

# El comunicador digital: el periodista polivalente

Juan Pablo Tettas De Fes

*"La nueva Era de la Información Digital plantea a los periodistas grandes retos a los que sólo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos".<sup>1</sup>*

## Resumen

Después de hacer una caracterización de los medios digitales colombianos e identificar sus necesidades, y tras examinar las opiniones de los estudiantes y algunos docentes de Comunicación Social y Periodismo del país, este artículo se adentra en la creación del perfil del periodista polivalente, el nuevo periodista digital.

Además de la revisión bibliográfica, la creación de este perfil depende de las características que pide el mercado colombiano y de las inquietudes y sugerencias que surgen de los estudiantes de comunicación y periodismo de las Facultades de las universidades Pontificia Bolivariana, de Antioquia, Javeriana (Bogotá y Cali), de la Sabana y Autónoma de Occidente.

**Palabras clave:** periodista digital y polivalente, Internet, medios digitales.

**A**l hablar de periodismo digital, es frecuente encontrar más de una definición. A pesar de ello, alrededor de esta nueva forma de ejercer el periodismo surgida a mediados de la década de los noventa se ha escrito bastante. "Podríamos decir que ha aparecido un nuevo medio de información, pero poco hemos reflexionado sobre sus repercusiones para el periodismo".<sup>2</sup>

De la producción de información en Internet, la periodista mexicana Hilda Villa dice que "se sabe cómo reportear pero no se sabe cómo presentar la información".<sup>3</sup> Así pues, la formación de los periodistas digitales se convierte en todo un reto para las facultades de comunicación, encargadas de entregar las primeras herramientas al reportero que, posteriormente, deberá enfrentarse con el entorno digital.

"Si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodismo" y, obviamente, un nuevo tipo de periodista. El comunicador tiene un rol diferente y es el de incorporar información a la web, pensando en un público

diferente. "Internet no es sólo un soporte ni una herramienta en relación con el periodismo digital, ha habido una evolución: antes se volcaban contenidos y ahora la versión on line ofrece otro tipo de información, ya no es la versión digitalizada. Es otro medio y genera otro tipo de periodismo".<sup>4</sup> Hablamos entonces del perfil de un periodista, más que digital, polivalente, capaz de combinar lenguajes textuales y audiovisuales y crear una prensa que se oiga, una radio que se vea y una televisión que se lea.

El español, Luis Ángel Fernández Hermana da una definición del perfil del periodista digital reproducida por Jaime Estévez: "su fundamento es la capacidad para desenvolverse como pez en el agua entre el papel, la radio, la televisión e Internet, dominando todos estos medios. No se trata tan sólo de que los periodistas actúen en ellos, que muchos ya son veteranos de este tipo de pluriempleo, sino que sean capaces de recabar, procesar y emitir la información en todos ellos y si es simultáneamente, mejor".<sup>5</sup> Cualquiera que acceda a Internet tiene capacidad de informar, por eso en este punto es necesario diferenciar al periodista del reportero, pues dentro del perfil

del comunicador digital existe la reportería, pero hecha con profesionalismo. Los atentados al metro de Londres, las bombas del 11 de marzo de 2004 en Madrid, el ataque terrorista del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York o la guerra en Irak son contextos donde se desarrollaron ejemplos de información en la red producida por gente del común; allí hay reporterismo participativo, lo que no implica que haya periodismo. "No es la calidad de la información lo que diferencia a un periodista. Un periodista malo no deja de ser un periodista y en cambio existen personas con conocimientos específicos que pueden informar muy bien, sin ser periodistas". Así el rol del periodista está en peligro, pues ahora, más que nunca, la información puede ser producida por las fuentes. No todos piensan así, y es más, ven en esto una fortaleza para el ejercicio del periodismo. Julio César Guzmán, editor encargado de ElTiempo.com piensa que "la gente sigue confiando en el criterio de los periodistas, la gente sigue creyendo en que necesita que alguien le traduzca la información que se consigue en Internet y que es generada por múltiples personas no necesariamente periodistas".<sup>8</sup>

El acceso democrático y participativo a la producción y distribución de información a través de plataformas digitales como Internet plantea nuevos retos pues el periodista debe calificarse y formarse más; así lo explica Juanita León, editora de Semana.com: "creo que eso implica otra forma de pensar para el periodista, no pensar que uno tiene toda la razón y tiene todas las historias y toda la información sino que las cosas se construyen también con el público". De hecho, "el periodista es apenas uno más de los contenidos y los contenidos fuertes son los que aportan los usuarios".<sup>10</sup>

Teóricos de la comunicación digital se han dado a la tarea de definir el perfil del periodista digital. Vincent Parralk<sup>11</sup> la idea de un guarda de tránsito que dirige el flujo de información. Luis Ángel Fernández Hermandal<sup>12</sup> da el título de cartógrafo y Alfonso Cornellam<sup>13</sup> hacia las economías y flujos de información para crear al infonomista.

Ante este dilema de perfilar al periodista digital, el periodista español Quim Gil<sup>14</sup> establece una serie de elementos dentro de la rutina de los comunicadores digitales:

- Hay vida más allá de la red.

- Dar la posibilidad de que el navegante acceda a las fuentes originales.
- Aprovechar recursos: La red es un metamedio y requiere metainformación.
- Hay que personalizar formatos.
- Un periodista digital debe ser animador de la inteligencia colectiva.
- Se es más que un redactor, la red es una plataforma multimedia.
- Publicar es editar.
- Es necesario hacer arquitectura, gerencia y gestión de la información.

Allí es donde aparece la diferencia entre un periodista o comunicador digital y un simple reportero, el periodista debe estar en capacidad no sólo de generar contenidos sino de estructurarlos; de hacer arquitectura de la información; de maquetear los productos informativos, comunicativos, educativos, entre otros; de diseñar; de hacer mercadeo; de subir un sitio; "el periodista digital está todo el tiempo en relación con los gráficos, con el ingeniero, con el webmaster, además debe pedir columnas a gente por fuera. Se necesita un nivel alto de relaciones".<sup>15</sup> Un periodista polivalente debe estar capacitado para generar contenidos e, igualmente, para hacerlos, por lo que es necesario que conozca software de diseño, de edición de audio, de edición de video, de edición de imagen, de animación,...

Si se quiere tener un futuro profesional, "el periodista va a tener que ser multimedia y muy flexible".<sup>16</sup> De este modo se exige la creación de un periodista digital capaz de romper esquemas, de dejar de lado lo que conoce y adentrarse en la exploración de nuevas rutinas, pues ya no se trata sólo de producir información escrita o audiovisual sino de generar contenidos en todos los lenguajes. "No hay antecedentes de periodistas en línea que puedan integrarse fácilmente a un periódico virtual. Por esta razón se

ha vuelto tan difícil encontrar el perfil ideal de un periodista en línea y las contrataciones se basan en jóvenes que no tienen miedo a la tecnología, más que en periodistas experimentados que ven en 'los fierros' a un enemigo en potencia".<sup>17</sup>

Se requiere flexibilidad, pues un pensamiento cuadrículado no puede desconectarse de lo tradicional para irse hacia la hipermedia. "Un periodista digital o electrónico no se detiene ya ante nada, es capaz de realizar múltiples funciones dado que sus labores y tareas profesionales son mucho más complejas que las que otrora realizaran sus compañeros de profesión. Y lo hace de forma constante, y es que sin actualización continua no existe periodismo digital".<sup>18</sup> Y estas múltiples funciones deben incluir hacer una reportería integral que permita desarrollar contenidos en texto, en

**"Si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodismo" y, obviamente, un nuevo tipo de periodista.**

audio, en animación e infografía y en video.

La idea es establecer la imagen de un reportero 'multiusos'. "Me parece que el periodista del tercer milenio, es el periodista que pueda escribir la nota para el diario impreso, hacer la nota de radio, hacer una nota con otro enfoque para una revista, que pueda entregar un material auditivo para Internet o que en el mismo día a día sea capaz de ir a cubrir una rueda de prensa, hacer su análisis profundo para el periódico, pero entregar una primera versión para el medio digital..."<sup>10</sup> dice Juan José García Villegas, editor de ElColombiano.com. Así "la única especialidad posible en el periodismo del futuro será la de saber trabajar en todos los medios y con todos los medios".<sup>11</sup>

La encuesta sobre periodismo de Internet en Latinoamérica realizada por Guillermo Franco y Julio César Méndez<sup>12</sup> establece una ruina del periodista digital muy diferente a lo que se enseña en teoría. Por ejemplo, la mayoría de periodistas creen que la reportería no es el foco de su actividad periodística, sino la edición y redacción de textos.

Hasta ahora, todo suena muy técnico, sólo se ha hablado de reportería y de estructuración de contenidos. Un periodista polivalente: ante todo es un periodista y por lo tanto debe respetar ciertos elementos intrínsecos a la profesión. Es importante tener en cuenta que "en el periodismo en línea no cambian los fundamentos del oficio, es decir, saber redactar una nota, saber realizar un trabajo de investigación, saber cuál es el mensaje esencial de un artículo, qué es un título, un antetítulo, un sumario; todo lo que constituye la deontología del periodismo, etc..."<sup>13</sup>

"El periodista del futuro, deben [sic] poseer una serie de actitudes concretas, éstas son: tener una perspectiva multimedia, valorar las Nuevas Tecnologías y conocer el manejo y funcionamiento de los programas de edición de texto y retoque fotográfico teniendo, eso sí, un estilo de escritura que interese a los medios on line y caracterizado fundamentalmente por su frescura y originalidad".<sup>14</sup>

**"El periodista del futuro, deben [sic] poseer una serie de actitudes concretas, éstas son: tener una perspectiva multimedia, valorar las Nuevas Tecnologías y conocer el manejo y funcionamiento de los programas de edición de texto y retoque fotográfico teniendo, eso sí, un estilo de escritura que interese a los medios on line y caracterizado fundamentalmente por su frescura y originalidad".**

**En Internet la responsabilidad social del periodista digital es mucho más grande pues porque como lo dijo Quim Gil, "publicar es editar".**

Por ello es importante hacer especial énfasis en la redacción para la web. Si bien se reconoce que la red no debe ser un medio meramente textual, escribir bien siempre será una prioridad, lo es en la prensa, en la radio y en la televisión y lo debe ser en Internet y en otras plataformas digitales. De una buena escritura depende un buen entendimiento. Podría decirse que el saber escribir bien, ordenadamente, presentando la información de una forma estructurada es la base para la arquitectura de la información, pues en este punto empezamos a hablar de hiperdocumentos y para que ellos funcionen deben estar bien concebidos. Por ello la formación que debe recibir un periodista polivalente en redacción debe ser impecable.

Otro aspecto importante del periodista polivalente es el que toca la académica mexicana Caridad García Hernández. "se trata de un profesional que, como producto de su formación académica, debe ser capaz de trabajar en la construcción de inteligencias colectivas". Y de un lado tenemos el ordenar la información dándole sentido, como ya se ha dicho. Pero de otro, está el asunto de la generación de opinión pública.

En Internet la responsabilidad social del periodista digital es mucho más grande pues porque como lo dijo Quim Gil, "publicar es editar". Además "en Internet el feedback es inmediato, tú te equivocas y a los dos minutos hay un comentario diciéndote que la fecha no era esa sino otra".<sup>15</sup>

Pero, sin lugar a dudas, el ser periodista polivalente exige la formación continua. Siempre se será aprendiz porque la tecnología avanza rápido y la generación y distribución de contenidos debe ir de la mano de estos adelantos.

Los periodistas polivalentes deben ser formados para que "entiendan el proceso informativo de forma global y comprendan que han de precisar de unos conocimientos y que sean capaces de desarrollar las habilidades necesarias para estar siempre en permanente autoformación".<sup>16</sup>

El perfil que se propone afecta al periodismo. Ya se ha dicho que con los medios digitales se debe pensar en una nueva forma de hacer periodismo. Esa nueva manera está encaminada al aspecto formativo, pues se necesita una nueva mena-

lidad; pero además repercute en lo laboral porque al hablar de polivalencia el periodista debe multiplicar sus funciones y adquirir nuevas competencias en el campo del diseño, de la tecnología, de la archivística, de la atención directa al lector...

Por ello, además, es necesario que la administración de los sitios web y de los contenidos para plataformas digitales como los celulares y la televisión digital recaiga en manos de periodistas. Jaime Estévez, director de Europa Pres.net, piensa que "los 'creativos' y los programadores van a tener que abandonar el papel de webmasters que equivocadamente han desempeñado durante años y van a tener que buscar su encaje en un planteamiento más profesional de diseñar y construir webs, incluidas las de los medios de comunicación".<sup>26</sup> Así, un periodista digital está llamado no sólo a hacer los contenidos sino a administrarlos, a gerenciarlos y a organizarlos de la mejor manera para que los navegantes no naufraguen en la información. Se necesitan profesionales que vean un sitio web, por ejemplo, como una plataforma de distribución de información y servicios orientada a cubrir las necesidades de su público. La idea es entender que un periodista digital no sólo está llamado a hacer periodismo, sino a mirar las plataformas digitales como un medio de trabajo. Los periodistas pueden redactar o incluso diseñar y maquetear las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos y otras entidades que circulan por la red. Por ello, es también fundamental dentro del perfil del periodista polivalente la creación y gestión de empresas.

De hecho, se podría decir que existen dos tipos de periodistas en Internet: "Los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas, o sea los periodistas, y los que bien buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios de la red".<sup>27</sup> Así, el segundo es un periodista que produce información y contenidos independientes del mundo noticioso, lo que no quiere decir que deje de ser periodista. La idea es ofrecer esa visión de responsabilidad, ética y objetividad periodística ante cualquier producto comunicativo: informativo, pedagógico, institucional, publicitario... Se trata simplemente de hacer una buena gestión de la información y del conocimiento. "El periodista que quiera convertirse en un periodista digital debe familiarizarse con el entorno Internet, con la búsqueda de información, con la variedad de fuentes existentes, y con la interactividad que favorece este medio (grupos de noticias, foros, chats, etcétera), es decir, deberá ser un buen buscador de información".<sup>28</sup>

## Conclusiones

### ¿Qué pide el mercado?

La idea de crear un periodista polivalente es que éste se dé cuenta de que trabajar en el día a día no es la única opción. Se pretende generar la inquietud de explorar otros campos distintos al de la información noticiosa e ir hacia el e-learning, hacia la multimedia, hacia el entretenimiento, hacia la industria cultural, hacia la información instruccional. Sin embargo, hay que ser conscientes de que el principal campo profesional de un periodista son los medios de comunicación por lo que para la construcción del perfil de periodista polivalente se tienen en cuenta las necesidades de los principales medios digitales colombianos.

Según Julio César Guzmán en *ElTiempo.com* no hay un perfil específico, "cuando un periodista entra a *El Tiempo* no firma con un medio particular sino con la casa editorial. Un periodista de la casa editorial *El Tiempo* genera el mejor contenido posible para diferentes plataformas: para televisión, para Internet, para celulares, para medios impresos. Así el periodista que se vincula a la casa editorial *El Tiempo* está pensando en varios medios y no en uno solo".<sup>29</sup> En cuanto a estructura en *ElTiempo.com* trabajan cinco editores y varios practicantes, también tienen diseñadores gráficos, ingenieros de desarrollo, personas de las áreas comercial, de producción y administrativa.

**Los periodistas pueden redactar o incluso diseñar y maquetear las páginas de administraciones públicas, entidades, universidades, grandes empresas, museos y otras entidades que circulan por la red. Por ello, es también fundamental dentro del perfil del periodista polivalente la creación y gestión de empresas.**

Por el lado de *Semana.com*, quien trabaja en el medio digital debe ser: "un buen periodista, riguroso, con capacidad de trabajar en varios niveles, hacer varias funciones a la vez, con respeto por el lector, con interés de aprender nuevas cosas y con alta autoestima para soportar las críticas de los lectores".<sup>36</sup> En *Semana.com* hay una editora, tres periodistas, un editor gráfico, un webmaster y su asistente. La editora o los periodistas definen las historias del día siguiente y de la semana. Una de las periodistas cubre temas relacionados con la guerra, otra desigualdad y otro política. La editora cubre la inserción de Colombia en el mundo. Cada uno tiene fuentes y se hacen contenidos propios. Finalmente, contratan a un periodista freelance para hacer los especiales multimedia.

Las necesidades de los editores son entonces las siguientes:

- Estar capacitado para generar contenidos en diferentes formatos.
- Saber hacer reportería para varios soportes.
- Saber trabajar en una redacción convergente.
- Ser versátil y desempeñar varias funciones a la vez.
- Conocer herramientas de diseño web y de impresos, edición de imágenes, audio y video.
- Hacer énfasis en lo audiovisual.
- Saber de arquitectura de la información.
- Conocer aspectos básicos sobre teoría de la percepción.
- Saber de relaciones públicas.
- Saber de atención al cliente.
- Estar en constante actualización.
- Trabajar en equipo.
- Tener una formación integral.
- Ser íntegro y responsable y debe trabajar bajo el concepto de objetividad.

Pero además es importante conocer cómo son los medios digitales colombianos y determinar sus necesidades. Para ello se utilizaron los resultados de la caracterización de los medios digitales más importantes en Colombia.

Según la caracterización, éstos son los requerimientos de los medios digitales colombianos:

- Es esencial la buena redacción.
- Hay que estar dispuesto a interactuar con los navegantes.
- Debe capacitarse para publicar información a través de manejadores de contenido.
- Ser consciente de que el medio digital es una plataforma de distribución más de un conglomerado mediático.

- Saber la estructura del sitio en el que trabaja.
- Conocer teorías de jerarquización de la información.
- Estar dispuestos a que sus trabajos sean anónimos.
- Soportar críticas. Los medios colombianos ofrecen bastantes maneras en las que el navegante puede interactuar con contenidos y con sus autores.
- Saber usar recursos multimedia.
- Escribir atemporalmente. Todos los medios poseen archivo y hay que dar al navegante la posibilidad de que entienda el contexto días, meses o años después.
- Saber hacer edición de textos y cables.
- Entender cómo usar la hipertexto: si es apoyo o si es el formato.
- Hay que entender que la redacción para los soportes digitales es diferente.
- Hay que conocer las teorías básicas del lenguaje periodístico.

## Las universidades y los estudiantes

Además del interés personal, las Facultades de Comunicación también deben brindar las herramientas para formar al periodista polivalente. Según el análisis de los contenidos de los cursos de periodismo digital en la Universidad de Antioquia, la Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad de la Sabana, la Pontificia Universidad Javeriana sede Bogotá, la Pontificia Universidad Javeriana sede Cali, la Universidad Autónoma de Occidente: el periodista o comunicador polivalente debe estar formado para:

- Saber cómo la tecnología afecta los medios y las formas de comunicación.
- Comprender el papel del periodismo en la era de la información.
- Producir contenidos en distintos formatos.
- Redactar, armar, actualizar y diseñar páginas web y proyectos periodísticos para los medios en línea.
- Ser arquitectos de la información.

De igual modo los profesores califican los siguientes ítems de uno a cinco, según la importancia en el perfil del periodista digital:

- Teoría: 3,1
- Diseño y animación: 3,6
- Reportería: 4,1
- Redacción: 5
- Géneros Periodísticos: 4,6

Para los estudiantes el periodista polivalente debe ser ante todo periodista, por ello hacen énfasis en que se necesita una formación integral.

## Perfil del periodista polivalente

El periodista polivalente debe, ante todo y según el Código de ética del Círculo de Periodistas de Bogotá,<sup>11</sup> trabajar bajo los principios de la honestidad, la veracidad, la integridad, la responsabilidad, la rigurosidad y la objetividad. Tiene que entender que el periodismo es un reflejo de la realidad y debe saber utilizar la información de una manera responsable.

Debe ser consciente de que los medios digitales son una plataforma de distribución de información. Es necesario que conozca cómo la tecnología afecta los medios y las formas de comunicación, y que comprenda el papel del periodismo y las comunicaciones en la era de la información.

Es aquel periodista que entiende que trabaja con información, independientemente de si es noticiosa, educativa, informativa o institucional. Sabe que ante todo es un gestor de información y de conocimiento, para ello debe valerse de la arquitectura y gerencia de la información.

El periodista digital es emprendedor. Es un periodista versátil, que puede trabajar en equipo y es capaz de reaccionar al instante. Debe estar dispuesto a desempeñar funciones que no necesariamente son las suyas. Es capaz de construir un mismo producto comunicativo en diferentes formatos. Sabe dónde está la información y sabe hacer reportería para cualquier medio. Saber manejar software de diseño y de edición de imagen, audio y video. Pero, primordialmente debe tener respeto por el lector, un gran nivel de relaciones públicas y de atención al cliente y suficiente autoestima para soportar las críticas. ■

## Notas

1 Meso Ayerdi, Koldobika. La formación del periodista digital. En: <http://www.comunica.org/chaqui/84/meso84.htm>

2 García Villa, Hilda. Periodismo de Internet. En: [www.comunica.org/chaqui/garcia71.htm](http://www.comunica.org/chaqui/garcia71.htm)

3 *Ibid.*

4 Meso Ayerdi, Koldobika. Nueva profesión: periodista digital. En: <http://www.comunica.org/chaqui/81/meso81.htm>

5 Becerra Navarro, Ana Belén. El periodista digital: perfil de un nuevo comunicador. En: [http://www.dosdoce.com/pagina\\_nueva\\_88.htm](http://www.dosdoce.com/pagina_nueva_88.htm)

6 Estevez, Jaime. *El periodismo en la red*. Madrid: Ed. Anaya Multimedia, 2002, p. 174-175.

7 Gil, Quim. Diseñando el periodista digital (II). En: [Saladeprensa.org. http://www.saladeprensa.org/art89.htm](http://www.saladeprensa.org/art89.htm)

8 Entrevista con Julio César Guzmán, editor encargado de *El Tiempo.com*. Bogotá, febrero 15 de 2006.

9 Entrevista con Juanita León, editora de *Semana.com*. Bogotá, febrero 16 de 2006.

10 Entrevista con Julio César Guzmán, editor encargado de *El Tiempo.com*. Bogotá, febrero 15 de 2006.

11 Parra, Vincent. Citado por Gil, Quim. Diseñando el periodista digital (I). En: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>. Consultado marzo 20 de 2006.

12 Hernandez, Hermana, Luis Angel. "De exploradores y cartógrafos" *Editorial de Lucadando* (1997).

13 Corneja, Alfons. Burek es la infonemia, y somos infonemistas. En: [http://www.profesionaldelainformacion.com/contenido/1998/octubre/antela\\_es\\_la\\_infonemia\\_y\\_somos\\_infonemistas.html](http://www.profesionaldelainformacion.com/contenido/1998/octubre/antela_es_la_infonemia_y_somos_infonemistas.html). Consultado marzo 20 de 2006.

14 Gil, Quim. "Diseñando el periodista digital" (II). En: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>. Consultado marzo 20 de 2006.

15 Entrevista con Juanita León, editora de *Semana.com*. Bogotá, febrero 16 de 2006.

16 Armananzas, Eny y otros. *El periodismo electrónico*. Barcelona: Ariel, 1996, p. 117.

17 García Villa, Hilda. "Periodismo de Internet". En: [www.comunica.org/chaqui/garcia71.htm](http://www.comunica.org/chaqui/garcia71.htm)

18 Becerra, Ana Belén. El periodista digital: perfil de un nuevo comunicador.

19 Entrevista con Juan José García Villegas, editor de *El Colono.com*. Medellín, marzo 6 de 2006.

20 Meso Ayerdi, Koldobika. La formación del periodista digital. En: <http://www.comunica.org/chaqui/84/meso84.htm>

21 Franco, Guillermo y Guzmán, Julio César. Encuesta sobre periodismo de Internet en Latinoamérica. En: <http://www.saladeprensa.org/art551.htm>. Consultado marzo 20 de 2006.

22 Meso Ayerdi, Koldobika. "La formación del periodista digital". En: <http://www.comunica.org/chaqui/84/meso84.htm>

23 Becerra Navarro, Ana Belén. "El periodista digital: perfil de un nuevo comunicador". En: [http://www.dosdoce.com/pagina\\_nueva\\_88.htm](http://www.dosdoce.com/pagina_nueva_88.htm)

24 Entrevista con Juanita León, editora de *Semana.com*. Bogotá, febrero 16 de 2006.

25 Meso Ayerdi, Koldobika. La formación del periodista digital. En: <http://www.comunica.org/chaqui/84/meso84.htm>

26 Celaya, Beatriz. Los medios digitales del futuro serán "jugadores nuevos", alguno de los cuales ya está tal vez entre nosotros. En: [Dosdoce.com. http://www.dosdoce.com/pagina\\_nueva\\_10.htm](http://www.dosdoce.com/pagina_nueva_10.htm). 30 de mayo de 2006.

27 Sandoval, María Teresa. "Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimediático". En: [Saladeprensa.org. http://www.saladeprensa.org/art164.htm](http://www.saladeprensa.org/art164.htm)

28 Sandoval, María Teresa. "Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimediático". En: [Saladeprensa.org. http://www.saladeprensa.org/art164.htm](http://www.saladeprensa.org/art164.htm)

29 Entrevista con Julio César Guzmán, editor encargado de *El Tiempo.com*. Bogotá, febrero 15 de 2006.

30 Entrevista con Juanita León, editora de *Semana.com*. Bogotá, febrero 16 de 2006.

31 Círculo de Periodistas de Bogotá. Código de Ética y responsabilidad del periodista. En: <http://www.aitodosparatodos.org/index.php?idcategoria=769>