



## Apropiación social de herramientas digitales 2.0 por periodistas venezolanos

*Daniela Artigas Ávila*

### Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo estudiar el uso que los periodistas venezolanos hacen de las herramientas digitales de análisis e interpretación de la web 2.0. El trabajo se basó en las investigaciones realizadas por Funredes (2005; 2002), Proulx (2004) y Neüman (2008) sobre uso, apropiación social y tecnológica en el que participaron 13 periodistas venezolanos. Entre los resultados se encontró que los periodistas encuestados consideran que las herramientas 2.0 pueden adaptarse en un nivel medio-alto a su trabajo, sin embargo no alcanzaron a apropiarse de las herramientas presentadas a pesar de conocerlas, manejarlas y afirmar que pueden ser útiles en su trabajo, debido a que el uso de las aplicaciones alteraría la rutina periodística establecida.

**Palabras clave:** Web 2.0, herramientas digitales de análisis e interpretación, periodismo venezolano, uso, apropiación social.

---

Recibido: 08/06/08 • Aceptado: 05/08/08

\* Licenciada en Comunicación Social. Mención: Periodismo impreso (URBE, 2005). Magíster Scientiarum en Ciencias de la Comunicación. Mención: Nuevas Tecnologías de la Información (LUZ, 2008). Docente de las cátedras Cyberperiodismo y Tecnología de la Información y la Comunicación en la Universidad Católica Cecilio Acosta (UNICA). Asistente del proyecto de investigación CONDES: Apropiación social de herramientas Web 2.0 en el periodismo venezolano. Correo electrónico: danielaart@gmail.com

## *Social appropriation of 2.0 digital tools by Venezuelan journalists*

### **Abstract**

This study aimed to explore the use of digital analysis and interpretation of Web 2.0. tools by Venezuelan journalists. The work was based on investigations by Funredes (2005, 2002), Proulx (2004) and Neuman (2008) concerning use, social and technological appropriation. The research is a pre-experiment with a descriptive and non-probability sampling in which 13 Venezuelan journalists participated. Among the findings was that the journalists polled believe that 2.0 tools can be adapted into their work on a medium-high level; however, they were not able to appropriate the tools presented despite knowing them, managing them and affirming that they could be useful in their work. The reason for not appropriating the tools seems to be that the use of these applications would alter their set journalistic routine.

**Key words:** Web 2.0, digital analysis and interpretation tools, Venezuelan journalism, use, social appropriation.

### **1. La apropiación social en relación a las TIC**

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), fueron desarrolladas vertiginosamente a partir de los años 60 y 70, y con ello la creación de ciertos hardware y software que le han brindado a los usuarios maneras de realizar tareas cotidianas de modo distinto a la habitual, en un ambiente digital conformado por ceros (0) y unos (1) que se encargan de transportar la información.

Para estos años se desarrolló Internet la cual consiste en una red de computadores interconectados que transportan y comparten información entre sí, más adelante, a partir de los años 90, se desarrolló la World Wide Web o www conocida como “una forma de acceder a la información a través de Internet usando el Protocolo de Transferencia de Hipertexto (Hypertext Transfer Protocol, HTTP) y navegadores Web” (Briggs, 2007:24).

Ahora, éstos hardware y software se desarrollan generalmente en países desarrollados cuyos habitantes están acostumbrados a obtener y

usar los dispositivos de modo que les resulta natural porque fueron creados para esa realidad.

Pero, ¿qué sucede cuando un determinado hardware o software es llevado a los países periféricos (poco desarrollados) cuya realidad socio-económica e incluso política dista mucho de la de los países desarrollados?

La organización no gubernamental Funredes (2005:05) señala que en América Latina, la tecnología es asumida a través de la apropiación. Pero, ¿qué significa apropiación?, Bernardo Subercaseaux (2002: s/n) señala que es un modelo de vida-aprendizaje del hombre donde éste se “hace propio” de lo ajeno, decodificándolo y codificándolo acorde a sus necesidades, es decir sacándolo de sus raíces y sembrándolo según sus especificaciones en el escenario del cual forma parte.

América Latina según Subercaseaux (2002: s/n) posee “un enfoque más perceptivo y sensible a lo híbrido, a los acoplamientos, a los sincretismos, y a los rasgos y matices que se van configurando en el proceso de hacer propio lo ajeno” lo cual ha preparado al individuo desde las primeras mezclas entre razas y sus costumbres, y ha generado nuevas formas de ver y entender su propio espacio.

Esto quiere decir que los latinoamericanos están constantemente apropiándose de productos, herramientas y conceptos de otros países, y debido a particularidades específicas de su cultura y su entorno se apropian de los modelos diseñados para otras latitudes, es decir los tropicalizan. En palabras de Subercaseaux (2005:4) “lo latinoamericano no sería algo hecho o acabado, sino algo que estaría constantemente haciéndose”.

Asimismo, María Isabel Neüman (2008:6) especifica que:

Una de las características de las sociedades que habitan la periferia del sistema capitalista actual es moverse en espacios donde las estructuras y los productos sociales que las rodean son de origen exógeno: comenzando por la “industria cultural”, los objetos de consumo o mercancía y la estructura de las organizaciones formales. La mayoría de estos elementos no son creados en el interior de la sociedad como resultado de procesos endógenos económicos y culturales, sino adquiridos, trasladados y muchas veces impuestos por los centros de producción de conocimiento y cultura.

América Latina al figurar en la *periferia* como se explica anteriormente, obtiene la mayoría de sus productos y conceptos de entes exógenos a su realidad por lo cual el proceso regular para usar y entender estos es apropiándose de ellos.

En relación a la tecnología, Serge Proulx (2004: s/n) señala que deben darse cuatro condiciones para apropiarse de algo, las cuales son:

1. El dominio técnico y cognitivo del artefacto.
2. la integración significativa del objeto técnico en la práctica cotidiana del usuario.
3. el uso repetido de esta tecnología que abre hacia posibilidades de creación (acciones que generan novedad en la práctica social).
4. finalmente, a un nivel propiamente más colectivo, la apropiación social supone que los usuarios estén adecuadamente representados en el establecimiento de políticas públicas y al mismo tiempo sean tenidos en cuenta en los procesos de innovación (producción industrial y distribución comercial).

En esta investigación la apropiación social se entiende como un proceso que empieza en la alfabetización y se refiere a las capacidades básicas (conceptuales, culturales y operativas) relacionadas al uso y manejo básico de TIC.

Continúa en el aprendizaje, donde el individuo se somete a un entrenamiento para aprehender y reforzar conocimientos previos básicos, un proceso que intencional, provoca mejoras en el nivel cognitivo de los individuos.

Luego, el uso con sentido, que se manifiesta como la materialización intelectual de lo aprehendido por el individuo en el proceso de aprendizaje, donde éste aplica *intencionalmente* lo aprendido e igualmente empieza a idear nuevas formas de desarrollo de los procesos; cuando esas ideas son puestas en prácticas y hay un aporte significativo y novedoso para quien maneja la herramienta que se traduce en mejoras en el proceso o en el producto final alcanzado en el trabajo o en sus actividades, se llega a la apropiación tecnológica que es hacer de esa herramienta, un instrumento diseñado para otra realidad, un instrumento útil que sea capaz de impactar favorablemente en los procesos que desarrolla día a día.

La apropiación social entonces se conforma de todo el proceso mencionado anteriormente y será palpable cuando se consiga independencia y autodeterminación tecnológica que implique capacidad para resolver problemas propios y particulares.

Esta apropiación social de Internet para la red Mística mejor conocida como Funredes (2002; 2005) debe darse para que las herramientas digitales desarrolladas adquieran un significado en la cotidianidad de los grupos sociales y sean útiles para la generación de nuevos conocimientos que les permita transformar las realidades en las cuales se encuentran insertos los individuos.

Las herramientas presentadas a los periodistas para su apropiación son “aquellos elementos y *procedimientos* como: software, sistemas informáticos y telemáticos, bases de datos entre otros que faciliten la recolección, análisis, interpretación y distribución de la información periodística independientemente del medio por el cual circule” Artigas (2008: 56).

Estas se encuentran en el entorno digital y se desarrollan actualmente bajo la tendencia Web 2.0 que se caracteriza por

- Presentar RSS o sistema de sindicación.
- Estar en beta perpetuo (no necesita de actualizaciones).
- Suplir las aplicaciones del computador tal como se han conocido hasta ahora para pasarlas a la Web (Omnipresencia digital).
- Pasar del lenguaje estático HTML a los lenguajes dinámico y flexible CMS y XML.
- Tener opciones de etiquetado.
- Estar diseñadas bajo parámetros usables y estéticamente llamativos.

Las herramientas que se presentaron a los periodistas venezolanos y que pertenecen a la Web 2.0 son definidas por Cobo y Pardo en su obra, *Planeta Web 2.0*, como aquellas que facilitan al usuario a “acceder, administrar, integrar, evaluar y crear información” (2007:17).

Estas herramientas pueden ser útiles para los periodistas en la elaboración de su trabajo puesto que facilitarían el análisis y la interpretación de la información, por ende, los comunicadores sociales tendrían en

ellas un apoyo para realizar su trabajo de manera distinta a la rutina periodística establecida y quizá logren mejores resultados.

## 2. Métodos y procedimientos

La investigación es un pre-experimento dentro de los experimentos, de tipo descriptivo según Hernández Sampieri y col. (2003:288) señalan, ya que se “aplica un estímulo a un individuo o grupo de individuos para ver el efecto de ese estímulo en alguna(s) variable (s) del comportamiento de éstos. Esta observación se puede realizar en condiciones de mayor o menor control”.

También podría ubicarse este trabajo según Hernández Sampieri y col (2003:220) dentro del diseño preprueba - posprueba con un solo grupo aunque sólo se realiza posprueba ya que hay “una medición a los sujetos de un grupo (...) que aparece después del estímulo”.

Sin embargo hay un cuestionario que los periodistas que forman parte de la muestra completaron una sola vez; un cuestionario previo al experimento con las herramientas en el que se mide el nivel conceptual y práctico (Alfabetización) que poseen los periodistas sobre el uso de TIC.

Asimismo, se destaca que los periodistas que formaron parte de la muestra fueron los mismos al comienzo y al término del experimento.

La población la conforman los periodistas venezolanos pero la selección de la muestra, según Hernández Sampieri y col (2003:335), se realizó bajo el enfoque no probabilístico puesto que “la elección de sujetos u objetos de estudio depende del criterio del investigador”.

Asimismo es una muestra de sujetos voluntarios (Hernández Sampieri y col., 2003: 327-328) porque se tomó una:

...muestra fortuita (...) donde el investigador elabora conclusiones sobre especímenes que llegan a sus manos de forma casual. (...) Este tipo de muestras se usa en laboratorios donde se procura que los sujetos sean homogéneos en variables tales como edad, sexo o inteligencia, de manera que los resultados o efectos no obedezcan a diferencias individuales, sino a las condiciones a las que fueron sometidos.

Entonces, para el presente estudio, la muestra es no probabilística y de sujetos voluntarios, debido a que primero se establecieron una serie de especificaciones para la elección de la muestra, las cuales fueron:

- Ejercer el periodismo utilizando Internet como herramienta.
- Poseer un manejo mínimo del idioma Inglés que les permita comprender y utilizar sitios Web en ese idioma.
- Encontrarse motivados a intentar el ejercicio periodístico con herramientas que les posibiliten el manejo de un mayor volumen de fuentes informativas y una gestión de contenidos proclive al análisis profundo de la información.

Y luego se procedió a ubicar a aquellos periodistas que cumplieran con las especificaciones antes descritas. Ellos fueron detectados de tres maneras:

- Visita a sus sitios de trabajo.
- Invitación enviada por correo electrónico.
- Recomendación de otros compañeros.

A los periodistas venezolanos ubicados se les planteó el objetivo de la investigación y la participación que tendrían en el experimento.

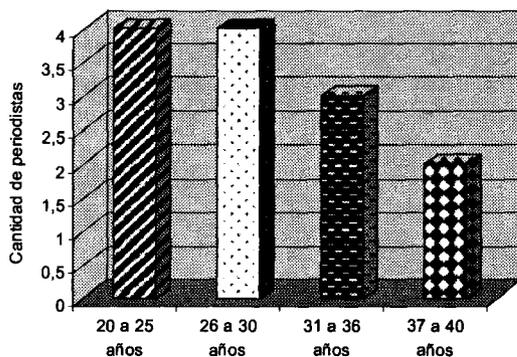
En total, 13 comunicadores venezolanos provenientes de medios impresos, radiales, institucionales y de ejercicio libre, aceptaron formar parte del experimento en el cual el canal de comunicación entre la muestra y el investigador sería el correo electrónico.

A su vez, se estableció comunicación con los periodistas de la muestra a través de un blog creado para el estudio denominado: [www.en-cochinados.blogspot.com](http://www.en-cochinados.blogspot.com). Por este medio se suministró un cuestionario previo donde se conoció el perfil de los periodistas y se midió la alfabetización tecnológica que poseen. Posteriormente y durante un período de quince días los periodistas de la muestra experimentaron, bajo ciertos estímulos establecidos y sus experiencias previas, con las herramientas digitales 2.0 facilitadas a través del blog mencionado anteriormente donde encontraron una breve explicación sobre ellas, sobre su uso y aplicación al trabajo periodístico. Luego de finalizado el tiempo establecido (dos semanas), el periodista debía completar un cuestionario a través del cual, el investigador evaluó el proceso de apropiación social de estas herramientas.

### 3. Resultados

Los resultados que se observan a continuación son los correspondientes al cuestionario aplicado una sola vez antes de comenzar con el experimento; este cuestionario permitió conseguir información relacionada al perfil de los periodistas de la muestra y la *alfabetización tecnológica* que los encuestados poseen en relación al uso y manejo de Internet y sus herramientas digitales.

Los datos demográficos recabados señalan que las edades de los periodistas participantes oscilaron entre los 22 y los 38 años, lo cual permite inferir que la muestra es bastante joven. En relación a la distribución de las edades se encontró que 4 periodistas tienen entre 20 y 25 años, mientras que otros cuatro están entre los 26 y 30 años. De los encuestados, 3 mencionaron tener entre 31 y 36 años y sólo 2 se encuentran entre los 37 y los 40 años de edad (Ver Gráfico Nº 1). En resumen, más de la mitad de los participantes no supera los 30 años de edad.

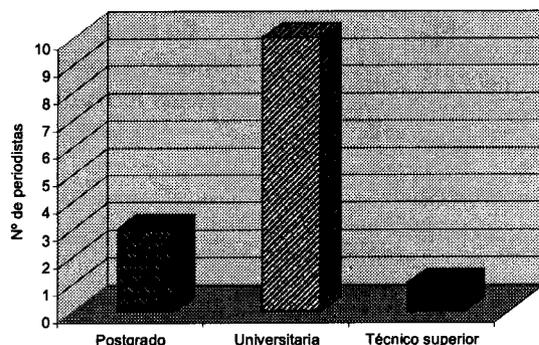


**Gráfico Nº 1. Datos demográficos. Edad de los periodistas.**

El total de la muestra manifestó tener como profesión u oficio la comunicación social y/o periodismo.

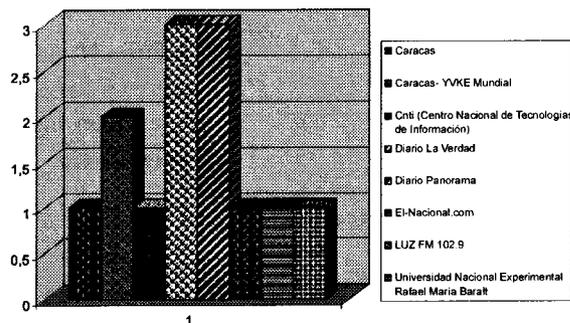
En cuanto a su nivel de instrucción, 10 periodistas afirman poseer grado de instrucción universitario, otros 3 han realizado postgrado, y uno de los encuestados precisó que poseía además del nivel universitario un grado técnico.

Entre los medios o lugares en los cuales trabajan los periodistas se encontró que 3 eran del diario Panorama y otros 3 del diario La Verdad, ambos del estado Zulia. Además, habían 2 periodistas del circuito radial



**Gráfico N° 2.**  
**Nivel de instrucción de los periodistas**

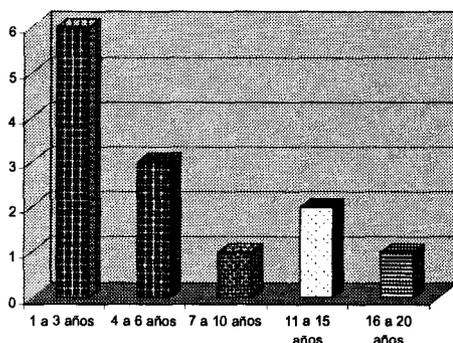
YVKE-Mundial Caracas, uno que sólo ubicó como lugar de trabajo la ciudad de Caracas, uno de la emisora de radio LUZ F.M 102.9, otro de la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, uno del Centro Nacional de Tecnologías de la Información de Venezuela (CNTI) y otro de El-nacional.com, para completar la muestra conformada por 13 periodistas. Ver Gráfico N° 3.



**Gráfico N° 3.**  
**Lugar de trabajo de los periodistas venezolanos**

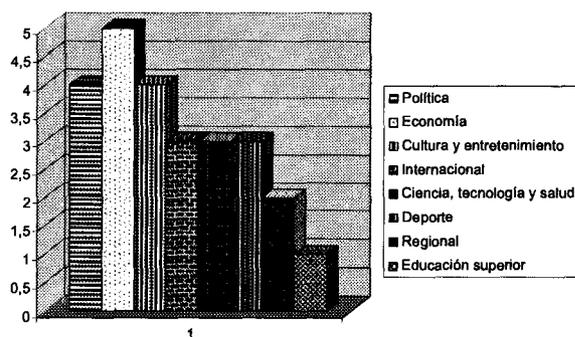
En cuanto a los años de experiencia que tienen los periodistas, los resultados obtenidos están vinculados a las edades de los participantes, cuya muestra resultó ser bastante joven por ende los años experiencia que presentan la mayoría de los encuestados son pocos; según se observa en el Gráfico N° 4, seis periodistas tienen de 1 a 3 años de experiencia, 3 periodistas manifiestan tener de 4 a 6 años, dos mencionan tener de 11 a 15 años; mientras que uno tiene de 7 a 10 años en medios y otro de 16 a 20 años.

Las fuentes que cubren los participantes de la muestra son variadas. Se destacan política y economía entre las respuestas más frecuentes, 4 periodistas afirman trabajar con la primera y 5 con la segunda.



**Gráfico N° 4.**  
**Años de experiencia**  
**de los periodistas**

Cultura y entretenimiento es desarrollada por 4 periodistas. Mientras que 3 de los encuestados afirmaron trabajar con Ciencia, tecnología y salud, otros tres manifestaron manejar la información internacional y tres se dedican a cubrir deportes. Dos periodistas afirmaron trabajar con informaciones regionales y sólo uno con la fuente Educación superior, cabe resaltar que este participante realiza periodismo institucional en una universidad nacional.

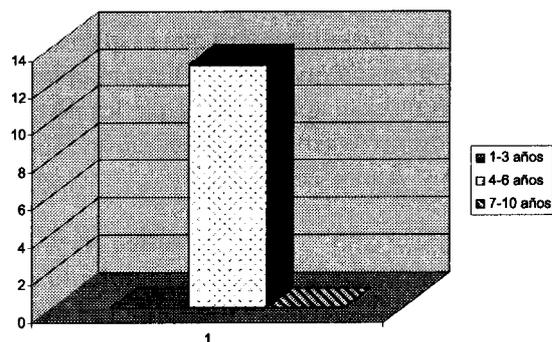


**Gráfico N° 5.**  
**Fuentes y áreas**  
**que cubren los**  
**periodistas**

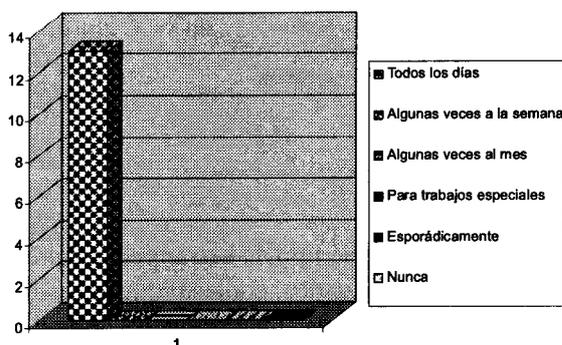
Con respecto a la *alfabetización tecnológica* y en específico al uso y experiencia de la Web se les preguntó a los participantes, ¿Desde hace cuánto tiempo utiliza Internet?, todos los encuestados afirmaron que lo hacían desde hace 6 años.

Asimismo mencionaron que, aprovechaban Internet y sus herramientas en su trabajo todos los días lo cual demuestra cierto nivel de experticia en cuanto a su uso y manejo. Ver Gráfico 7.

Además, se le pidió a los encuestados, que valoraran, según una escala presentada, cuánto podían ayudarles las herramientas digitales en su

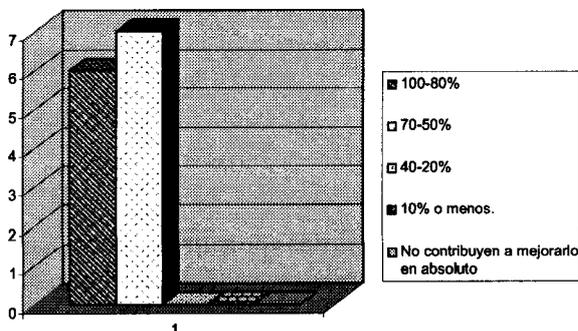


**Gráfico N° 6.**  
**Uso de Internet**



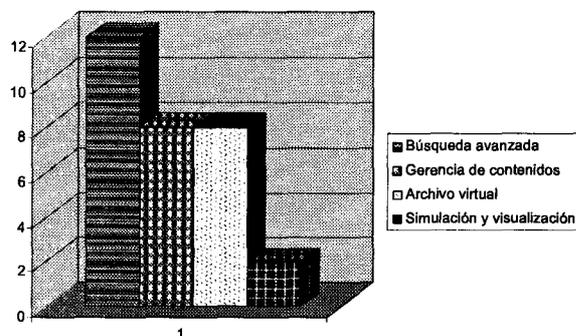
**Gráfico N° 7.**  
**Frecuencia de uso de Internet**

trabajo diario, de esta manera conocíamos el uso y la experiencia que los periodistas venezolanos han desarrollado en esta área; entre los resultados destaca que, 7 de 13 periodistas consideran que el uso de las aplicaciones digitales les ayuda a mejorar su trabajo entre un 70-50% mientras que los 6 restantes consideran que las herramientas les ayudan entre un 100%-80%. Según se observó todos los periodistas de la muestra consideran que las herramientas utilizadas contribuyen a mejorar su trabajo en una escala que es igual o superior a 50% (Ver Gráfico N° 8).



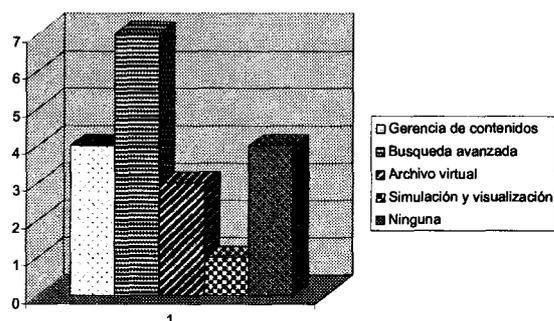
**Gráfico N° 8.**  
**Uso y experiencia de las herramientas digitales**

Al ser consultados sobre el tipo de aplicaciones que usan en su trabajo, 12 de los encuestados reconocieron que utilizan herramientas de búsqueda avanzada; 8 periodistas utilizan aplicaciones que les permita manejar contenido o que posean archivos virtuales, mientras que sólo 2 usan herramientas de simulación y visualización.



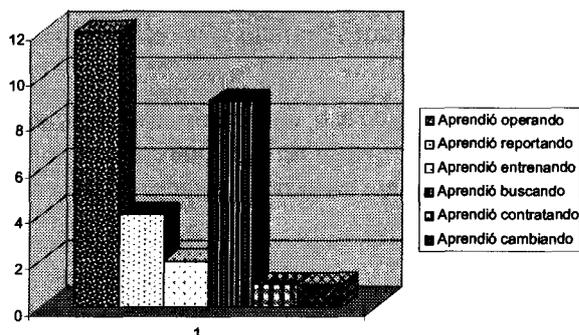
**Gráfico N° 9.**  
**Herramientas**  
**digitales que usan**  
**los periodistas**  
**en su trabajo**

Se les consultó a los periodistas ¿Qué tipo de herramientas aprendieron en la universidad?, 7 de los encuestados, contestó que aprendieron sobre aplicaciones de búsqueda avanzada, 4 participantes aprendieron sobre herramientas de gerencia de contenidos, y este mismo número de participantes, 4, explicó que no habían aprendido ninguna. Sólo a 3, les enseñaron a usar herramientas de archivo virtual en la universidad y sólo a uno, herramientas de simulación y visualización (Gráfico 10).



**Gráfico N° 10**  
**Herramientas**  
**digitales aprendidas**  
**en la universidad**

En relación a la forma cómo los periodistas aprendieron a manejar las herramientas digitales que ya conocen se destaca que, 12 de ellos han aprendido manejándolas (ensayo y error), 9 periodistas mencionaron ha-



**Gráfico N° 11**  
**Tipo de aprendizaje**

ber aprendido buscando información o material sobre ellas; 4 periodistas aprendieron reportando, 2 periodistas aprendieron entrenando, uno aprendió contratando y otro aprendió producto de los cambios que se generaban en la compañía donde laboran.

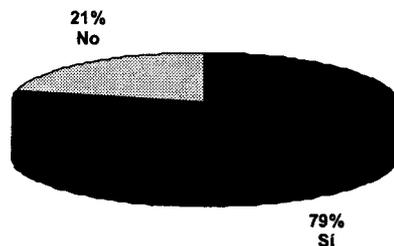
Posterior al primer cuestionario se estableció la siguiente dinámica: cada dos semanas a través del blog [www.enochinados.blogspot.com](http://www.enochinados.blogspot.com) se presentaba a los periodistas un paquete de 2 a 3 herramientas Web 2.0 con las cuales debían experimentar; al término de este tiempo, los participantes tendrían que completar los cuestionarios enviados. En el siguiente cuadro se detallan cuáles fueron las herramientas estudiadas, cuál fue el período de tiempo dedicado, qué tipo de herramienta era y cuántos periodistas participaron esa semana.

Semana	Herramientas estudiadas	Tipo de herramientas estudiadas	Periodistas que participaron
1era (desde el 10/09/07 hasta el 21/09/07)	Buzztracker y Marumushi Map	Gerencia de contenidos	8 periodistas (62%)
2da (desde el 24/09/07 hasta el 05/10/07)	alertas de Google, Exalead y Grokker	Gerencia de contenidos, Búsqueda avanzada	6 periodistas (46%)
3era (desde el 08/10/07 hasta el 19/10/07)	Bloglines, Veneblogs y Technorati	Gerencia de contenidos, Búsqueda avanzada	2 periodistas (9%)
4ta (desde el 22/10/07 hasta el 03/11/07)	The Wayback Machine, The National Security Archive y Cyberschoolbus	Búsqueda avanzada, Archivo virtual, Archivo virtual	3 periodistas (23%)
5ta (desde el 5/11/07 hasta el 16/11/07)	del.icio.us, Digg y Touch graph	Gerencia de contenidos, Simulación y visualización	4 periodistas (31%)

Fuente: Elaboración propia.

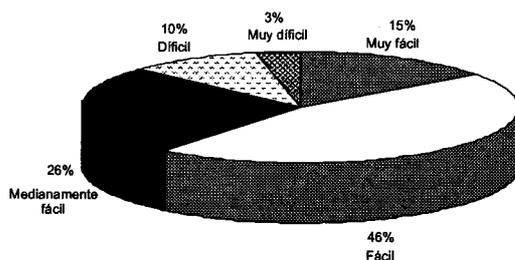
A continuación se presentan algunos gráficos que reflejan los resultados obtenidos en esta etapa.

En lo que respecta a la capacidad de uso, en específico al uso y manejo de las herramientas, un 79% de los votos reflejan que era la primera vez que los periodistas interactuaban con las herramientas propuestas en el experimento.



**Gráfico N° 12.**  
**Primer contacto con las herramientas**

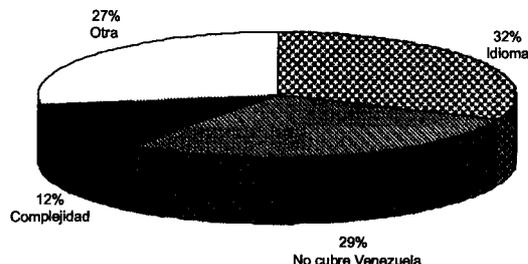
En el Gráfico N° 13 se observan los resultados relacionados al nivel de dificultad percibido por los periodistas en relación a las herramientas estudiadas. Según el 46% de los datos procesados, las herramientas se encuentran en un nivel fácil, un 26% refleja que las aplicaciones son medianamente fáciles, un 15% de los resultados especifica que son muy fáciles, un 10% expresa que son difíciles y un 3% muy difícil. Entonces, tal como se describió, los periodistas sitúan a las herramientas mayoritariamente en un nivel de dificultad que está por encima de medianamente fácil y que abarca el fácil y muy fácil.



**Gráfico N° 13.**  
**Nivel de dificultad de las herramientas**

Entre las dificultades que los participantes identificaron en las aplicaciones se encuentra que el idioma (usualmente las herramientas están desarrolladas en inglés), es una barrera para trabajar con ellas en un 32%; le sigue el hecho de que las aplicaciones no cubran a Venezuela con un 29%; mientras que un 27% de los resultados muestran que las dificultades son otras (asociadas al diseño y estructura de las aplicaciones). Sólo un

12% de los datos obtenidos reflejan que los periodistas consideran que las herramientas son complejas. Según se nota, a pesar que los participantes conocen lo básico sobre el idioma inglés (tal como se solicitó) hay resistencia a usar herramientas en su trabajo que no estén en su lengua materna, quizá porque para ello deben invertir tiempo para traducir sus contenidos.



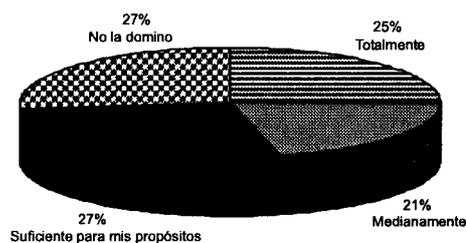
**Gráfico N° 14.**  
**Dificultades que**  
**presentan las**  
**herramientas**

Se le preguntó a los periodistas que cambiarían, agregarían o quitarían de las herramientas si tuvieran la oportunidad de hacerlo y acotaron que cambiarían el diseño y presentación de algunas herramientas, por lo que eliminarían ciertos elementos que dificultan su entendimiento y su navegación para que fuesen más sencillas, claras y estructuradas. También expresaron que agregarían información relacionada a Latinoamérica, Venezuela y sus regiones.

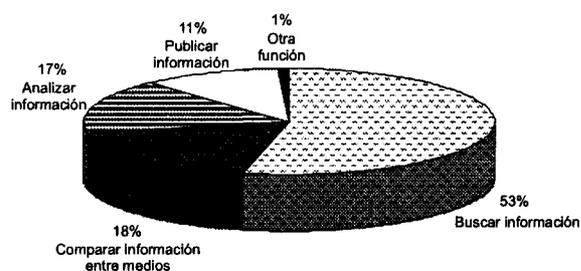
Asimismo, se les pidió a los participantes según una escala propuesta que expresaran cuánto dominaban las herramientas presentadas. El 27% de los datos obtenidos refleja que los periodistas consideran que dominan las aplicaciones lo suficiente para sus propósitos y otro 27% de los resultados muestra que los periodistas piensan que no dominan las herramientas. Sin embargo, un 25% de los resultados obtenidos refiere que los periodistas manifiestan dominar totalmente las aplicaciones y un 21% medianamente.

A pesar de que hay una diferencia mínima entre porcentajes la mayoría de los resultados, un 54%, refleja que los periodistas dominan poco o nada las herramientas estudiadas en comparación con el 46% restante que corresponde al dominio medio o total de las aplicaciones.

En relación al *funcionamiento de las herramientas* (Ver Gráfico N° 16) se encontró que, un 53% de los resultados señalan que Buscar información fue la opción más votada por los periodistas de la muestra, mientras que comparar información fue la segunda con un 18%, le sigue



**Gráfico N° 15.**  
**Dominio de las herramientas**

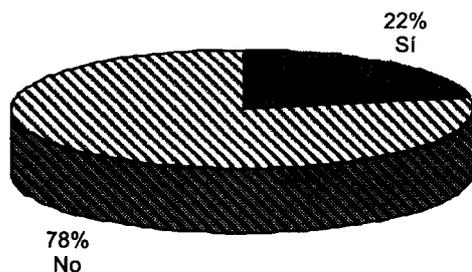


**Gráfico N° 16.**  
**Las herramientas le ayudan a**

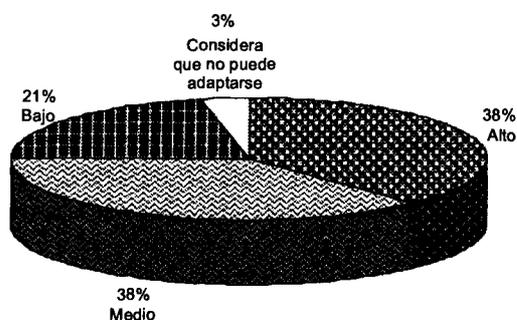
Analizar información con un 17% y publicar información con un 11% según los datos obtenidos. Sólo el 1% de los resultados reflejan que fueron percibidas otras funciones en las herramientas como: ordenar, editar, guardar y compartir información. Este ítem fue de selección múltiple.

En cuanto al *uso con sentido*, específicamente a la *vinculación de las herramientas presentadas con otras* que ya conozcan los periodistas, un 22% de los resultados refleja que los participantes conocían aplicaciones parecidas a las estudiadas, sin embargo el 78% restante manifiesta que no, lo cual demuestra que los periodistas, en su mayoría, no poseen un punto de comparación entre herramientas ya conocidas y las herramientas de la muestra, por ende no puede haber vinculación alguna.

En cuanto a la *adaptación de las herramientas a la labor periodística* un 38% de los reporteros expresa que las aplicaciones presentadas pueden adaptarse altamente y otro 38% considera que pueden ajustarse medianamente. La sumatoria de estos resultados da 76%, por lo cual, se puede inferir que la mayoría de los periodistas encuestados reconocen que estas aplicaciones pueden adaptarse e incluirse en su rutina profesional.

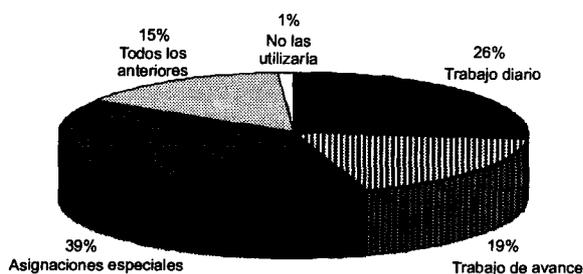


**Gráfico N° 17**  
Vinculación de las herramientas estudiadas con otras.



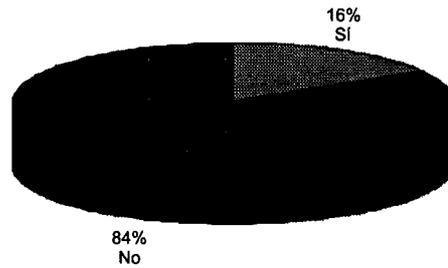
**Gráfico N° 18.**  
Adaptación de las herramientas a la labor periodística

Asimismo, se le preguntó a los periodistas para qué tipo de trabajo usarían las herramientas estudiadas, un 39% de los resultados reflejaron que las usarían para realizar asignaciones especiales, un 26% de los datos obtenidos muestra que los periodistas las usarían para su trabajo diario, el 15% de los resultados expresa que las usarían para realizar todos los trabajos señalados, y se encontró que el 1% refleja que los periodistas participantes no utilizarían las herramientas presentadas.



**Gráfico N° 19.**  
Uso de herramientas presentadas en el trabajo periodístico

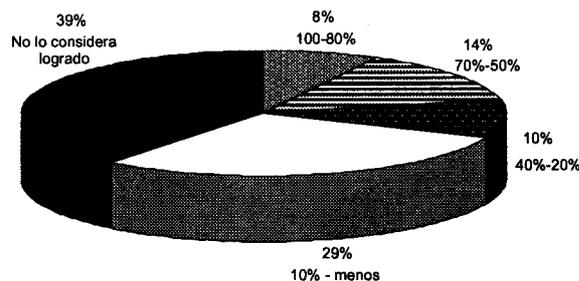
Con respecto al uso de las herramientas estudiadas para desarrollar algún trabajo periodístico, los resultados muestran que no fueron usadas en un 84%.



**Gráfico N° 20.**  
**Usó las herramientas presentadas para desarrollar algún trabajo periodístico**

Con respecto a la *apropiación tecnológica*, específicamente al *cambio en los procesos* y las nuevas estrategias aportadas al trabajo de los periodistas debido al uso de las herramientas, se encontró que un 39% de los resultados reflejan que los periodistas no consideran haber logrado aportar nuevas estrategias a su trabajo, mientras un 29% de los datos muestran que los participantes consideran haber logrado nuevas estrategias pero entre un 10% o menos.

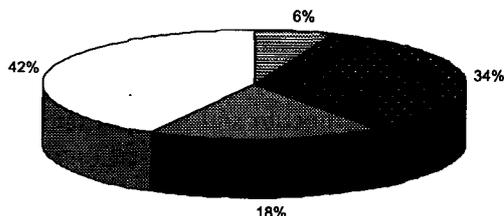
Por otra parte, un 14% de los resultados refleja que se aportaron estrategias entre 70-50% al trabajo de los periodistas, mientras que un 10% de los datos obtenidos refleja que se aportó entre un 40-20% de nuevas estrategias y sólo el 8% de los resultados muestra que hubo un aporte del 100% al 80% de nuevas estrategias. Un 39% de los resultados refleja por el contrario que no consideran haber aportado nuevas estrategias a su trabajo.



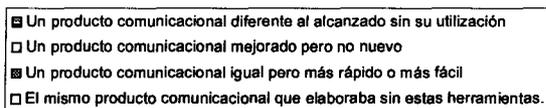
**Gráfico N° 21.**  
**Aporte de nuevas estrategias a su trabajo**

Entre los logros conseguidos debido al uso de las herramientas, un 42% de los datos obtenidos reflejan que se obtuvo el mismo producto comunicacional que elaboraba sin las herramientas; mientras que un 34% de los resultados refleja que se logró un producto comunicacional mejorado pero no nuevo, un 18% demuestra que se consiguió un producto co-

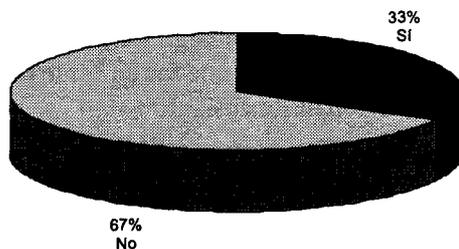
municacional más rápido o más fácil y sólo el 6% de los datos obtenidos manifiestan que se encontró un producto comunicacional diferente al alcanzado sin su utilización.



**Gráfico N° 22**  
**Logros con el uso de las herramientas digitales**



Finalmente y en cuanto a la *transferencia de conocimiento*, un 67% de los datos obtenidos reflejan que los periodistas de la muestra no mostraron las herramientas a sus compañeros, mientras que el 33% restante de los resultados refleja lo contrario.



**Gráfico N° 23**  
**Mostró las herramientas a sus compañeros**

Entonces, a pesar que los participantes de la muestra reconocen ciertos beneficios en las herramientas no hay una utilización mínima de las aplicaciones en su trabajo; además no asumen que el conocimiento adquirido pueda serle útil a los compañeros de trabajo, lo cual refleja cierta individualidad en las labores que realizan.

#### 4. Conclusiones

Los resultados antes presentados permiten concluir en relación a la alfabetización tecnológica de la muestra que los periodistas encuestados se encuentran *aparentemente* en un nivel satisfactorio, ya que la mayoría

de ellos señalaron utilizar Internet y sus herramientas desde hace más de 6 años con un uso casi diario del mismo; quizá esto se deba a que los periodistas participantes son bastante jóvenes y están acostumbrados a utilizar computadores, Internet y sus aplicaciones, es decir, acostumbrados a vivir con el concepto de lo digital.

El tipo de herramientas que más conocían y usan los periodistas venezolanos antes de someterse al experimento son las aplicaciones de búsqueda avanzada, recalcando que muchas de ellas las encontraron en la Web y aprendieron a manejarlas por ensayo y error, lo cual demuestra que el conocimiento que tienen de las mismas es bastante empírico y equivale al aprender operando.

Cabe acotar que se convocaron otros periodistas (en la etapa inicial del proyecto) con mayor experiencia y años de labores, pero la mayoría declinó participar según alegaron por razones de tiempo, otros se mostraron poco interesados con respecto a las aplicaciones e inclusive algunos afirmaron utilizar las herramientas de esta investigación en su rutina de trabajo.

Luego que los periodistas experimentaron con las herramientas se encontró que el nivel de respuesta fue bastante satisfactorio, en cuanto a críticas hacia las aplicaciones estudiadas; sin embargo y en relación a su continuidad en el experimento hay que destacar que fue bastante baja ya que sólo 4 de 13 periodistas estuvieron hasta el final.

Los periodistas, en general, coinciden en que el idioma es la principal barrera que les impide interactuar satisfactoriamente con las herramientas ya que la mayoría está en inglés. Otra barrera detectada es la poca información que encontraron sobre Latinoamérica, y en específico sobre su país en las herramientas, lo cual podría desalentarlos en su uso y apropiación.

Algunos de los participantes perciben las herramientas digitales de análisis e interpretación más como un juego que como una aplicación útil que podría ayudarles a resolver problemas específicos en su trabajo, quizá aún no han comprendido el impacto de las aplicaciones digitales en su trabajo.

Y según especifican, las herramientas estudiadas servirían más para realizar trabajos de avance y trabajos especiales, aunque no descartan que alguna de ellas les sirva para realizar su trabajo diario.

El grupo de herramientas con el que los periodistas venezolanos presentaron más dificultades para trabajar fueron con las aplicaciones de simulación y visualización, debido a que según observan son las más complejas, además los resultados reflejan que son las que menos consideran adaptables al trabajo periodístico. De hecho ninguno de los periodistas participantes mostró las aplicaciones de simulación y visualización a sus compañeros de trabajo.

Según los resultados, buena parte de la muestra, a pesar de haber experimentado con las herramientas, poco las utilizaron para realizar algún trabajo periodístico o adaptarla a su rutina, lo cual demuestra que aunque hubo uso no se dio un uso con sentido ni apropiación.

A medida que avanzó el experimento los periodistas dejaban de participar, las razones señaladas según la jerga propia de los participantes es que estaban encochinados, es decir, tenían mucho trabajo por hacer; debe acotarse que para el momento de la aplicación del instrumento, Venezuela estaba en plena campaña electoral presidencial.

Los periodistas han aprendido en lo relativo al uso y apropiación de recursos digitales de manera empírica, en la que el ensayo y error, que no es más que aprender operando, se consolida como la forma más común para conocer sobre estas aplicaciones.

Un proceso que se repite constantemente, y que según los resultados de este estudio ratifica los datos obtenidos por Mogollón (2000) y Prieto (2004), en los que se sugiere que a pesar de contar con las tecnologías necesarias, el uso que le dan los periodistas venezolanos a éstas, se realiza de manera “poco favorable”.

Es decir, los periodistas entrevistados, conocen sobre las herramientas, aprenden sobre ellas e inclusive las manejan pero no hay un uso con sentido y/o apropiación en su aplicación.

Puede que en ello incida el factor tiempo. Esto es típico de la profesión, el periodista trabaja contrarreloj, trabaja como si fuese a publicar en el instante que termina la nota y si es digital el medio en el que labora, la presión aumenta ante la competencia.

Asimismo, usar las herramientas significaría entre otras cosas cambiar su rutina de trabajo que probablemente resulte satisfactoria para ellos y sus empleadores del modo que usualmente la realiza.

Sin embargo, estas sólo son suposiciones. Las causas específicas y relacionadas a por qué los periodistas no usan las herramientas digitales si tienen la capacidad y el nivel de conocimiento para hacerlo aún no pueden ser precisadas en este trabajo, lo cual plantea la necesidad de seguir investigando específicamente sobre la práctica periodística y el uso de técnicas y herramientas diferentes a las ya establecidas en ella, lo cual nos acercaría a conocer cuál es el verdadero obstáculo para la apropiación social.

El uso y apropiación de las herramientas propuestas en este trabajo no representan la solución total a los problemas manifestados anteriormente, pero podría compensar el desgaste que existe en la rutina profesional y ayudarían a los periodistas a canalizar volúmenes cuantiosos de información (análisis e interpretación) que se presenta hoy día.

## Referencias

- Artigas, Daniela (2008). **Apropiación social de herramientas digitales para el ejercicio periodístico en la Sociedad del Conocimiento**. Tesis de maestría en Ciencias de la comunicación. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Briigs, Mark. (2007). **Periodismo 2.0. Una guía hacia de alfabetización digital**, Universidad de Texas, Austin.
- Cobo, Cristóbal y Pardo, Hugo (2007). "Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios Fast food", disponible en <http://www.planetaweb2.net/> (consulta: 2008, marzo 24).
- Fundación Redes y Desarrollo (Funredes) (2005) "Consulta pública sobre la Estrategia Nacional para la Sociedad de la Información", disponible en [http://socinfodo.org.do/docs/Funredes\\_Consulta\\_Indotel\\_ESI3.doc](http://socinfodo.org.do/docs/Funredes_Consulta_Indotel_ESI3.doc) (consulta: 2007, marzo 13).
- Fundación Redes y Desarrollo (Funredes) (2002). "Trabajando la Internet con una visión social", disponible en [http://www.funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/esp\\_doc\\_olist2.html](http://www.funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/esp_doc_olist2.html) (consulta: 2007, marzo 13).
- Hernández Sampieri, R. et al. (2003). **Metodología de la investigación**. México: Mc Graw Hill.
- Neúman, María (2008). **Apropiación social, tecnología y episteme popular**. Tesis de doctorado inédita. Universidad del Zulia. Venezuela.
- Proulx, Serge (2004). **La Révolution Internet en question**, Québec, Amérique.

Subercaseaux, Bernardo (2005). "Reproducción y Apropiación: Dos modelos para enfocar el dialogo intercultural". Disponible en: [www.felafacs.org/files/subercaseaux.pdf](http://www.felafacs.org/files/subercaseaux.pdf) (consulta: 2006, junio 24) Revista Diálogos de la Comunicación No. 23- Perú.

Subercaseaux, Bernardo (2002). "La apropiación social en el pensamiento y la cultura de América latina", disponible en <http://www.felafacs.org/files/subercaseaux.pdf?PHPSESSID=0c15c08fe018f42e601c469003f3cc13> (consulta: 2006, junio 24).