tejedor Calvo, L Cervi, 2017 es válido como antecedente en esta investigación porque afirma la necesidad de que la formación de un periodista en la era digital requiere conocimientos tecnológicos y capacidad para producir contenidos de diferentes tipos

de plataformas. Asimismo, se destaca que es necesario reformar los estudios del periodismo, tal como se intenta destacar al final de este estudio.

- J Schena, R Besalú, C Singla Casellas (2018: 531 a 555) en su investigación “Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles”, tiene como objetivo definir las competencias profesionales más importantes que debe poseer una persona graduada en periodismo para la práctica profesional en el mercado laboral actual. Para lograrlo, los autores realizaron una investigación cuantitativa, en la que se aplicó la entrevista y una encuesta, con preguntas cerradas a un total de 113 profesionales, docentes, estudiantes y gestores del periodismo en España. En sus conclusiones, afirman que el periodista debe añadir nuevas competencias profesionales a su perfil en sintonía con los desafíos propuestos por el cambio tecnológico y social. Además, comprueba que los proyectos educativos deben adaptarse al flujo evolutivo para que los futuros profesionales en periodismo desarrollen el perfil que necesita para su inserción laboral.

Esta investigación es válida como antecedente porque refiere sobre el cambio que deben dar los periodistas en su perfil profesional debido al avance tecnológico, que afecta el mercado laboral actual, lo cual crea la necesidad de que los periodistas posean nuevas competencias profesionales. En tanto, los encargados en formar a los futuros periodistas deben adecuar sus planes de estudio para que el profesional, en el campo, se desarrolle correctamente.

- Falla (2009) en su tesis “Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores” para obtener el título de Comunicadora Social, tiene como objetivo revelar los nuevos conocimientos de los profesionales de la comunicación en periodismo digital y analizar las herramientas de la tecnología que debe saber un comunicador. Para conseguir los resultados, de esta investigación periodística, se realizaron tres entrevistas de opinión a través de videoconferencias a expertos extranjeros, un docente y un profesional con experiencia en periodismo digital. La autora concluye que, en Guatemala, el perfil del periodista en la era digital es más complejo que el del periodista tradicional porque tiene que adquirir conocimientos tecnológicos; y que las universidades no han incluido los planes de estudio

que se requiere para formar profesionales aptos para el área digital. Agrega también que el periodismo del futuro apunta a la difusión a través de dispositivos móviles, lo que representa un gran reto para los nuevos profesionales de la comunicación.

Esta investigación es válida como antecedente porque confirma una evolución en el periodismo debido al avance tecnológico y cómo el perfil del profesional tiene que adecuarse a la actualidad para permanecer en los medios de comunicación que ya innovan en el área digital. Así también, refiere el cambio que tienen que hacer las universidades en sus diseños de estudios para llevar al mercado un profesional capaz de desarrollarse como periodista digital.

- R Ventura et al, 2018 (Páginas 331 a 351) en la investigación titulada “Comunicación Digital Interactiva: valoración de profesionales, docentes y estudiantes del área de la comunicación sobre las competencias académicas y los perfiles profesionales” tiene como objetivo mostrar los principales perfiles profesionales y las competencias digitales que están cambiando o surgiendo en el ámbito de las comunicaciones, tras la implementación de las TIC. Para ello, se realizaron encuestas a estudiantes, profesores universitarios y profesionales de la comunicación, así como entrevistas a profesionales sobre si las competencias académicas y los perfiles profesionales actuales están adaptados a las necesidades de la comunicación digital. Los autores concluyeron que es necesario revisar el estado en que se encuentran las competencias en el ámbito de las comunicaciones y adaptar los estudios universitarios de acuerdo con los avances tecnológicos y sociales. Resuelve también que existe una idea de que el profesional debe adaptarse al entorno digital y aplicar el autoaprendizaje debido a la deficiencia del sistema universitario. Sobre los perfiles profesionales concluye que más importantes que las competencias teóricas es la adaptación al cambio, el aprendizaje autónomo, la especialización digital, la creatividad y el trabajo en equipo.

El estudio es importante como antecedente porque afirma y revela la importancia de desarrollar nuevos perfiles profesionales desde la universidad. Resalta cómo la era digital afecta el sector de las comunicaciones y el perfil de los profesionales tiene que ser analizado para desarrollarlos con nuevos conocimientos y habilidades, que requieren para desempeñarse en el mercado actual y la era digital.

- A Huamán (2017) en su tesis “El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5° de secundaria del colegio Gustavo Ríos 2017-Trujillo” para obtener el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación, tiene como objetivo determinar la relación entre el periodismo digital y el consumo de información en los estudiantes del 5° de secundaria del colegio Gustavo Ríos 2017- Trujillo. Para ello, el autor utilizó una metodología correlacional, en la que aplico una encuesta a 130 estudiantes. En su conclusión, el autor logró identificar las características que contribuye el aumento de consumo de información de los diarios digitales, entre ellas la multimedialidad, interactividad, hipertextualidad, actualización, usabilidad. También, indicó que los estudiantes consumen aquella información que pueda contribuir en su aprendizaje escolar, por ser accesibles e inmediatos.

Este antecedente es válido para mi investigación debido a que refleja la importancia del periodismo digital en nuestro país, desde estudiantes de colegio. Con ello, podemos asegurar que es necesario valorar el perfil profesional del periodista digital, así como el cambio que se debe hacer en los planes de estudio que forman a los profesionales, para que se desarrollen en el mercado laboral con visión a que el trabajo que realizan contribuye en la educación de los escolares.

- Barja L. (2016) en su tesis “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena”, para obtener el título profesional de licenciada en Comunicación Social, tiene como objetivo definir el perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas de El Comercio, RPP y Epena. Para ello, la autora hizo una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, con metodología mixta (cualitativa y cuantitativa), por lo que realizó encuestas y entrevistas a 32 periodistas y 4 editores de plataformas digitales. En sus conclusiones, la autora comprueba que el perfil del periodista digital ha cambiado en el proceso de convergencia de plataformas y existen nuevas habilidades y destrezas que se exigen. Además, señala que han cambiado los aspectos sociodemográficos, como la edad, nivel de estudios y la trayectoria profesional de los ciberperiodistas, así como las rutinas laborales que estos cumplen diariamente en la cobertura y obtención de información.

Este estudio es válido como antecedente porque se asemeja con la tesis actual respecto al perfil profesional del periodista digital peruano. Sin embargo, esta tesis tiene como intención valorar el perfil para aportar a la sociedad y a las instituciones encargadas de formar profesionales, las cualidades más importantes que debe poseer un periodista digital. Cabe señalar que la autora no generaliza sobre el perfil del periodista digital sino analiza a dicho profesional dentro de los procesos de convergencia de plataformas.

- Sánchez L (2007) en su tesis “Evolución del periodismo digital peruano. Análisis de los casos: rpp.com, elcomercio.com, panamericana.com y terra.com (1995-2005)”, para optar por el título de licenciada en periodismo. Para obtener los resultados, la autora realizó entrevistas a editores y periodistas digitales como Juan Carlos Luján y Bruno Ortiz de El Comercio, Pedro Rivas de Perú 21 y Richard Rodríguez de La República. Finalmente, concluyó que la evolución del periodismo digital en nuestro país es lenta y las características propias del periodismo digital en ese momento no eran claras, pues era visto como una réplica del periodismo tradicional y las ventajas pasaban desapercibidas. Además, son muy pocos los sitios web que desarrollan el periodismo 3.0., donde los participantes intervienen en la elaboración de la noticia, y los editores y periodistas digitales no conocen detalladamente qué es lo que quiere su público. Sin embargo, destaca que la información constante genera mayor número de visitas, lo que origina a su vez fidelización hacia el sitio periodístico.

Como antecedente, esta investigación es válida ya que permite ver cómo era el periodismo digital en sus inicios y hacer un comparativo de hace diez años a la actualidad, lo que permitirá también ver la evolución que ha dado el perfil del periodista digital durante este tiempo.

1.3. Teorías relacionadas al tema

Esta investigación está basada en dos teorías, primero tomaremos la de Lasswell (1948) llamada el Modelo de la Comunicación, en la que describe el proceso de la comunicación a partir de cinco interrogantes: ¿Quién? ¿Qué? ¿En qué Canal? ¿A quién? y ¿Con qué efecto? Los investigadores pueden contemplar y estudiar cada uno de estos factores. En el caso del ‘quién’ se enfoca en el comunicador, es decir en la persona que inicia y guía el acto de la

comunicación, siendo este un campo de investigación denominado ‘análisis de control’. Los expertos pueden estudiar el ‘análisis de contenido’ mediante la interrogante ‘qué’, es decir el mensaje que dice o expresa el emisor. La pregunta ‘en qué canal’, permite el ‘análisis de medios’, el cual abarca los medios de comunicación, como la radio, la prensa, la televisión, y otros. Para concentrarse en el ‘análisis de la audiencia’, es preciso ver los factores que incluye el ‘a quién’, que son todos los individuos que reciben el mensaje de un comunicador mediante un canal. Si el enfoque quiere hacerse en el impacto sobre los receptores, lo que permitirá tal evaluación será el ‘análisis de los efectos, de la última interrogante del proceso de la comunicación ‘con qué efecto’.

En tanto, Pamela Shoemaker y Stephen Reese (1965) en su teoría denominada Newsmaking refiere al factor individual de los comunicadores, que incluye la edad, sexo, clase social, educación, valores personales y creencias, actitud política personal, orientación religiosa, valores profesionales. Dicha teoría fue reformulada por Mauro Wolf (1987) en la que añade las rutinas de trabajo como un factor trascendental en la elaboración de contenidos.

Ambos enfoques permiten a esta investigación describir al comunicador, teniendo en cuenta en el campo de investigación el análisis de control, que debe tener determinadas características en su perfil profesional, así como el contexto en el que elabora el mensaje y la forma en la que lo transmite para impactar en el receptor.

En esta línea, se debe tener en cuenta que el comunicador requiere de una formación profesional para construir su perfil profesional, así como cualidades innatas y habilidades adquiridas con la experiencia y la práctica en el campo periodístico tradicional y en la era digital.

De esta manera, la presente investigación enmarca lo planteado por los mencionados autores, teniendo como objetivo definir el perfil profesional de los periodistas digitales del Grupo La República, que posee los siguientes medios digitales: larepublica.pe, elpopular.pe, libero.pe, wapa.pe y aweita.pe.

1.3.1. Variable

1.3.1.1. El Perfil profesional

José Antonio Arnaz (1981,1996) señala que “el perfil profesional es una descripción de las características que debe tener un profesional para abarcar y solucionar las necesidades sociales”. El autor indica también que es necesario que la persona haya seguido un sistema de instrucción para ser considerada como profesional. En ese sentido, sería necesario que un periodista digital haya cursado una carrera profesional.

Arnaz añade una diferencia entre el perfil profesional y el perfil del egresado. Para este último, propone algunos componentes esenciales, como “la especificación de las áreas generales de conocimiento en las cuales deberá adquirir dominio el profesional; la descripción de las tareas, actividades, acciones, etc., que deberá realizar en dichas áreas.; la delimitación de valores y actitudes adquiridas necesarias para su buen desempeño como profesional; y el listado de las destrezas que tiene que desarrollar”.

En tanto, Frida Díaz-Barriga (1999) describe a la variable de esta investigación: perfil profesional, como “un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que delimitan el ejercicio profesional”, desplegándose de esta las dimensiones que se tomarán en cuenta. Agrega que lo importante es “definir una visión humanista, científica y social de manera integrada, alrededor de conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores”.

Arnaz y Díaz-Barriga coinciden en que el perfil profesional se logra al establecer los fundamentos del proceso curricular, siendo esta una etapa dentro de los métodos del diseño curricular.

1.3.2. Dimensiones

1.3.2.1. Formación

Unesco (1956) junto a expertos indican que la formación de los periodistas debe ser de dos tipos: una educación práctica, en lo que respecta a las técnicas de la información, y una educación general que dé a los periodistas la posibilidad de adquirir “un conocimiento lo más amplio posible sobre las cuestiones que hayan de tratar”. De esta manera, se garantiza la calidad de la información que producen los periodistas de cualquier medio de comunicación.

1.3.2.2. Conocimientos

El Centro Internacional para Periodistas (2013) en su Guía de periodismo en la era digital, destaca que la imparcialidad, precisión, relevancia y la información novedosa son los conocimientos básicos que rigen la profesión del periodista, para que, en la era digital, aprenda y entienda de tecnología, plataformas y herramientas.

1.3.2.3. Habilidades

Ramón Salaverría (2005: 30-32) señala que el periodista digital debe poseer dos habilidades: instrumental o tecnológica, relacionada al dominio de lenguajes y aplicaciones informáticos, como el lenguaje HTML y programas de diseño web; y, lingüística, referida a la capacidad de “componer y combinar los nodos hipertextuales de manera que cualquier lector los comprenda y no se desoriente”.

1.3.2.4. Actitudes

Quiroz (2010) refiere que el comunicador debe tener una actitud crítica, propia de la intelectualidad y necesaria para sobrevivir, la cual debe ir de la mano con el trabajo creativo, productivo y eficaz del profesional en cualquier medio de comunicación. La autora señala que el profesional debe asumir los retos que plantea el mercado actual, ofreciendo sensibilidad y talento.

1.3.2.5. Experiencia

Unesco (1956) considera que la experiencia en un periodista demuestra su capacidad de abrirse camino y sus verdaderas condiciones para adaptarse a una carrera profesional en la “un título universitario puede constituir una recomendación excelente, pero en la que un buen

instinto profesional y la calidad de los resultados prácticos constituyen los verdaderos resortes del éxito”.

1.3.3. Conceptos

Para esta investigación, definiremos los siguientes enunciados con el fin de acercarnos al contexto que se estudia:

1.3.3.1. Periodismo

El periodismo ha sido cuestionado sobre si realmente se le puede considerar una profesión, calificándolo como un simple oficio inespecífico. Incluso, la persona que ejerce el periodismo, es decir el periodista no posee deficiencia exacta de la Real Academia Española (RAE). Salaverría pidió a la Academia modificar tal definición, considerando que la actual no estaba acorde con los tiempos actuales. Ante ello, la RAE anunció su intención de revisarlo, sin embargo, la definición sigue siendo la misma desde el 2014: “persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo y “persona profesionalmente dedicada en un periódico o en un medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión” (RAE, 2014).

De otro lado, el periodismo forma parte de la comunicación social y su principal objetivo es el de informar, siguiendo el de generar una reacción en el receptor. Esto se logra a través de un medio, que puede ser impreso, sonoro, audiovisual o de un material multimedia. “La información periodística responde a las preguntas esenciales qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué respecto del acontecer social” (Leñero y Marín 1986).

En tanto, Casero, Ortells y Doménech (2013) concuerdan que el periodista con competencias profesionales es “capaz de realizar diversas tareas y cometidos en el proceso de producción de la información y moverse con fluidez entre los diferentes soportes”.

En concreto, el periodismo sigue y, seguramente, seguirá siendo una de las carreras profesionales más difíciles de definir, pues su complejidad se centra en que para ejercerlo no solo se debe conocer de comunicación, sino también de leyes, economía, derechos humanos, salud, educación, deportes, y más.

1.3.3.2. Periodismo digital

Es un nuevo tipo de periodismo que, de acuerdo con Vin Crosbie (2011), exige un conocimiento totalmente renovado, “una que reconozca todo el abanico de nuevas opciones de las que dispone la audiencia”.

Para María Mendoza Michilot, Héctor López Martínez, Emilio Bustamante Quiroz, Ricardo Bedoya Wilson y Sandro Venturo Schultz (2004: 177) el periodismo digital es el nuevo medio que supera las limitaciones comunicativas de los medios tradicionales.

Destacan que el periodismo en Internet es un nuevo medio de comunicación que utiliza el lenguaje textual, sonoro y visual, y además posee virtudes que superan las limitaciones de los medios tradicionales: la inmediatez, la interactividad, la personalización, pero sobre todo la posibilidad de comunicación.

En el Perú, según David Parra y José Álvarez (2004), se introdujo la tecnología y la informática existentes en la elaboración de contenidos periodísticos entre 1985 y 1992, pero no se desarrolló la producción de contenidos propios para difundirse en la web. Luego, hasta 1994, los medios tradicionales ingresan al mundo digital pero con una clara deficiencia en elementos gráficos. Hasta 1999, se empiezan agregar contenidos originales y en nuevos formatos, pero es en el año 2000 que nace el periodismo digital, siendo su primera característica la actualización de las noticias. A partir del 2005, los medios de comunicación tradicionales se introducen al campo digital como modelo de negocio.

1.3.3.3. Características del periodismo digital

Según Parra y Álvarez (2004) son cinco las características del periodismo digital:

- Multimedialidad: la cual permite en utilizar texto, imágenes, sonidos, así como videos, lo cual permite que se informe de manera más detallada, eficaz y entendible.
- Hipertextualidad: permite una mejor y fácil comprensión del texto, al estar estos enlazados con otras páginas webs internas o externas.
- Instantaneidad: permite que la información sea inmediata, más rápida e instantánea, así como en directo.

- Interactividad: permite que el periodista tenga respuesta del receptor de la información, la misma que puede ser respondida y tomada en cuenta. El periodista ya no solo informa sino recibe retroalimentación de su lector.

- Universalidad: la información que se difunde es mundial, no tiene límites geográficos o de tiempo. Pueden impedir la información, los lenguajes o los accesos a plataformas digitales, dependiendo del nivel socioeconómico o cultura.

En tanto, Falla (2011) además de las características básicas, considera otros factores para la creación del contenido de una página web:

- Usabilidad: determina la facilidad de la interfaz con la que un usuario utiliza la página web, lo cual se depende de la calidad de la plataforma digital, así como de su diseño.

- Actualización: permite que se comparta información en simultáneo con la realidad, así como comunicar hechos de interés público con inmediatez y sin límites de espacio.

- Distribución: permite promover el contenido de la web a través de otras plataformas, así como utilizar diferentes canales, a través de las suscripciones, boletines, redes sociales, dispositivos móviles etc.

- Acceso: el principio de la accesibilidad web es la flexibilidad con el objetivo de satisfacer diferentes necesidades, situaciones y preferencias.

1.3.3.4. El periodista digital

El periodista digital ha aparecido debido a la convergencia en el mundo empresarial, profesional y de contenidos, que se ha producido por la gran revolución de la tecnología. El periodista se ha visto en la obligación de evolucionar, así como lo han hecho los medios de comunicación y otros profesionales. “La digitalización ha modificado de raíz todos los procesos esenciales atribuidos a este trabajo: la búsqueda, elaboración y difusión de contenidos informativos” (Zaragoza, 2002). (En Salaverría, R., & Avilés, J. A. G. (2008).

Salaverría destaca la importancia del dominio de técnicas del periodista para comprobar la veracidad de la información en el entorno digital e identifica como un reto el trabajo autónomo - colaborativo, es decir buscar apoyo y comunicarse con colegas a través de canales digitales, para gestionar una edición a distancia.

El nuevo periodista digital debe tener en cuenta que la información que comparte es a nivel mundial y que el mensaje que difunde es policrónico, por ello, hay que considerar que las palabras como “ayer”, “hoy”, “esta mañana”, pueden ser confusas; lo recomendable es usar denominaciones absolutas.

De acuerdo con Quim Gil (1999) el periodista digital se diferencia con el periodista tradicional por estas aptitudes:

- Por sus conocimientos en los sistemas de comunicación y las características que tiene Internet en la actualidad. Además, la versatilidad para absorber nuevos aprendizajes referentes a la tecnología.
- Capacidad para utilizar los diferentes tipos de lenguajes, tales como los sonidos, las imágenes, videos, los textos y todos los recursos de multimedialidad.
- Demostrar la habilidad para seleccionar y procesar de forma acertada información de relevancia, así como para utilizar los formatos de información.
- Facilidad para ser interlocutor de los usuarios existentes, así como tener la disposición para ser corregidos por estos.

De otro lado, Marta Perlado y Juana Rubio (2012) clasifican las habilidades personales (aptitudes) del periodista digital:

- Tiene interés por la autoformación constante, así como de ser capaz de adaptarse en nuevos contextos y es flexible ante situaciones inesperadas.
- Posee capacidad de tomar decisiones en medio de alguna crisis laboral y asume riesgos. Es proactivo, tiene iniciativa personal y es de espíritu emprendedor.
- Tiene capacidad de trabajar en equipo y es hábil para las relaciones interpersonales en todo tipo de contexto. Además, se organiza, planifica y analiza.
- Hace uso de las habilidades comunicativas (orales y escritas). Es inquieto y lleva la curiosidad.
- Domina el idioma inglés es básico e incuestionable.

Asimismo, añade los conocimientos y destrezas que el periodista digital posee:

- Fotografía multiplataforma y técnicas de grabación multimedia.
- Técnicas de montaje, edición, locución y presentación multimedia.
- Conocimiento de las fuentes de información en comunicación.

1.3.3.5. Grupo La República

El Grupo La República Publicaciones inició con el diario La República el 16 de noviembre de 1981. El medio de comunicación impreso tuvo como fundador y director a Gustavo Mohme Llona, quien le sucedió el mando a su hijo Gerardo Mohme Seminario.

En 1995, La República publicó por primera vez su edición impresa en Internet, convirtiéndose el primer medio peruano que apostaba por el periodismo digital. Desde entonces, la edición digital del Grupo La República fue creciendo hasta convertirse en una de las dos más importantes del país.

Actualmente, el Grupo La República ofrece una variedad de productos masivos: los diarios La República, Líbero y El Popular, los cuales cuentan con ediciones digitales, programas online en vivo y presencia en las redes sociales, como Facebook, Twitter e Instagram. Además, cuenta con los portales Aweita.pe y la revista online Wapa.pe, que apuestan por un público joven con notas de entretenimiento y coyuntura.

De acuerdo con una publicación del diario en 2014, larepublica.pe es un portal de referencia y consulta en temas de actualidad que ha tenido un agresivo crecimiento de 150% del 2013 al 2014. Además, desde abril del 2017 a marzo del 2018, el sitio web de La República ha logrado superarse en un 75%, alcanzado en el mes de marzo los 24 millones de usuarios únicos al mes, aproximadamente. En el 2018, larepublica.pe alcanzó los 38.656.075 millones de usuarios únicos en el mes de junio, gracias a la ampliación y segmentación del site, doblando así las cifras en solo seis meses de trabajo.

El diario El Popular del Grupo La República es un medio más familiar con contenido utilitario, educativo y coloquial. Este salió por primera vez el 17 de setiembre de 1984, convirtiéndose en el primer tabloide del Perú a full color y de 16 páginas. Sus principales

lectores son microempresarios, comerciantes y emprendedores. Actualmente el diario impreso más leído en provincias y con un sitio web de gran aceptación.

El diario deportivo es Líbero, al igual que los otros medios, posee una página web, que por ahora permanece en crecimiento para convertirse en el medio deportivo más leído, tanto en su versión impresa como digital.

El Grupo La República también cuenta con plataformas transaccionales y de oferta como Cuponidad, Club venta y Seguripago, las cuales son manejadas por el área de marketing y ventas, aunque se apoyan en los canales de La República para tener un mayor alcance en difusión.

Gracias a sus versiones digitales e impresos, el Grupo La República cuenta con el segundo medio de comunicación impreso más importante del Perú, lo cual lo convierte en fuente de opinión e información, gracias a su equipo de trabajo.

1.4. Formulación del problema:

1.4.1. Problema general:

¿Cuál es el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

1.4.2. Problemas específicos:

- ¿Cuál es la formación que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

- ¿Cuáles son los conocimientos que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

- ¿Cuáles son las habilidades que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

- ¿Cuáles son las actitudes que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

- ¿Cuál es la experiencia que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018?

1.5. Justificación del estudio

Esta investigación es de importancia para la sociedad y especialmente para los estudiantes universitarios, que se ven como futuros comunicadores y periodistas, así como para los institutos y universidades que están encargados de su formación. Definir el perfil profesional de un medio de comunicación con gran aceptación en el mercado es, sin duda, un gran alcance para poder diseñar estrategias de enseñanza que formen un profesional capaz de realizar todas las funciones, con eficacia, de un periodista digital.

En la actualidad, los planes de estudios de varias universidades, como la Universidad San Martín de Porres, Universidad de Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Universidad Privada del Norte no cuentan en sus currículas con el curso o taller de ‘Periodismo digital’, sin embargo, sí forman a los estudiantes con la materia de ‘Periodismo de investigación’, ‘Periodismo deportivo’, entre otros. En el caso de la Universidad César Vallejo y la Universidad Bausate y Mesa, sí cuentan con un taller llamado ‘Periodismo digital’, sin embargo, se debe tener en cuenta que los currículos académicos “se construyen vinculados con un micro mundo administrativo-comercial-empresarial-tecnológico-modernista, alejados de las realidades y de las necesidades prioritarias de desarrollo comunicativo de las mayorías nacionales” Esteinou (2011: párr.5).

De igual manera, Hernández Calderón (ctd en Rizo 2012:37-38) explica de manera más detallada los problemas que afectan a los procesos de formación profesional, considerando que éstos son el resultado de las “inercias” que se producen en los centros de enseñanza.

Por ello, el estudio aportará a las escuelas profesionales del país una nueva perspectiva del perfil profesional que deben empezar a formar en los futuros periodistas, teniendo en cuenta que el periodismo digital ya es el presente. Asimismo, esta contribuirá en los estudiantes para que conozca las cualidades que requiere el mercado laboral y así, al introducirse en un medio en proceso de convergencia o totalmente digital, ejecute su labor con completa eficacia.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general:

El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital posee un alto nivel de conocimiento sobre posicionamiento en Internet, redacción periodística, toma rápida de decisiones y respeto por la autoría.

1.6.2. Hipótesis específicas:

- La formación del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital es de tipo universitario en Periodismo.
- Los conocimientos del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital son de las TIC's, SEO y redes sociales.
- Las habilidades del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital son rapidez para redactar e intuición periodística.
- Las actitudes del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital son respeto a la autoría y disposición para trabajar en equipo.
- La experiencia del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital implica tener una amplia red de contactos en el ámbito periodístico.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general:

Determinar el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos:

- Identificar la formación que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.
- Identificar los conocimientos que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.

- Identificar las habilidades que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.
- Identificar las actitudes que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.
- Identificar la experiencia que debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

Esta investigación es de enfoque cuantitativo y para ello se realizará una encuesta a los periodistas de la web del Grupo La República, con la que se identificará el perfil profesional del periodista digital. El nivel de estudio es perceptual y de tipo descriptivo simple, porque permitirá conocer la realidad de una sola variable en un contexto específico.

Según Kerlinger 1979, “la investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De esta manera, este estudio es no experimental, de corte transeccional, es decir que se realiza en un momento dado, en un tiempo único, sin manipular la variable.

2.2. Operacionalización de la variable

<i>Variable</i>	<i>Conceptos</i>	<i>Dimensiones</i>	<i>Indicadores</i>	<i>Valoración</i>
El perfil profesional	Frida Díaz-Barriga (1999) lo describe como “un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que delimitan el ejercicio profesional”.	Formación	Nivel de educación.	1. Totalmente en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
			Grados académicos.	
		Conocimientos	Idiomas.	
			Herramientas y recursos tecnológicos.	
		Habilidades	Rápida redacción.	
			Selección acertada.	
			Intuición periodística.	
		Actitudes	Empatía.	
			Ética.	
			Sociabilidad.	
Experiencia	Prácticas.			
	Red de contactos virtuales.			

2.3. Población y muestra

En esta investigación se realizará encuestas a los periodistas del Grupo La República, que cuenta con los medios digitales de La República, Wapa, El Popular, Líbero y Aweita.

En esta investigación, la población estuvo conformada por todos los periodistas que redactan para los medios digitales del Grupo La República, en el año 2018.

Medios digitales	N° de periodistas
Larepublica.pe	49
Elpopular.pe	8
Libero.pe	14
Aweita.pe	4
Wapa.pe	8
Total	83

Según Hernández et al. (2010), la muestra es “un subconjunto de elementos que pertenecen ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p.207). Dichos autores indican que la muestra en un enfoque cuantitativo “se involucra a muchos sujetos en la investigación porque se pretende generalizar los resultados del estudio” (p. 13).

En esta tesis, la muestra fue no probabilística y tuvo como criterio la accesibilidad fácil. Por lo que se encuestaron a un total de 57 periodistas durante tres días, en los tres turnos (Mañana-Tarde-Madrugada), estando ausentes aquellos que se encontraban de vacaciones, permisos o comisiones.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas

Las técnicas que se han utilizado para realizar la presente investigación son las siguientes:

- Técnica bibliográfica: se utilizó para recopilar información escrita de libros, revistas, folletos y medios de comunicación digitales.
- Técnica de la encuesta: con este instrumento se obtuvo los resultados, mediante las preguntas aplicadas a la población de este estudio.
- Técnica de la informática: a través del Internet se recolectó información para la fundamentación de esta investigación.

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento que se ha utilizado para recopilar la información es el cuestionario de preguntas organizado sobre la base de la variable, las dimensiones e indicadores correspondientes.

2.4.3. Validez del instrumento

Para validar el instrumento de recolección de datos, tres expertos evaluaron la encuesta, dando el siguiente resultado:

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN					
CUANTITATIVO					
PREGUNTAS	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
				29	100%

La tabla indica que los tres expertos manifestaron que se observa que el instrumento es confiable y válido en 100%.

2.4.4. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de la encuesta se ha medido con Alfa de Cronbach, cuya fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

DIMENSIÓN 1

ITEMS	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	suma
1	5	4	4	4	5	4	5	2	5	4	42
2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
3	3	4	4	4	4	4	4	2	5	4	38
4	3	2	4	3	3	2	3	2	2	4	28
5	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	35
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
7	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	36
8	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	43
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
10	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
11	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
12	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
13	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	44
14	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	40
15	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	43
											27.31428571
VARIANZA	0.49	0.69	0.4	0.33	0.86	0.96	0.2	1.3	0.8	0	

Donde aplicando la fórmula se extrae:

K: 15

Vi: 6

VT: 27,31

∞ : **0.83**

Dando como resultado 0,83, lo que demuestra que el instrumento una confiabilidad muy alta.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para esta investigación se utilizará la estadística descriptiva. Se hallará la frecuencia absoluta, la frecuencia relativa y los porcentajes.

2.6. Aspectos éticos

Esta investigación se ha realizado en base a las Normas APA actuales, establecidas por la universidad. Además, ha respetado la autoría de cada una de sus fuentes.

III. RESULTADOS

Tabla 1: Considero que la formación de un periodista digital debe ser universitaria en periodismo o ciencias de la comunicación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3	5,3
En desacuerdo	3	5,3	5,3	10,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	7,0	7,0	17,5
De acuerdo	20	35,1	35,1	52,6
Totalmente de acuerdo	27	47,4	47,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 1 se observa que de los 57 encuestados, el 47.4% está totalmente de acuerdo y el 35.1% está de acuerdo con que la formación de un periodista digital debe ser universitaria. Mientras que existe una frecuencia de 27 y 20, respectivamente.

Tabla 2: Considero que la formación de un periodista digital tiene que ser mínimo de nivel de licenciado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
En desacuerdo	13	22,8	22,8	26,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	38,6	38,6	64,9
De acuerdo	14	24,6	24,6	89,5
Totalmente de acuerdo	6	10,5	10,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 2 se observa que de los 57 encuestados, el 38,6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre que la formación de un periodista digital tenga que ser mínimo del nivel de licenciado. Mientras que existe una frecuencia de 22.

Tabla 3: Para ejercer como periodista digital, es necesario demostrar su capacidad para manejar el idioma inglés.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	1,8	1,8	1,8
En desacuerdo	9	15,8	15,8	17,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	35,1	35,1	52,6
De acuerdo	25	43,9	43,9	96,5
Totalmente de acuerdo	2	3,5	3,5	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 3 se observa que de los 57 encuestados, el 43% está de acuerdo con que un periodista digital debe demostrar capacidad para manejar el idioma de inglés y un 35.1% indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 25 y 20, respectivamente.

Tabla 4: Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de SEO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
En desacuerdo	2	3,5	3,5	7,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	7,0	7,0	14,0
De acuerdo	31	54,4	54,4	68,4
Totalmente de acuerdo	18	31,6	31,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 4 se observa que de los 57 encuestados, el 54.4% está de acuerdo con que para ejercer como periodista digital es necesario tener conocimientos en SEO. Asimismo, el 31.6% dijo estar totalmente de acuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 31 y 18, respectivamente.

Tabla 5: Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de Analytics

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
En desacuerdo	2	3,5	3,5	7,0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	8,8	8,8	15,8
De acuerdo	36	63,2	63,2	78,9
Totalmente de acuerdo	12	21,1	21,1	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 5 se observa que de los 57 encuestados, el 63.2% está de acuerdo con que para ejercer como periodista digital es necesario tener conocimientos en Analytics. Asimismo, el 21.1% dijo estar totalmente de acuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 36 y 12, respectivamente.

Tabla 6: Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento en gestión de redes sociales y nuevas tecnologías de la información.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	1,8	1,8	1,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	7,0	7,0	8,8
De acuerdo	32	56,1	56,1	64,9
Totalmente de acuerdo	20	35,1	35,1	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 6 se observa que de los 57 encuestados, el 56.1% está de acuerdo con que para ejercer como periodista digital es necesario tener conocimientos en gestión de redes sociales y tecnologías de la información. Asimismo, el 35.1% dijo estar totalmente de acuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 32 y 20, respectivamente.

Tabla 7: Considero que un periodista digital debe tener la habilidad para redactar rápidamente usando palabras claves.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3	5,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5,3	5,3	10,5
De acuerdo	33	57,9	57,9	68,4
Totalmente de acuerdo	18	31,6	31,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 7 se observa que de los 57 encuestados, el 57.9% está de acuerdo con el periodista digital debe tener la habilidad para redactar rápidamente usando palabras claves; mientras que el 31.6% dijo estar totalmente de acuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 33 y 18, respectivamente.

Tabla 8: Considero que un periodista digital debe tener la habilidad de seleccionar con rapidez la información más relevante.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	3	5,3	5,3	5,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3,5	3,5	8,8
De acuerdo	28	49,1	49,1	57,9
Totalmente de acuerdo	24	42,1	42,1	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 8 se observa que de los 57 encuestados, el 49.2% está de acuerdo con que el periodista digital debe tener la habilidad para seleccionar con rapidez información relevante. En tanto el 42.1% dijo estar totalmente de acuerdo. Mientras que existe una frecuencia de 28 y 24, respectivamente.

Tabla 9: Considero que un periodista digital debe tener la habilidad de la intuición periodística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	5,3	5,3	8,8
De acuerdo	30	52,6	52,6	61,4
Totalmente de acuerdo	22	38,6	38,6	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 9 se observa que de los 57 encuestados, el 52.6% está de acuerdo y el 38.6% está totalmente de acuerdo con que el periodista digital debe tener como habilidad la intuición. Mientras que existe una frecuencia de 30 y 22, respectivamente.

Tabla 10: Considero que un periodista digital debe tener en su actitud el respeto a la autoría.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3,5	3,5	7,0
De acuerdo	26	45,6	45,6	52,6
Totalmente de acuerdo	27	47,4	47,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 10 se observa que de los 57 encuestados, el 45.6% está de acuerdo y el 47.4% está totalmente de acuerdo con que el periodista digital debe tener en su actitud el respeto a la autoría. Mientras que existe una frecuencia de 27 y 26, respectivamente.

Tabla 11: Considero que un periodista digital debe tener en su actitud la curiosidad periodística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
De acuerdo	31	54,4	54,4	57,9
Totalmente de acuerdo	24	42,1	42,1	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 11 se observa que de los 57 encuestados, el 54.4% está de acuerdo y el 42.1% está totalmente de acuerdo con que el periodista digital debe tener en su actitud la curiosidad periodística. Mientras que existe una frecuencia de 31 y 24, respectivamente.

Tabla 12: Considero que un periodista digital debe tener en su actitud la disponibilidad para trabajar en equipo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	2	3,5	3,5	3,5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	7,0	7,0	10,5
De acuerdo	24	42,1	42,1	52,6
Totalmente de acuerdo	27	47,4	47,4	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 12 se observa que de los 57 encuestados, el 42.1% está de acuerdo y el 47.4% está totalmente de acuerdo con que el periodista digital debe tener en su actitud la disponibilidad para trabajar en equipo. Mientras que existe una frecuencia de 27 y 24, respectivamente.

Tabla 13: Para ejercer como periodista digital, considero necesario haber hecho periodismo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	1,8	1,8	1,8
En desacuerdo	4	7,0	7,0	8,8
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21,1	21,1	29,8
De acuerdo	27	47,4	47,4	77,2
Totalmente de acuerdo	13	22,8	22,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 13 se observa que de los 57 encuestados, el 47.4% está de acuerdo en que para ejercer como periodista digital es necesario haber hecho periodismo; asimismo, el 22.8% dijo estar totalmente de acuerdo. En tanto, un 21.1% se mostró ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7% en desacuerdo.

Tabla 14: Para ejercer como periodista digital, considero necesario tener una amplia red de contactos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	7	12,3	12,3	12,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	43,9	43,9	56,1
De acuerdo	20	35,1	35,1	91,2
Totalmente de acuerdo	5	8,8	8,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 14 se observa que de los 57 encuestados, el 43,9% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre que es necesario tener una amplia red de contacto para ejercer como periodista digital. En tanto, el 35.1% señaló estar de acuerdo y el 12.3% en desacuerdo.

Tabla 15: Para ejercer como periodista digital, considero necesario tener influencia en las redes sociales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	1,8	1,8	1,8
En desacuerdo	14	24,6	24,6	26,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	50,9	50,9	77,2
De acuerdo	12	21,1	21,1	98,2
Totalmente de acuerdo	1	1,8	1,8	100,0
Total	57	100,0	100,0	

En la tabla 15 se observa que de los 57 encuestados, el 50,9% dijo estar ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre que es necesario tener influencia en las redes sociales. Mientras que el 24.6% dijo está en desacuerdo y el 21.1% dijo estar de acuerdo.

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada para esta investigación, se determina que existen características valoradas con un alto porcentaje por los periodistas de la web del Grupo La República que son necesarias para ejercer como periodistas digitales.

Los encuestados afirman que es necesario haber estudiado Periodismo o una carrera afín, dominar el idioma inglés, saber de SEO y Google Analytics, redes sociales y las Tic's; tener habilidades como la rapidez para redactar, seleccionar información de forma acertada y ser intuitivo. Asimismo, poseer en sus actitudes valores como la ética y el respeto por los autores y fuentes, ser curioso y poder trabajar en equipo.

También, es importante que haya ejercido el periodismo previamente. No obstante, se descarta que sea necesario un grado académico en la formación de un periodista digital, así como poder una amplia red de contactos o tener algún tipo de influencia en las redes sociales.

En el siguiente cuadro, se expone las características con mayor valoración por los 53 encuestados, que describen las características del perfil profesional del periodista digital:

Características del perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República			
Variable	Dimensión	Indicadores	Porcentaje
Perfil profesional	Formación	Debe haber estudiado la carrera de Ciencias de la Comunicación o Periodismo.	35,1% de acuerdo. 47,4% totalmente de acuerdo.
		Conocimiento	Debe demostrar capacidad para manejar el idioma inglés.
	Debe estar capacitado en optimización y posicionamiento en buscadores.		54,4% de acuerdo. 31,6% totalmente de acuerdo.
	Debe conocer sobre Analytics e identificar métricas de Google.		63% de acuerdo. 21,1% totalmente de acuerdo.
	Debe saber gestionar las redes sociales, como Facebook, Twitter, YouTube; así como las nuevas tecnologías de la información.		56,1% de acuerdo. 35,1% totalmente de acuerdo.
	Habilidades		Debe redactar con rapidez usando palabras claves.
		Debe seleccionar con rapidez información relevante.	49,1% de acuerdo. 42,1% totalmente de acuerdo.
		Debe poseer intuición periodística.	52,6% de acuerdo. 38,6% totalmente de acuerdo.
	Actitudes	Debe ser respetuoso de las fuentes y autores.	45,6% de acuerdo. 47,4 totalmente de acuerdo.

		Debe tener curiosidad periodística.	54,4% de acuerdo. 42,1% totalmente de acuerdo.
		Debe estar dispuesto para ejecutar trabajos en grupo.	42,1% de acuerdo. 47,4% totalmente de acuerdo.
	Experiencia	Debe haber realizado periodismo en cualquiera de sus ámbitos.	47,4% de acuerdo. 22,8% totalmente de acuerdo.

DISCUSIÓN

Esta investigación se realizó con la intención de describir las características del perfil profesional que se necesita tener para ejercer el periodismo en el nuevo entorno digital, que se ha convertido hoy en día en la principal fuente de información a nivel nacional y mundial.

Para medir la variable perfil profesional se utilizó la técnica de la encuesta, la cual contó con 15 ítems, mismos que se valoraron con la escala de Likert y fue resuelta por 57 de los 83 periodistas que laboran para las plataformas digitales del Grupo La República.

Los resultados han permitido confirmar la hipótesis general planteada en esta tesis, es decir se puede afirmar que para tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital se debe haber cursado la carrera de comunicaciones o periodismo, así como conocer sobre el idioma inglés, SEO, Analytics, redes sociales y Tic's.

Pero, además, se confirma la necesidad de poseer ciertas actitudes y habilidades, como la rapidez para redactar de forma correcta y para seleccionar información relevante; así también, las mismas habilidades y actitudes del periodismo tradicional, como es la intuición y la curiosidad periodísticas, y el respeto a la autoría.

Dentro de las investigaciones que se citaron como parte de los antecedentes para realizar esta tesis, se tomó en consideración la de Falla (2009), quien en su tesis "Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores", tuvo como objeto establecer el conocimiento actual de los comunicadores sobre periodismo digital y evaluar las herramientas tecnológicas que debe conocer el profesional. Para ello, realizó entrevistas, con las que concluyó que el perfil del periodista digital es distinto al del periodista tradicional, debido a que implica tener conocimientos de tecnología, los cuales aún no son añadidos en los planes de estudio de universidades.

Los resultados de dicho autor se confirman con la presente investigación, pues los periodistas del Grupo La República que redactan para el entorno digital han establecido que es necesario los conocimientos para gestionar las redes sociales, las nuevas tecnologías de la información, el posicionamiento en buscadores y las métricas de Google.

Contrastando ambas investigaciones, se puede determinar que coinciden en que el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital tiene nuevas características, las cuales son necesarias para trabajar en plataformas digitales periodísticas.

Otra de las investigaciones que sirvió como base para iniciar esta investigación fue la de Barja L. (2016): “El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena”, la cual utilizó los métodos de encuestas y entrevistas, con el objetivo de definir el perfil del nuevo periodista digital peruano.

En dicha tesis, la autora concluye que existen nuevas habilidades y destrezas que son necesarias para ejercer el periodismo en el entorno digital, lo que la presente investigación confirma, ya que los resultados muestran que la rapidez es una de las características necesarias, tanto para escribir mediante computadores, así como para buscar y seleccionar información de relevancia que pueda ser añadida a las plataformas digitales.

Ambas investigaciones se complementan, pues Barja concluye que los medios de comunicación, los cuales no dejan de ser empresas, requieren de nuevos perfiles para ejercer como periodistas en esta nueva era digital, tal como lo confirman los resultados de esta tesis, que describen las nuevas habilidades para desempeñarse como periodista digital.

En cuanto a la investigación de Sánchez L (2007) en su tesis “Evolución del periodismo digital peruano. Análisis de los casos: rpp.com, elcomerciooperu.com, panamericana.com y terra.com (1995-2005)”, utilizó la entrevista en quienes fueron los editores y periodistas digitales de los principales diarios del Perú: El Comercio, La República y Perú 21; con el objetivo de analizar los cambios que se realizaron en el indicado periodo.

La autora concluye que el cambio del periodismo tradicional al digital es lento, además, el periodismo digital no era valorado como verdadero periodismo, ni se conocía lo que el público deseaba leer, y solo era necesario realizar constantemente publicaciones para generar visitas a la web del medio de comunicación.

Contrastando ambos estudios, podemos señalar que en la actualidad los periodistas digitales son valorados por igual como los periodistas tradicionales, esto se determina porque los profesionales encuestados indicaron que como parte de la experiencia de un periodista

digital se debe haber ejercido la profesión en cualquiera de sus ámbitos, demostrando que no se discriminan los entornos en el que se ejerza el periodismo.

Asimismo, como parte de los resultados de esta investigación se destaca que es necesario el conocimiento de posicionamiento en buscadores y de las métricas de Google, lo cual permite actualmente conocer lo que más busca el público en las plataformas digitales, permitiendo así una mejor selección de lo que se va a informar.

La relevancia de esta investigación se comprueba con los resultados de suma importancia que se han obtenido, los cuales permitirán que nuevos profesionales, así como futuros o ya estudiantes de Periodismo, Ciencias de la Comunicación, o carreras afines, tengan interés por adquirir las nuevas características que se requiere para ejercer el periodismo en el entorno digital y que actualmente es imprescindible para diversos medios de comunicación que utilizan como principales plataformas de información las páginas webs. De igual manera, la encuesta elaborada por esta autora, que está validada por expertos, servirá como base para nuevas investigaciones sobre las características de los periodistas.

CONCLUSIÓN

Como resultado de esta investigación, se llegó a la conclusión general de que el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital requiere de características nuevas como saber sobre posicionamiento en Internet, redacción periodística, toma rápida de decisiones y respeto por la autoría. De acuerdo con los periodistas de la web del Grupo La República, se valoran más ciertas características en la formación, los conocimientos, las habilidades, las actitudes y la experiencia.

La primera conclusión que se obtiene de esta investigación es que los periodistas digitales del Grupo La República consideran que es necesario que para laborar dentro de una plataforma digital como periodista se debe haber estudiado la carrera de Periodismo o una afín. Sin embargo, es prescindible tener una licenciatura, un máster o el grado de bachiller.

En la segunda conclusión, referente a los conocimientos que se debe tener en el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, los periodistas de la web del Grupo La República señalan que es necesario demostrar la capacidad para manejar el idioma inglés. Cabe indicar que no se especifica el nivel de inglés, pero de acuerdo con Biava y Segura (2010) “el uso de una lengua extranjera, con énfasis en inglés, ha pasado de ser un privilegio a una necesidad”. Asimismo, los encuestados establecen que se requiere estar capacitado para la optimización y el posicionamiento en buscadores de la Internet; saber identificar las métricas del principal buscador: Google, y conocer sobre su herramienta de analítica web: Analytics; así como gestionar con eficacia las distintas redes sociales y las nuevas tecnologías de la información.

La tercera conclusión se desprende de las habilidades que debe tener el perfil profesional del periodista digital para ejercer el periodismo en el entorno digital. De acuerdo con las respuestas de los periodistas de la web del Grupo La República, redactar con rapidez usando palabras claves para el posicionamiento en los buscadores, seleccionar con rapidez la información y datos de mayor interés para el público; y la intuición periodística, son primordiales para ser un periodista digital de sus plataformas.

La cuarta conclusión la obtenemos de las actitudes que, de acuerdo con los periodistas encuestados de la web del Grupo La República, debe tener el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital. Está necesariamente el respeto por los autores, es decir citar las fuentes de la información; la curiosidad periodística para investigar con inquietud los detalles de la información; y estar dispuesto a trabajar en equipo para elaborar con eficacia las labores profesionales.

En la quinta conclusión se refiere a la experiencia que debe tener el perfil profesional para aquel que ejerza el periodismo en el entorno digital. Los periodistas de la web del Grupo La República establecen que es necesario haber realizado periodismo en cualquiera de sus ámbitos, ya sea en el institucional, tradicional, digital, etc. No obstante, rechaza que se requiera poseer una amplia red de contactos o tener influencia en las redes sociales, lo cual indica que no se necesita ser conocido en el medio periodístico para ser periodista digital.

RECOMENDACIONES

La primera recomendación de esta investigación es que los estudiantes de Periodismo o Ciencias de la Comunicación convivan permanentemente con las herramientas digitales de información durante la formación profesional. Aunque el grado técnico o universitario alcanzado no es imprescindible, hay que tener en cuenta que las competencias acumuladas pueden definir todas las posibilidades de la profesión.

Con referencia al resultado y conclusión de los conocimientos que requiere el perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, se recomienda a las autoridades de universidades, como profesores, asesores, decanos y rectores, actualizar los planes de estudio con cursos o talleres de gestión de redes sociales y nuevas tecnologías de la información; posicionamiento en buscadores y herramientas de Google, como Analytics, para que nutran a los futuros profesionales y adquieran las características que actualmente las empresas de medios de comunicaciones solicitan en el perfil profesional.

Como tercera recomendación se insta a los futuros profesionales a poner en práctica los conocimientos obtenidos tanto en su centro de estudios como en los ámbitos en los que hayan ejercido el periodismo, para que desarrollen habilidades como la rapidez para redactar y buscar información en páginas web, usar palabras claves para posicionar una web en los buscadores de Internet y evolucionar su intuición periodística.

La cuarta recomendación se desprende de las actitudes que debe tener el periodista digital en su perfil profesional. Se sugiere que el periodismo sea valorado como una de las carreras profesionales más nobles y para ello es importante hacer trascender sus principales valores, como el respeto por la autoría y las fuentes; así como sus más resaltantes actitudes como la curiosidad periodística y la disponibilidad de trabajar coordinando en equipo.

En la quinta recomendación se sugiere a los futuros periodistas que quieran ejercer en el entorno digital, realizar prácticas en los diferentes ámbitos de esta profesión ya que es valorado por los periodistas de la web del Grupo La República como necesaria para ser periodista digital.

REFERENCIAS

- Armendáriz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la Comunicación y las Relaciones Públicas. Una visión desde la perspectiva del mercado. Revista Internacional de Relaciones Públicas. Recuperado de: <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/301>
- Arnaz, J. A. (1981). Guía para la elaboración de un perfil del egresado. Revista de Educación Superior. Recuperado de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212014000200003
- Arnaz, J. A. (1996). La planeación curricular. México: Trillas. Recuperado de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-42212014000200003
- Barja, L (2016) El perfil del nuevo periodista digital peruano en los procesos de convergencia de plataformas. Casos El Comercio, RPP Noticias y Epena. Recuperado de: file:///C:/Users/HP/Desktop/Barja_ml.pdf
- Díaz, F. (1993) “Aproximaciones metodológicas al diseño curricular hacia una propuesta integral”, en Tecnología y Comunicación Educativas, No. 21, México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.
- Falla, S (2009) Reportaje escrito sobre la importancia del periodismo digital como parte de la formación profesional de los comunicadores. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/stephaniefalla/tesis-periodismo-digital>
- Gil, Q (1999) “Diseñando el periodista digital”, en Sala de Prensa, n° 13. Disponible en: www.saladeprensa.org/art89.htm
- Huamán, A (2017) El periodismo digital y su relación con el consumo de información en los estudiantes del 5° de secundaria del colegio Gustavo Ríes 2017-Trujillo. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11123/huaman_aa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- ICFJ (2013) Guía de periodismo en la era digital. Washington: International Center for Journalists. Disponible en: www.icfj.org/sites/default/files/icfj_guia_de_periodismo_FINAL.pdf

- J Schena, R Besalú, C Singla Casellas (2018): “Valoraciones actualizadas de las competencias profesionales en la práctica laboral de los periodistas españoles”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 531 a 555.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1268/27es.html>

DOI: 10.4185/RLCS-2018-1268

- Lasswell, H (1985). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. Recuperado de: <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

- Parra, David; Álvarez, José (2004) Ciberperiodismo. Madrid: Síntesis.

- Quiroz, T (2010) Los comunicadores sociales: ¿entre la crítica y el mercado? Recuperado de: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/31-revista-dialogos-loscomunicadores-sociales-entre-la-critica-y-el-mercado.pdf>

- Rubio, R (2016). Formación del comunicador de cinco universidades peruanas y su incidencia en el perfil del egresado y su acceso a campos laborales. Recuperado de: file:///C:/Users/HP/Desktop/TESIS/Rubio_gr.pdf

- R Ventura, C Roca-Cuberes, A Corral-Rodríguez (2018): “Comunicación Digital Interactiva: valoración de profesionales, docentes y estudiantes del área de la comunicación sobre las competencias académicas y los perfiles profesionales”. Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 331 a 351.

<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1258/17es.html>

DOI: 10.4185/RLCS-2018-1258

- Salaverría, R (2016) REDEFINIR AL COMUNICADOR. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2016/mar/02.pdf>

- Sánchez, L (2017) Evolución del periodismo digital peruano. Análisis de los casos: rpp.com, elcomerciooperu.com, panamericana.com y terra.com (1995-2005) Recuperado de: <file:///C:/Users/HP/Downloads/LSanchez.pdf>

- S Tejedor Calvo, L Cervi (2017): “Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas”. Revista Latina de Comunicación Social, 72, pp. 1.626 a 1.647.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1238/88es.html>

DOI: 10.4185/RLCS-2017-1238

- Unesco (1958) La formación de periodistas. Estudio mundial sobre la preparación del personal de información. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001353/135346so.pdf>

- Watlington, L (2006). Guía de periodismo en la era digital. Washington: International Center for Journalists. Forma parte del programa “Lideres Digitales” de ICFJ.

Anexos

Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA

Estimado colaborador, la presente encuesta tiene por objetivo recoger información para la elaboración de la tesis “El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018”. Por tal motivo, agradeceré su total sinceridad en las respuestas, considerando la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En Desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Nombre: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Cargo: _____

Tiempo de servicio en el medio: _____

Tipo de contrato: _____

		Totalmente en desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	Considero que la formación de un periodista digital debe ser de tipo profesional (no técnico).					
2	Considero que la formación de un periodista digital tiene que ser mínimo de nivel de licenciado.					
3	Para ejercer como periodista digital, es necesario haber llevado cursos de idioma inglés.					
4	Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de SEO (Search Engine Optimization, lo que traducido es Optimización para los motores de búsqueda).					
5	Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de Analytics (métricas de Google).					

6	Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento en gestión de redes sociales y nuevas tecnologías de la información.					
7	Considero que un periodista digital debe tener la habilidad para redactar correctamente.					
8	Considero que un periodista digital debe tener la habilidad de rapidez selectiva.					
9	Considero que un periodista digital debe tener la habilidad de la intuición periodística.					
10	Considero que un periodista digital debe tener en su actitud el respeto a la autoría.					
11	Considero que un periodista digital debe tener en su actitud la curiosidad periodística.					
12	Considero que un periodista digital debe tener en su actitud la facilidad para trabajar en equipo.					
13	Para ejercer como periodista digital, considero necesario tener experiencia mínima de 1 año en periodismo.					
14	Para ejercer como periodista digital, considero necesario tener contactos en el medio.					
15	Para ejercer como periodista digital, considero necesario ser conocido en el ámbito periodístico.					

Histogramas

Tabla 1

Considero que la formación de un periodista digital debe ser universitaria en periodismo o ciencias de la comunicación

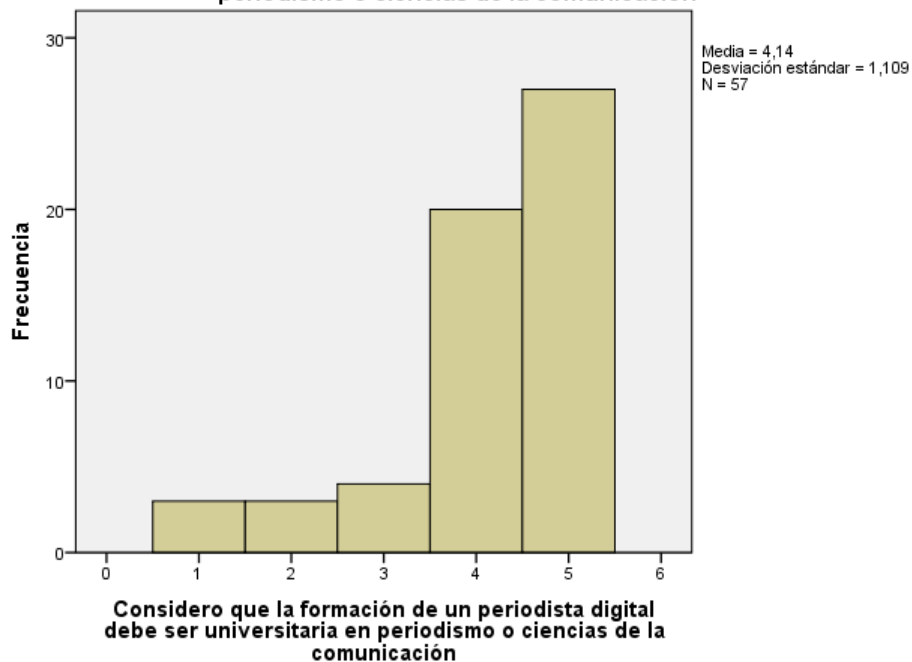


Tabla 2

Considero que la formación de un periodista digital tiene que ser mínimo de nivel de licenciado.

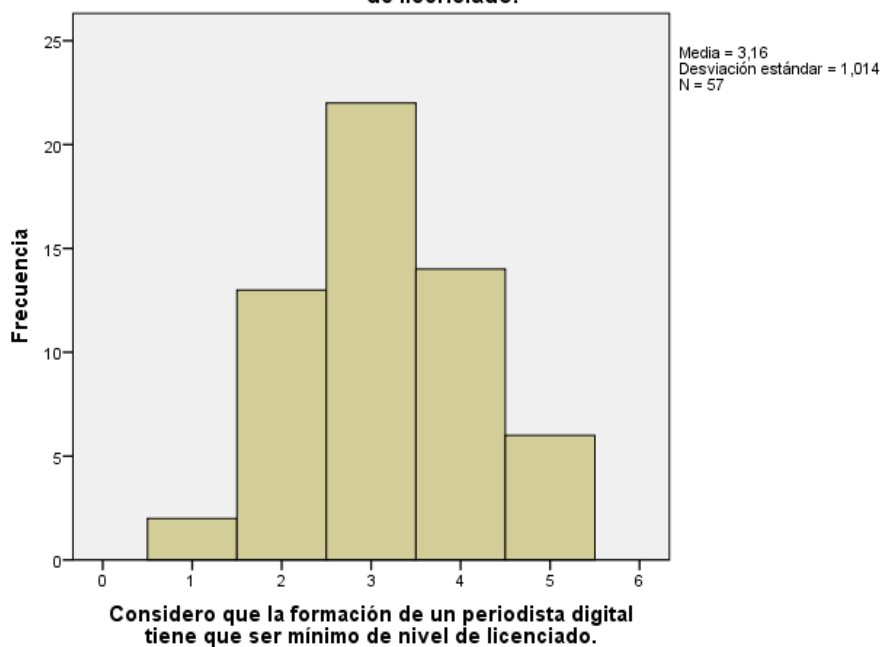


Tabla 3

Para ejercer como periodista digital, es necesario demostrar su capacidad para manejar el idioma inglés.

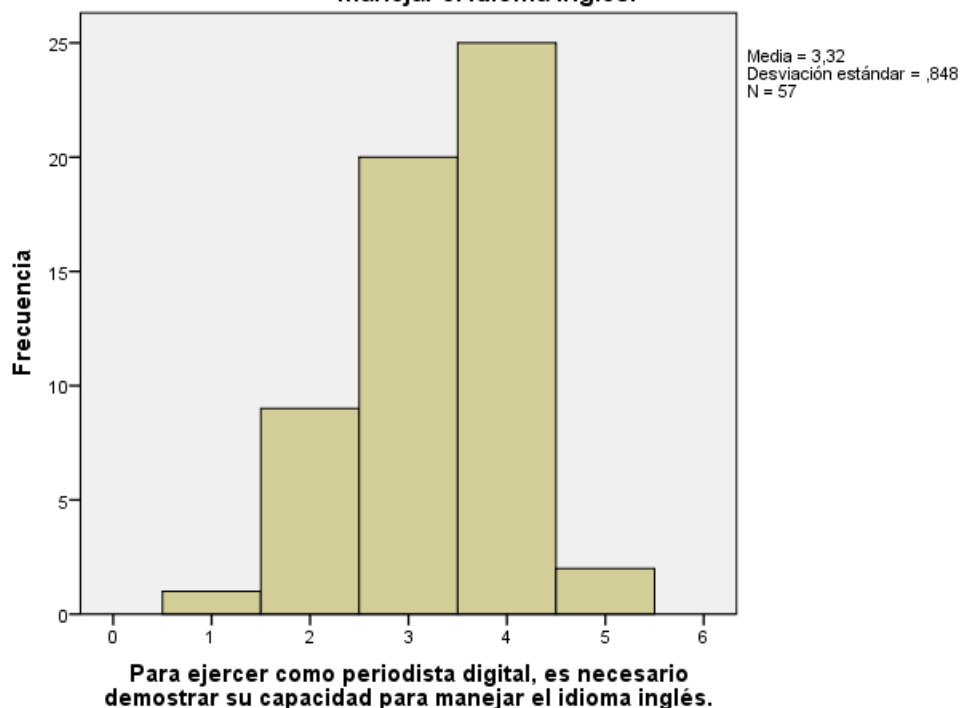


Tabla 4

Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de SEO

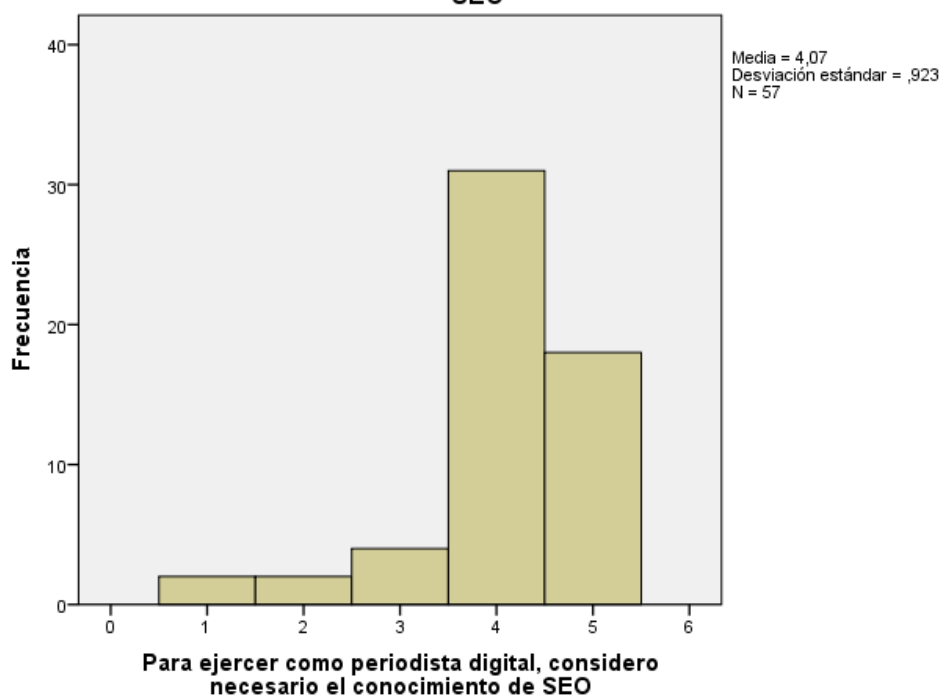


Tabla 5

Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento de Analytics

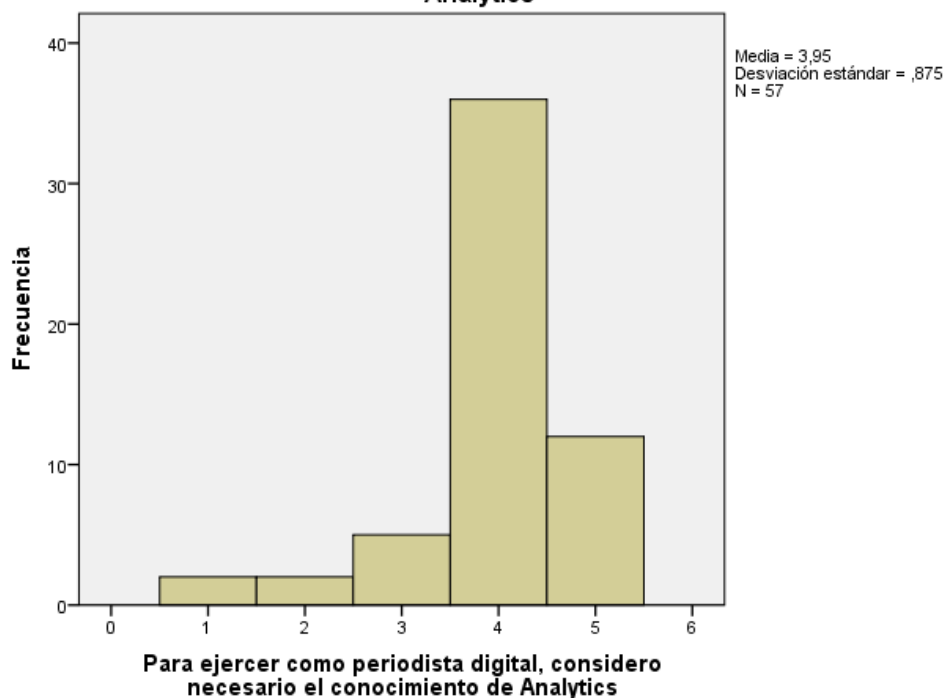


Tabla 6

Para ejercer como periodista digital, considero necesario el conocimiento en gestión de redes sociales y nuevas tecnologías de la información.

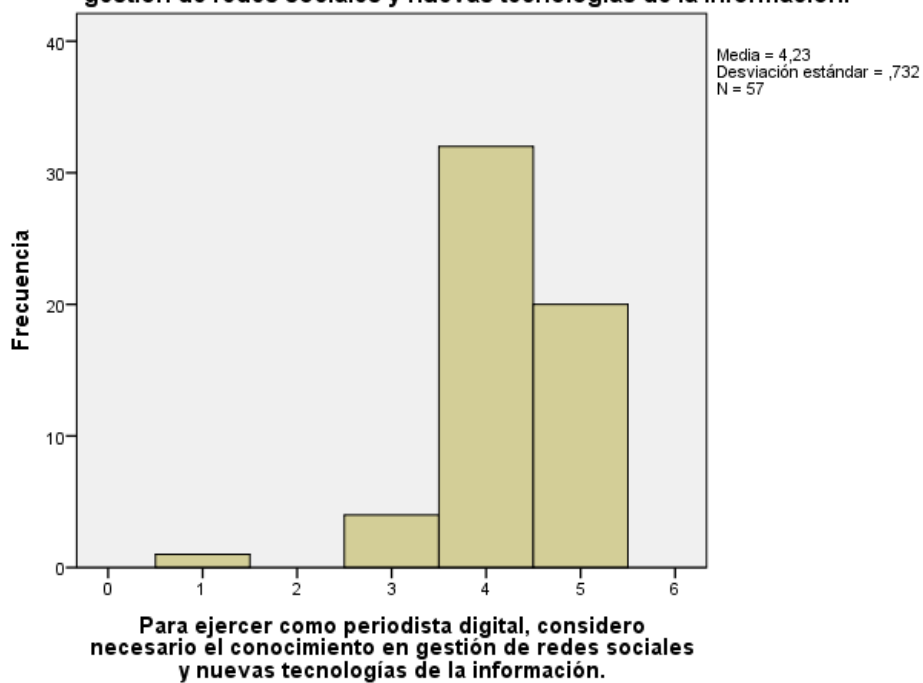


Tabla 7

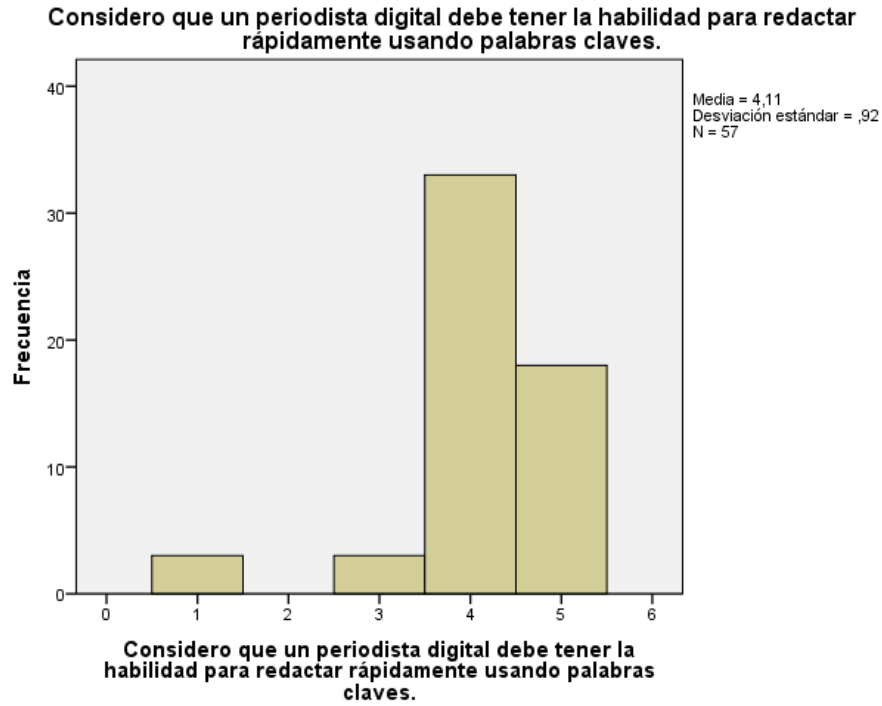


Tabla 8

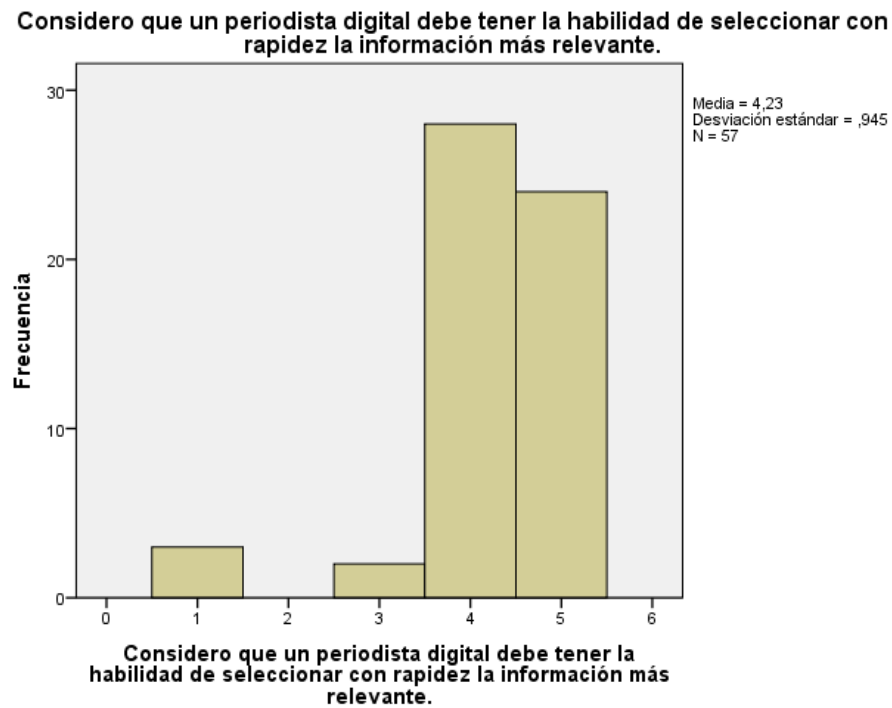


Tabla 9

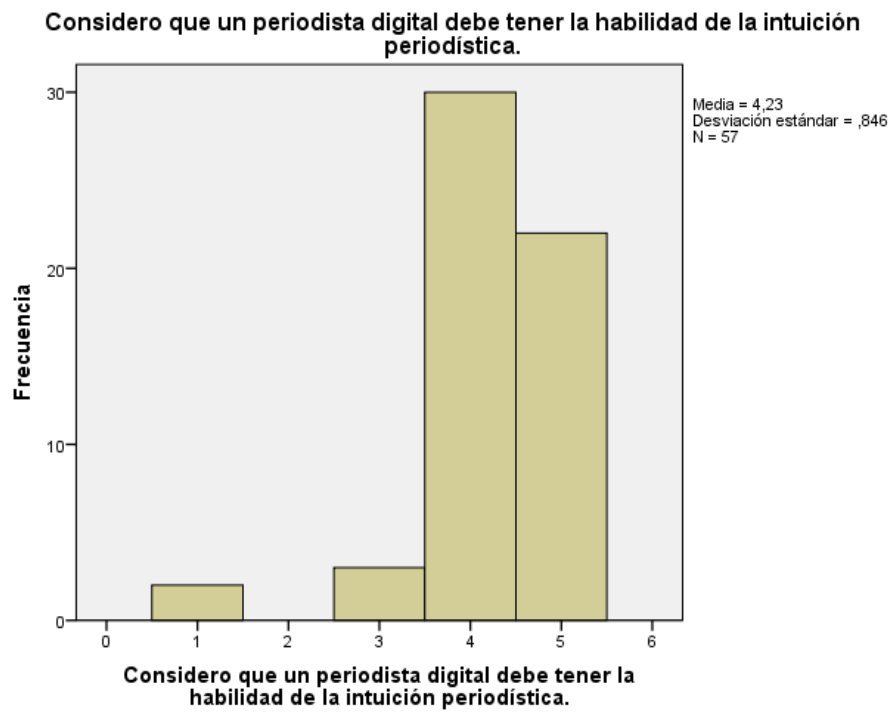


Tabla 10

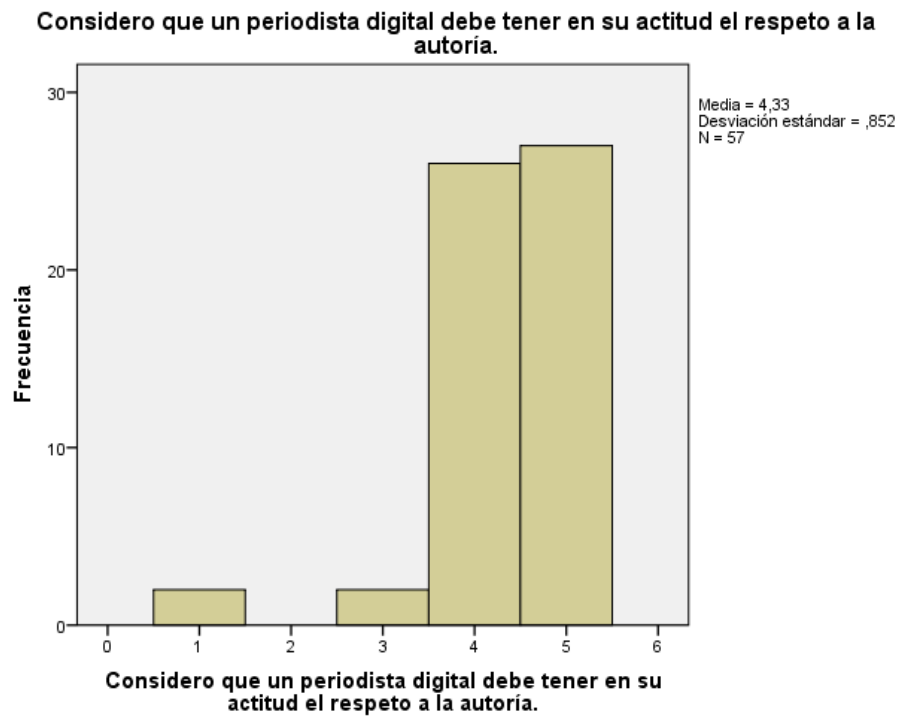


Tabla 11

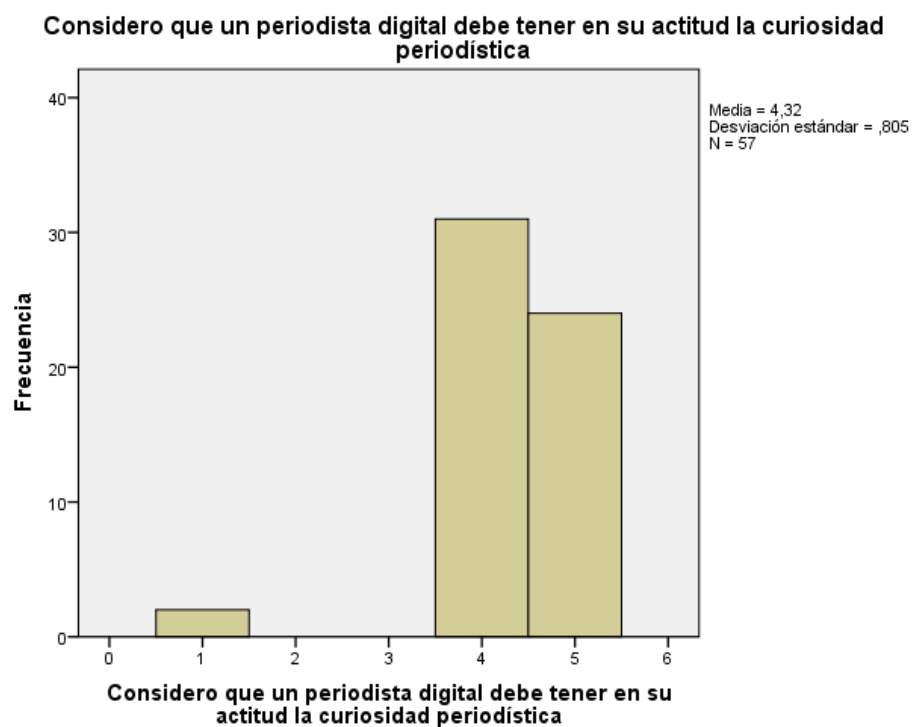


Tabla 12

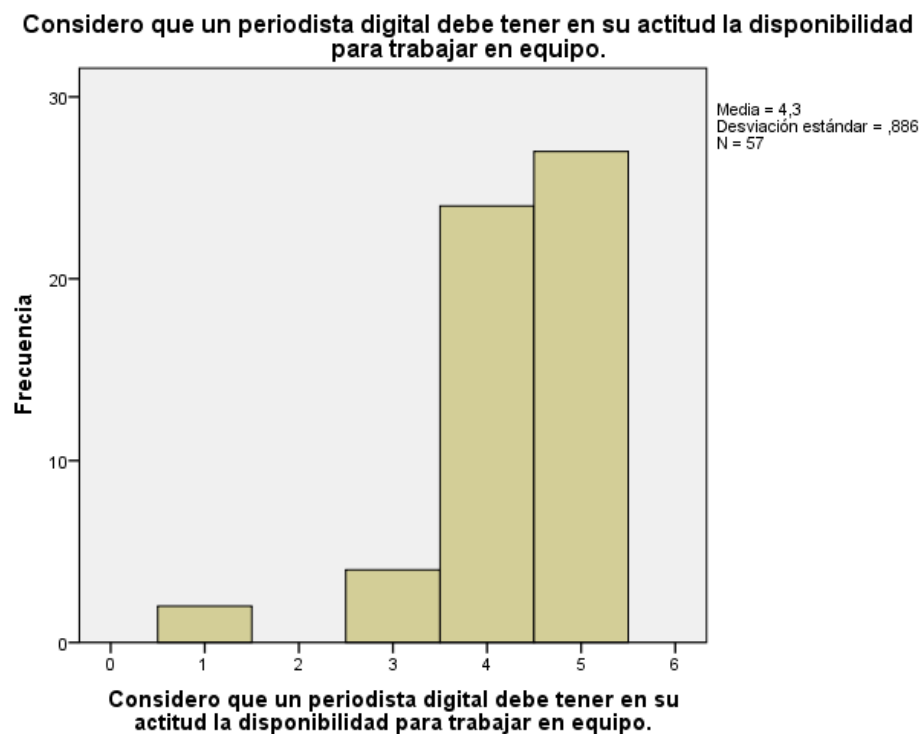


Tabla 13

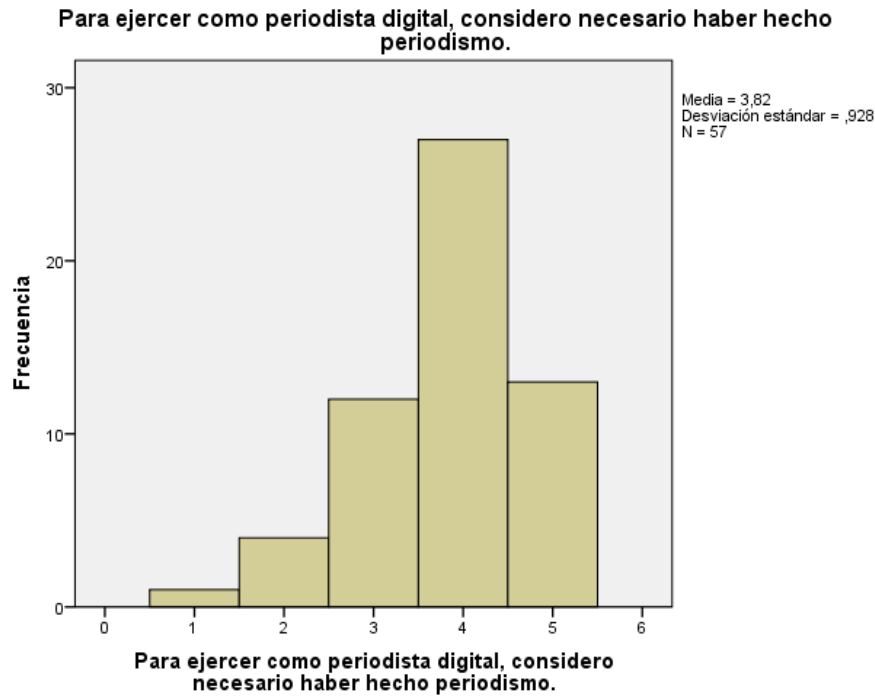


Tabla 14

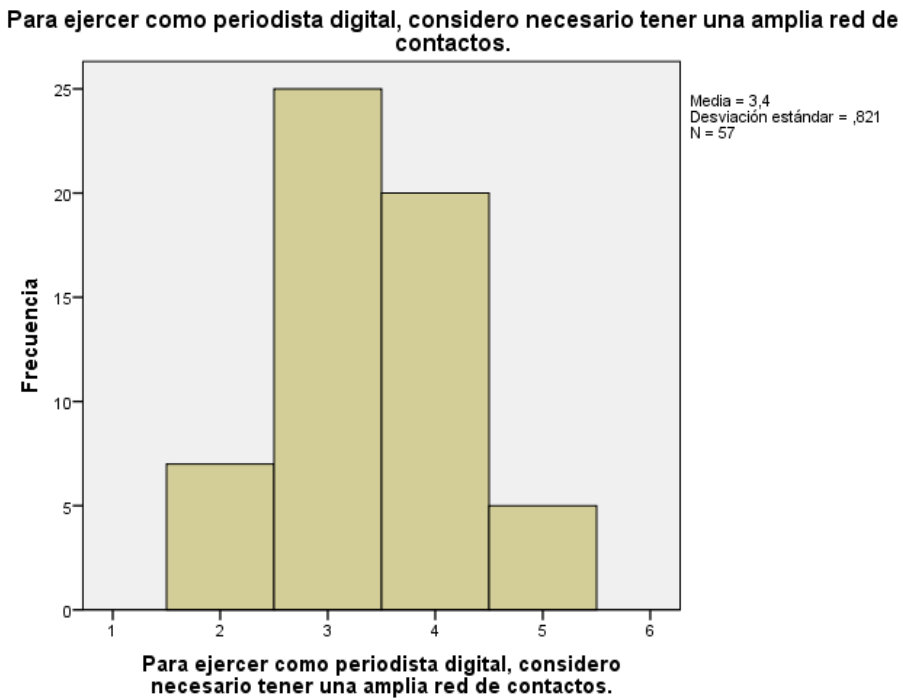


Tabla 15

Para ejercer como periodista digital, considero necesario tener influencia en las redes sociales.

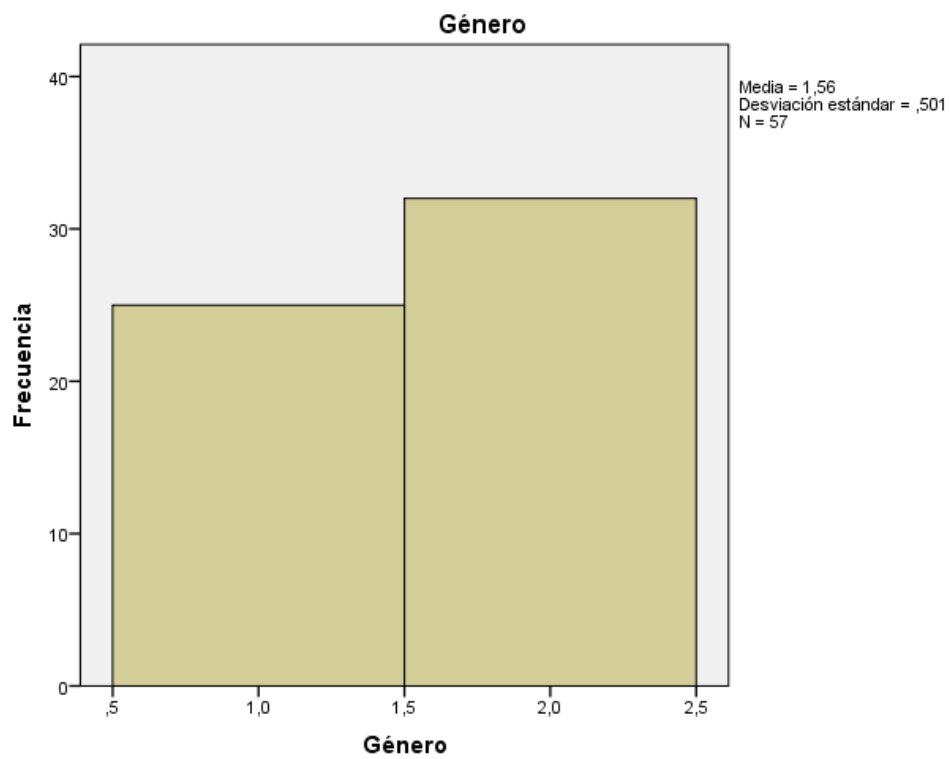
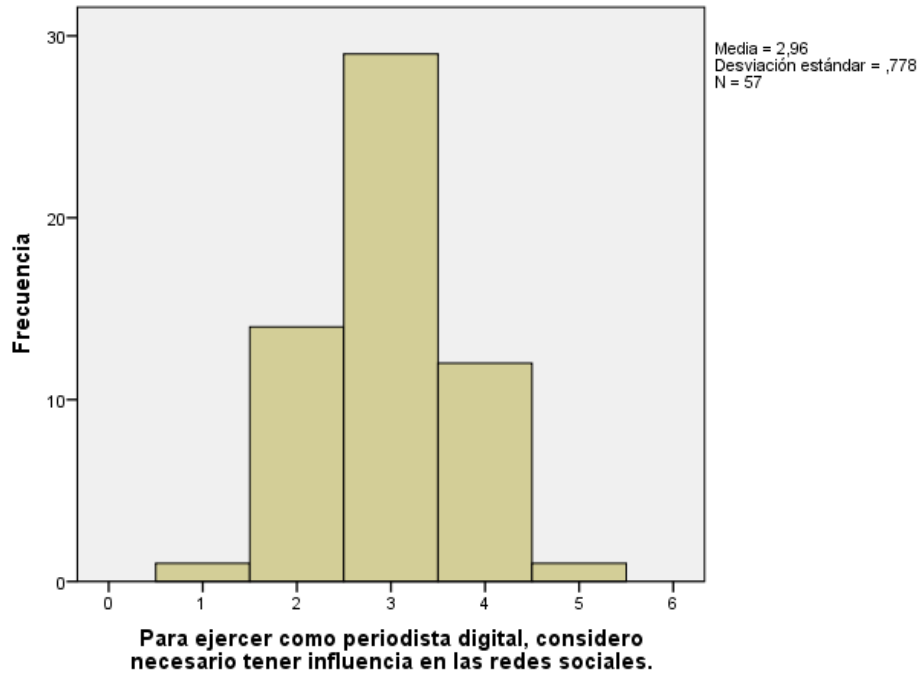


TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pereda Zsuleta, David

Título y/o Grado: Bachiller en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Periodismo

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(x) Otros. Especifique

Universidad que labora: Pontificia Universidad Católica del Perú

Fecha: 1/10/2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:


.....

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		No he visto los objetivos explícitos pero los colijo
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		Depende de lo que se quiera saber
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		Quizá algunos pidan aclaraciones
TOTAL				

SUGERENCIAS: Revisar cuadro, considere posible agregar lo allí escrito

NOMBRE Y APELLIDOS: David Pereda Zsuleta



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: CARRASCO BENITES, Luis Ernán.

Título y/o Grado: Msc. Gestión de la Información y del Conocimiento.

Ph. D.....() Doctor.....() Magister... Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad San Martín del Porres.

Fecha: 1°/10/2018.

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bendezú Huapaya, Juan Rider

Título y/o Grado: _____

Ph. D.....() | Doctor.....() | Magister....(X) | Licenciado....() | Otros. Especifique

Universidad que labora: Salme Bausate y Meza

Fecha: 01/OCT/2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

.....

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Mario Buenaventura Castillo Hilario, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Norte (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada:

El perfil profesional para ejercer periodismo en el entorno digital, según los periodistas de la web del Grupo La República, 2018

del (a) estudiante
constato que la investigación tiene un índice de similitud de *27*...% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 11 de setiembre de 2019.

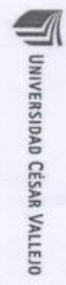


Firma

Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario

DNI: 20063201

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

EL PERFI PROFESIONAL PARA EJERCER PERIODISMO EN EL ENTORNO DIGITAL SEGUN LOS PERIODISTAS DE LA WEB DEL GRUPO LA REPUBLICA, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

AUTOR:

ORTIZ SANCHEZ, CLAUDIA CAROLINA

ASESOR:

ME MARIO CASTILLO HILARIO



Resumen de coincidencias: 27%

Coincidencia	Porcentaje
1. Estrategia a Universidad...	7%
2. y técnicas de comunicación...	5%
3. periodismo en la era digital...	3%
4. Estrategia a Universidad...	1%
5. www.estrategia.com...	1%
6. periodismo en la era digital...	1%
7. www.periodismo.com...	1%
8. Universidad César Vallejo...	1%
9. www.periodismo.com...	1%
10. www.periodismo.com...	1%
11. periodismo.com...	<1%



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres : Ortiz Sánchez, Claudia Carolina
D.N.I. : 47502502
Domicilio : Jr. Pisagua 1167 - La Victoria
Teléfono : Fijo : Móvil : 954945486
E-mail : claudiaortiz797@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación
Escuela : Ciencias de la Comunicación
Carrera : Ciencias de la Comunicación
Título : Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Título de la tesis: "El perfil profesional para ejercer periodismo
en el entorno digital, según los periodistas de la web
del Grupo La República, 2018"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha:

11/09/2019



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ORTIZ SÁNCHEZ, CLAUDIA CAROLINA

INFORME TÍTULADO:

**EL PERFIL PROFESIONAL PARA EJERCER PERIODISMO EN EL
ENTORNO DIGITAL, SEGÚN LOS PERIODISTAS DE LA WEB DEL
GRUPO LA REPÚBLICA, 2018.**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 05 de diciembre de 2018.

NOTA O MENCIÓN: 13



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN