

# El rol del docente en la formación del periodista digital

Dr. Elias Said Hung  
 Universidad del Norte en Barranquilla, Colombia  
 saide@uninorte.edu.co

Recibido: 09 – 01 – 09 • Aprobado: 08 – III – 09

## Resumen

Los avances TIC y su consiguiente impacto en las comunicaciones han traído consigo la complejización del horizonte laboral de los comunicadores sociales y periodistas en la actualidad. La apertura de nuevos escenarios comunicativos y oportunidades para el desarrollo, enriquecimiento y distribución de contenidos a través de los medios y espacios virtuales, son algunos de los aspectos que hoy irrumpen y hacen cada vez más necesario promover la apertura de debates que analicen dicho proceso, no solo en contextos profesionales y sociales, sino también desde el punto de vista de la formación y de la generación profesional telemática que hoy se abre paso. Es en el marco de este proceso, donde este artículo expondrá las reflexiones iniciales que dieron pie a la realización en septiembre de 2008 del estudio "El Ciberperiodismo desde las Facultades de Comunicación Social en Colombia", en el que se abordaron los retos inherentes en los escenarios de formación de los comunicadores sociales y periodistas, al momento de delinear los perfiles profesionales que hoy surgen como producto de los avances TIC.

### PALABRAS CLAVE:

retos, transformaciones, profesionales, nuevos perfiles, periodismo, comunicación, TIC, docencia, escenarios comunicativos, ciberperiodismo, periodismo digital.

### KEY WORDS:

transformations, professionals, new profiles, journalism, communications, ICT, learning scenarios, Cyber journalism, digital journalism, challenges.

## Abstract

*Opportunities and challenges in teaching cyber journalism*

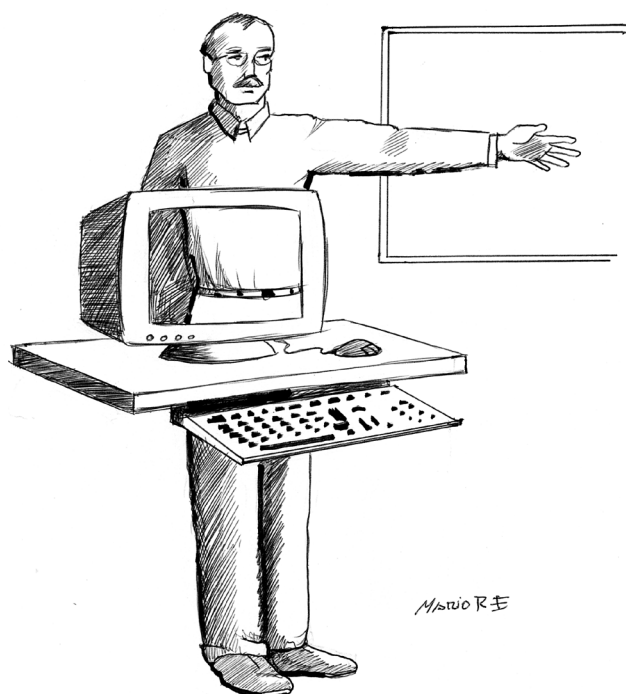
Dr. Elias Said Hung

At present, the ICT and its impact in communications produced a complex scenario around the journalist professional's context. The new opportunities in the communication and in the developing process, richness, and delivery content through Medias and virtual spaces, are some of the aspects that appear today. For this reason, it is necessary to promote debates not only to analyze the ICT impact in the professional and social level, but also in the learning process of the new generation of digital professionals. In this process, the article presents the preliminary debate reflect around the research project in September 2008 "El Ciberperiodismo desde las Facultades de Comunicación Social en Colombia", where the intrinsic challenges are taken into account regarding the learning scenarios of journalists when formulating the professional profiles as a result of the ICT advances.

A medida que se discurre en los crecientes procesos de digitalización en las sociedades contemporáneas y ante las reglas impuestas desde el campo telemático, al momento de la construcción, distribución y consumo de los contenidos comunicativos y el acceso al conocimiento, las comunicaciones pasan a tomar un nuevo rol central en el marco del desarrollo y de la organización social.

A pesar de que se encuentre lejos la visualización del empleo informático en todos los espacios sociales, resulta imposible dejar de lado los grandes impactos que traen consigo los avances tecnológicos en torno a los nuevos procesos de acciones laborales y personales seguidos, en mayor o menor grado, por todas las personas en la actualidad.

El escenario actual supone que se encuentre un momento en el que la alegoría de Platón adquiera nuevos espacios de legitimidad, ante el cúmulo de transformaciones que trae consigo la creciente digitalización en las comunicaciones. Ello, como resultado de la prevalencia de dinámicas de aproximación con las TIC y de los procesos relacionados con ellas, de muchos individuos, los cuales, en medio de sombras provenientes de todos los diferentes contextos sociales, establecen sus relaciones personales y laborales. Contextos en los que, cada sujeto debe asegurarse la adaptación ante la diversidad de nuevos códigos y referentes que requieren aprenderse y asumirse para el aprovechamiento efectivo de las posibilidades de acceso a información, la construcción



de conocimiento y la potenciación de conectividad con otras personas por medio de las TIC.

Hablar de los avances tecnológicos en el campo de las comunicaciones, no solo hace necesaria la ampliación del debate en torno a los procesos de aprovechamiento para el desarrollo social, sino también del desarrollo del marco normativo para su instauración en cada país o para establecer una relación de los avances empresariales que han traído consigo. Asimismo, se hace necesario abordar el creciente y acelerado proceso de surgimiento de nuevos tipos de profesionales en el área de la comunicación, que han comenzado a asumir la labor de dotar de contenido a una nueva generación de medios a los que en la actualidad podemos acceder por medio de Internet, incluso, desde nuestros teléfonos móviles (celulares), PDA's u otros soportes. Es en torno a este último eje de debate, caracterizado por el creciente auge de espacios virtuales como los blogs, microblogs, foros, chats, wikis, y redes sociales virtuales, así como el desarrollo de nuevas aplicaciones a través de las web 2.0 (Eikermann S., J. et Al, 2007; O'Really, T., 2006), P2P<sup>1</sup>, IPTV<sup>2</sup> (Peñas, 2006; Harte, 2005), televisión digital (Ramonet, 1992; Bustamante, 1997; Bustamante & Álvarez, 1999); que se hace necesario abrir espacios de reflexión donde se determine el rol que tienen todos los actores involucrados en el proceso de aprendizaje técnico y cognitivo de la nueva generación de profesionales cada vez más telemáticos (Paz, M., 2007). Esto, como resultado de los crecientes avances que comienzan a integrarse en la cambiante cartografía comunicativa virtual (entendida como nuevos soportes y canales de comunicación, a través de Internet), marcada por las convergencias tecnológicas y la "capacidad de autoorganización suficiente para dar cabida a la innovación de usuario como motor de un cambio continuo y sostenible" (Fumero A. & Roca, G., 2007, p. 16).

Lo anterior se enmarca en una nueva *realidad sociotécnica*, donde la cultura *blog* (Fumero, A. & Sáez Vacas, F, 2006), promovida desde redes sociales como *youtube*, *facebook*, *myspace*, *tuenti*, entre otros, se sustenta en la dinámica de creación colectiva y en la presencia de contenidos abiertos que comienzan a ser insertados en el escenario periodístico y en el progresivo uso de los hipermedias, hipertextos e inserción de recursos audiovisuales e imágenes, entre otros. Estos recursos son empleados para dotar a las noticias de mayor profundidad e interés, dirigidas a una amplia gama de usuarios interesados no solo en la noticia, sino en contar con la posibilidad de establecer sus propias rutas de construcción de la realidad, más afines a los nuevos referentes de no linealidad y oralidades multi e hipermediales, mediante la unión de retazos de datos insertados en los hechos noti-

ciosos y plasmados en la nueva generación de espacios periodísticos virtuales.

### ¿QUÉ ES EL PERIODISMO DIGITAL?

Son muchos los términos que se han venido empleando al momento de definir el periodismo y a quienes ejercen la labor de periodista desde las TIC. Periodismo en red, periodismo electrónico, periodismo multimedia y periodismo en línea, son algunos de los términos empleados hasta el presente. Pero, ¿qué es el periodismo digital? ¿Cómo se define a los periodistas que ejercen su labor desde espacios virtuales? ¿Puede entenderse como periodismo digital la construcción de información generada por los ciudadanos desde soportes como los blogs y redes sociales virtuales a los que se les ha llamado periodismo ciudadano?

Estas son algunas de las interrogantes que hoy siguen estando presentes tanto alrededor de los avances TIC y su impacto en el contexto comunicativo actual, como ante la creciente proliferación de medios que aprovechan los diferentes soportes digitales para entrar en contacto con un mayor número de usuarios, sin la necesidad de mediación de lo espacial y temporal, características, estas últimas, inherentes a los medios de comunicación radiales, televisivos y prensa tradicionales.

Si bien el debate actual en torno al periodismo digital guarda relación con el significado de lo que es el periodismo en sí, se puede decir que un periodista es quien informa o quien se considera a sí mismo profesional de la información (Gil, 1999); además periodistas son los profesionales que aplican y tienen siempre presente un conjunto de valores o principios éticos, que ejercen una responsabilidad social y que utilizan recursos técnicos tanto para acercarse a un hecho social, como para utilizarlos en el proceso de desarrollo y transmisión de la noticia.

Si se parte de la conceptualización anterior, lo desarrollado por los *bloggers* o usuarios de las redes sociales virtuales, no podría llamarse o entenderse como periodismo, ni mucho menos periodismo digital, a pesar de estar actualmente abierto este debate. Una razón que lo fundamenta es lo señalado por Raynsford (2003) quien hizo un análisis de la cobertura de la guerra de Irak hecha por personas de ambos grupos, en la que pese al importante ejercicio llevado a cabo por los *bloggers*, estos se caracterizaron por una falta de seguimiento de las normas y valores propios del periodismo, al transmitir contenidos cargados de subjetividades y emociones.

Una vez descrito brevemente lo que es el periodismo y lo que son los *bloggers*, desde la perspectiva de este artículo, se procederá a concentrarse en el concepto alrededor del

cual gira este artículo: el periodismo digital; entendido como aquel que tiene la capacidad de romper con las comunicaciones lineales y unidireccionales; además de encargarse de crear y consolidar, por medio de los avances TIC, los procesos de comunicación multimedia, multilineal e interactiva (Gil, 1999). Consolidándose lo anterior, a partir de la adquisición y aplicación de rutinas periodísticas ajustadas a las posibilidades que los soportes digitales brindan al instaurar nuevos lenguajes y mecanismos de expresión noticiosa, así como a la capacidad de interconexión que tienen con diversas fuentes, periodistas, receptores e interactores, entre otros.

Ser un periodista digital no solo implica trabajar en medios digitales (televisión digital, radio digitales, internet, móviles, entre otros), sino que también alude a un profesional de la información que cumple con la responsabilidad social y que para presentar una amplia diversidad de información, contextualizarla y complementarla, emplea los recursos mentales y técnicos, por medio de la aplicación de nuevos procedimientos de redacción periodística, de nuevos lenguajes y nuevos hábitos de lectura, por citar algunos de los rasgos que caracterizan a estos profesionales (Martín, 2007; Sánchez, 2007).

Por tanto, los periodistas y profesionales del sector de la comunicación se ubicarán ante una preocupación que es ya una realidad en muchos contextos laborales, generada a partir de la necesidad de elaboración de productos informativos ajustados a los nuevos soportes, los cuales vendrán condicionados por el canal en que serán transmitidos. Esto es, como bien señala Quesada (2001), como consecuencia de las exigencias impuestas por los nuevos entornos digitales que ya son realidad entre los principales medios de comunicación del mundo (*El País, Periodista Digital de España, CNN, Tribune de Estados Unidos*, entre otros).

### DIFERENCIAS ENTRE EL PERIODISMO TRADICIONAL Y EL PERIODISMO DIGITAL

En la actualidad, uno de los principales debates en torno al periodismo y al avance de las TIC ha sido el proceso de transformación del ejercicio periodístico. Ello ha generado que muchos profesionales y académicos interesados en las comunicaciones hayan vislumbrado un proceso de transición de modelos profesionales, ante los nuevos contextos de mediación tecnológica.

De lo anterior resulta necesario sentar las bases en torno a lo que se entiende como periodismo, así como la diferencia existente entre el periodista tradicional y lo que ya hemos ido vislumbrando alrededor del periodista digital o ciberperiodista.

El periodismo es entendido como “*el negocio o práctica de producir y difundir información de importancia acerca de asuntos de interés público en general*” (Schudson, 2003: 11). Este negocio u oficio es ejercido por los llamados periodistas, quienes toman contacto con las informaciones y elaboran noticias de forma periódica, según la fisonomía de cada uno de los medios vinculados al ejercicio de esta profesión: prensa, radio, televisión o soportes digitales. El ejercicio periodístico se ejerce por medio de la aplicación y seguimiento de una serie de principios o valores, así como de las rutinas profesionales mencionadas en el punto anterior, que permiten como fin último informar de forma veraz, con noticias basadas en hechos en los que se apliquen modelos de redacción acordes con los espacios de difusión empleados para tal fin.

Aspectos como la objetividad, veracidad, libertad de información, independencia, derecho a réplica, servicio a la comunidad, respeto a la vida privada y el ejercicio responsable de la profesión, entre otros; son algunos de los valores que dan cuenta del cuerpo ético que rige la labor periodística. Ello de cara al ejercicio de la función mediadora ejercida desde los medios de comunicación existentes en las sociedades, entre los diversos aspectos de una determinada realidad y quienes no tienen o cuentan con acceso directo a estos (Vizcarra, 2002).

Tal y como se señaló en el punto anterior, el periodismo desde los medios de comunicación social tradicionales se caracteriza, entre otras cosas, por el desarrollo claramente diferenciado, según las labores ejercidas por cada uno de sus profesionales (Leñero & Marín, 1986) y por mantener siempre presentes aspectos como el interés público de las piezas informativas elaboradas, el cuidado hacia los estilos noticiosos empleados, la resolución de las 6W (qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué) y la necesidad de crear procedimientos para el abordaje de estas cuestiones según determinados patrones, como por ejemplo, el de la pirámide invertida (Miralles, 2002).

Como bien exponen Armentia et Al (2000) y muchos otros investigadores avocados a debatir y sentar las bases de lo que muchos llaman periodismo digital, nos encontramos en un estado incipiente de desarrollo, el cual se acentúa según el país en que nos enfoquemos al momento de llevar a cabo un estudio.

Lo único que parece muy claro a estas alturas es la necesidad de pensar la profesión periodística y los medios digitales desde una perspectiva en la que se mantienen los valores y principios de responsabilidad social, pero se transforman y se ajustan las rutinas que han venido desarrollándose desde los medios de comunicación tradicionales. Ello como resultado

del aumento progresivo de una mayor conciencia en torno a importantes aspectos que median en el ejercicio profesional, tales como: el ajustarse a un soporte similar a la televisión, en cuanto a limitaciones y patrones de lectura y consumo de contenidos desde una pantalla, pero que con las particularidades que les da la capacidad de inserción de audio, video, infografía, multimedia, además de contenido escrito, entre otros datos, insertados a partir del aprovechamiento de las capacidades de muchos programas informáticos, ordenadores y aumento de tipologías de escenarios digitales desde Internet. Dejan los comunicadores o periodistas de contar con la exclusividad a la hora de “cargar” contenidos para que las personas tengan contacto con estos como simples lectores. Se da paso a un nuevo horizonte, donde los lectores o usuarios ejercen un rol de turboperiodistas (García, 2004), en el que integran y hacen uso transversal de los múltiples soportes telemáticos, los cuales les permiten cada vez más, el establecimiento de canales comunicativos de “doble vía”, en los que no solo son lectores, sino también editores de la información colgada en los portales web los cuales, los profesionales de la comunicación cada vez más los entienden como plataformas y no como simples puntocom, según lo indica Briggs (2006).

Por ello, es importante destacar que un periodista digital no es simplemente el que reproduce con exactitud lo que se produce en los soportes analógicos, sino aquel que es capaz de generar escenarios en los que se aprovechan los recursos TIC y mediante la construcción de nuevos códigos y patrones de profesionales, es decir, quien es capaz de seguir rutinas desde los recursos telemáticos que permitan el enriquecimiento informativo de las piezas noticiosas.

El primer elemento distintivo entre los medios digitales o cibermedios (Salaverría, 2005) y los medios tradicionales es el soporte donde se desarrolla el ejercicio profesional. Mientras que en los segundos se utilizan los soportes de elevado arraigo social como la radio, televisión y prensa clásica, en los primeros, los profesionales llevan a cabo su labor tanto desde los soportes que han irrumpido a partir del creciente proceso de convergencia telemática alrededor de Internet como de escenarios surgidos desde ese importante recurso. El resultado, en este último caso es el desarrollo de formatos noticiosos por medio de portales web, redes sociales virtuales, y blogs, entre otros, accedidos no solo desde los ordenadores, sino desde soportes como el móvil (celular) o PDA's. De tal manera que, además del soporte tecnológico, la formación de nuevos hábitos o patrones profesionales se convierten en los dos principales aspectos que distinguirán a cada tipo de “hacer” periodismo.

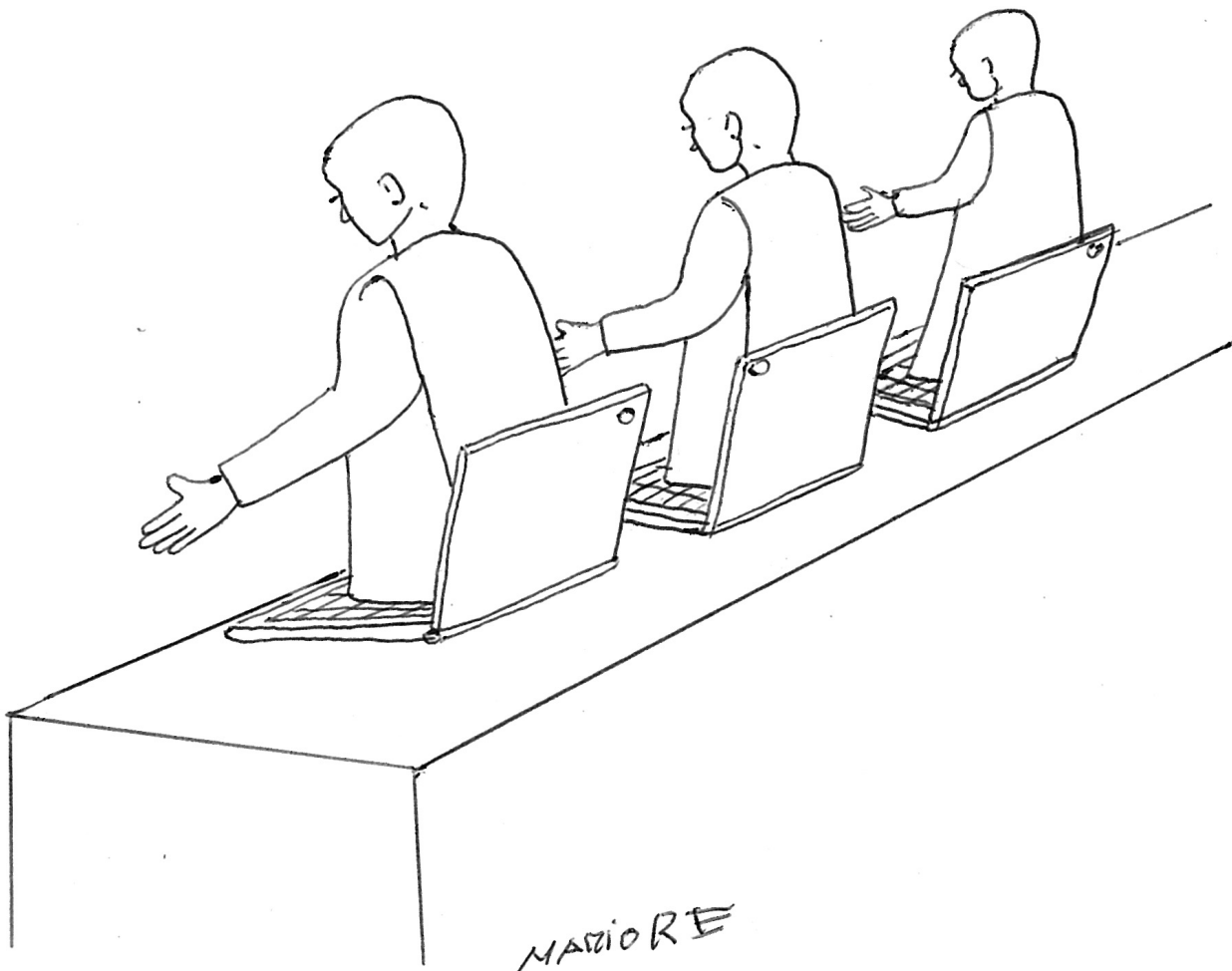
De pasar a contextos limitados en la transmisión de noticias por medio del audio, video o escritura únicamente;

la digitalización ha permitido el desarrollo y difusión de historias multimediales, en las que se integran los soportes antes destacados, además de los gráficos y las imágenes (Schroeder, 2001), así como la incrustación de información por medio del uso de hipervínculos, links o la inclusión de noticias relacionadas con las historias contadas.

Ello trae consigo una profundización del horizonte especializado en los periodistas, ya que permitirá la ampliación de los marcos de cobertura noticiosa, al darse un mero aprovechamiento de los recursos informáticos y de la constitución de una mayor referencialidad de informaciones relacionadas con el tema tratado por estos profesionales. Se rompe así la linealidad de estructuración de las piezas noticiosas y de la lectura dada de estas por parte de los lectores, quienes, ya no solo siguen los patrones clásicos aplicados desde la radio, prensa y televisión, sino también hacia múltiples direcciones, según el uso que se haga de los recursos TIC a disposición en los soportes digitales. Ello trae consigo un cambio en el mapa comunicativo (Said, 2006; 2007) de los usuarios

que acceden a las historias elaboradas desde el periodismo, según las dietas noticiosas de su interés y la posibilidad de fragmentar las noticias desarrolladas desde los medios digitales, las cuales están enriquecidas con infografía, enlaces relacionados, links e hipervínculos.

El avance de las TIC en el campo periodístico ha significado, además, el aumento de canales de participación más activos entre el periodista y el ciudadano (Larrondo, 2005). El concepto de audiencia es desplazado por el de *superusuarios* (Peiró, 2005), quienes están capacitados para las labores no solo de seguimiento noticioso, propio de los modelos comunicativos tradicionales, sino también para la co-gestión y enriquecimiento de las piezas elaboradas por los profesionales de la comunicación al incluir comentarios y valoraciones sobre la calidad de la información. Estos superusuarios, tienen además la posibilidad de establecer sus itinerarios noticiosos de acuerdo con sus propios intereses y con las oportunidades brindadas por los medios digitales que permiten la inclusión de aplicaciones e información complementaria



en la pieza noticiosa elaborada, entre otros recursos. Ello sin contar con el creciente desarrollo de las Web 2.0 y la proliferación de blogs y el creciente empleo de las redes sociales virtuales (Facebook, Hi5, Tuenti, entre otras) empleadas en los últimos años no solo por los potenciales lectores de los medios digitales, sino por los profesionales e inclusive por los medios (Ejemplo: *El País* – España, *Marca* – España, *El Universal* – Venezuela, *El Tiempo* – Colombia, entre otros), con el fin de entablar un contacto más directo y participativo con quienes están registrados o acceden a estos soportes.

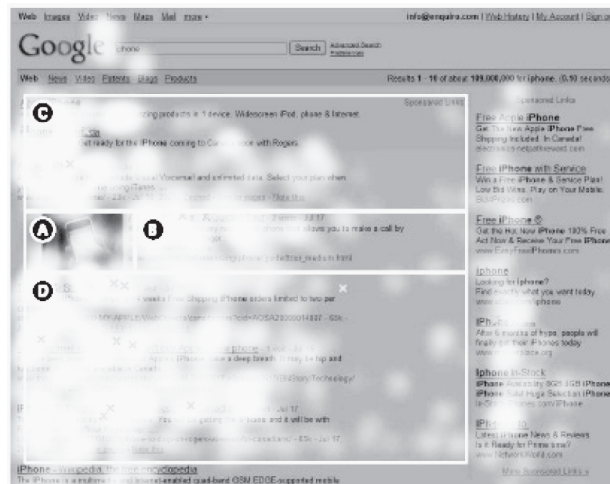
Además, uno de los aspectos que quizás marcan una mayor claridad en torno a la diferencia entre el periodismo tradicional y el periodismo digital, son las nuevas modalidades de “leer” el contenido generado por los profesionales de ambos campos periodísticos. Mientras que desde el periodístico clásico se construyen las noticias o contenidos con una claridad desde el comienzo al fin de estas; en el periodismo ejercido desde los medios digitales proliferan las microinformaciones (García, 2004), las cuales, como ya se ha indicado en párrafos anteriores, son insertadas por medio de links, hipervínculos y noticias relacionadas al lado de la pieza informativa o contenido expuesto desde estos medios. Es esto lo que efectivamente genera la ampliación de los niveles de profundidad en los textos generados y expuestos desde los diferentes soportes digitales: un primer nivel de profundidad, en el que se hallarán el cuerpo central de la noticia, además de los diferentes hipervínculos insertados en estos; un segundo nivel de profundidad, en el que se expondrán noticias relacionadas con la pieza informativa central y un tercer nivel de profundidad, en el que se amplía aún más la información especializada en torno al tema tratado en la noticia central, por medio de la inserción de documentos relacionados, textos de referencia y recursos multimediales.

Por tanto, el *superusuario* se encuentra en un contexto en el que, no solo se ubica en un nuevo escenario comunicativo donde asume una mayor participación en el diseño de los itinerarios de acceso informativo y construcción de su conocimiento; sino también, se encuentra ante un nuevo patrón de lectura, el cual construye a partir del contacto con la información desde las piezas noticiosas, no sólo de abajo hacia arriba y de izquierda a derecha, sino desde la apertura de ventanas con datos relacionados provenientes de los diferentes niveles de profundidad generados desde la inserción de anchors<sup>3</sup>, documentos relacionados, textos y recursos multimediales, antes mencionados.

Otro de los rasgos que marcará la distinción entre el periodismo tradicional y el digital es que este último está influido por el cambio de los parámetros de lectura en los usuarios de Internet. Primará el escaneo general de las páginas para la identificación de aquello que sea de su interés (García,

1997) lo que se enmarcará en lo que se conoce como el “*triángulo de oro*” (Hotchkiss, G. et Al, 2007), es decir, aquellas zonas a las que dirige la vista cuando se está ante una página web; esta acción está determinada por la división mental ejercida por cada uno de nosotros para el escaneo (ver Gráfico núm. 1).

Gráfico núm.1: Zonas de atención visual en páginas web



Fuente: Hotchkiss, G; T. et Al, (2007). “Search engine results: 2010” [en línea]. Disponible en: <http://www.enquireoresearch.com/campaigns/SearchEngineResults2010.pdf>, recuperado en: 15 de diciembre de 2008.

El periodismo digital, además, se caracterizará darle una mayor importancia a que se incluya en el equipo profesionales especializados que puedan hacerle frente a la creciente necesidad de darle sentido a los nuevos espacios que desde los medios digitales se les brinda a los usuarios para el acceso a información de su interés; estos profesionales son los encargados de evitar la selección y empleo de datos no relacionados con la noticia desarrollada para no caer en el agujero sin fondo que genera la falta de discriminación entre lo que guarda o no relación. Por tanto, el periodismo digital y sus profesionales requieren de mayores capacidades para dar cuenta de un rigor estratégico en la construcción del texto, que es clave para su validez y confianza, para poder transmitir conocimiento a partir de las facilidades que les son otorgadas por los avances TIC a los lectores (usuarios). Mientras tanto, en el periodismo tradicional el grado de especialización vendrá de la mano del tipo de género periodístico y no del aumento de recursos a disposición tanto para el profesional de este sector como para el usuario, quien accede a los medios digitales estableciendo patrones de búsqueda y construcción del conocimiento de forma multi-lineal, desde los diferentes niveles de profundidad antes expuestos.

Pese a que investigadores como Nielsen (1999) dan cuenta del persistente valor de la pirámide invertida en la construcción noticiosa desde el periodismo digital, investigadores como Salaverría (1999), mantienen una posición más crítica al respecto, ya que la inclusión en la redacción periodística de los hipertextos permite suprimir en las piezas noticiosas pasajes documentales, así como ampliar, aclarar o relacionar cualquier información, bien mediante nuevos textos o bien mediante recursos infográficos o audiovisuales. Este aspecto marca otra clara diferencia con el periodismo tradicional, cuyo modelo de redacción se rige bajo el respeto y aplicación de la pirámide invertida, en la que se exponen una entrada de sumario, materiales de apoyo primarios y secundarios, y el final de la noticia.

Los rasgos antes mencionados nos permiten visualizar un entorno en el que comienza a vislumbrarse la asunción de un paradigma claramente diferenciado entre ambos tipos de periodismo. Esto, sin dejar de lado el aun incipiente proceso de evolución que ha venido viviendo el periodismo digital, desde el comienzo de la década de 1990, cuando irrumpió el medio de comunicación digital (*El Chicago Tribune*) en los Estados Unidos.

### **DEL TELETIPO A LAS SALAS DE REDACCIÓN VIRTUALES. RETOS DOCENTES EN LA FORMACIÓN DE LOS PERIODISTAS DIGITALES**

Desde la década de 1990 hasta nuestros días, son muchos los investigadores que han intentado seguir la estela del trepidante avance que se ha venido gestando en torno a la profesión periodística con los avances TIC y el creciente cambio de contexto que éstos han significado en sus rutinas y en la aproximación con sus potenciales lectores o espectadores desde los soportes digitales. Sin duda, nos encontramos en la actualidad en un escenario donde muchos de los aspectos referidos en los puntos anteriores han venido marcando la forma de entender al periodista tradicional versus al periodista digital, así como la forma en la que se desarrollan los géneros periodísticos y las relaciones con unos lectores o espectadores cada vez más ajenos a las dinámicas pasivas de los medios tradicionales.

Pero, además del abordaje e intentos por dar forma al complejo contexto que está en formación en la actualidad en los profesionales del periodismo, en torno a los medios de comunicación digitales, conviene también debatir con respecto a, entre otras cosas: ¿Cómo están siendo formados estos profesionales? ¿Qué visión tienen los centros académicos y docentes que forman a la nueva generación de periodistas, ante los avances de las TIC? ¿Qué aspectos deben ser tenidos en cuenta al momento de capacitar a esta nueva

generación de periodistas? ¿En qué fase formativa se debe comenzar a formar a esta nueva clase de periodistas?

Si se hace un breve repaso por Internet, bien sea por medio de cualquier buscador (Google, por ejemplo) o directamente en aquellos centros de educación superior conocidos, se ve que la formación alrededor del periodismo digital suele ser considerada más en estados de formación superiores que en la educación recibida a nivel de pregrado o licenciatura. Especializaciones, maestrías y doctorados dan cuenta de una mayor atención en torno a este nuevo escenario que está en pleno asentamiento, mientras que en muchos planes de estudio de pregrado o licenciatura se asoman con temor, en el mejor de los casos, a la necesidad de inclusión de nuevas materias que nutran de sustento e incidan en la construcción de la estructura mental y técnica requerida para el abordaje profesional del escenario digital que se ha venido abriendo ante nosotros.

Nos encontramos insertos en un contexto en el que, según el país que se analice, el horizonte académico se encuentra permeado de los temores propios de escenarios cambiantes y de las aprensiones afines a las conceptualizaciones del campo profesional influenciados por los modelos tradicionales de comunicación (radio, prensa y televisión), donde aún se pueden percibir recelos entre periodistas ya formados y docentes, habituados a los códigos y formas de hacer periodísticos clásicos. Ello, mientras muchos siguen viendo la digitalización de las comunicaciones como un campo ajeno, complejo y en el que se requiere la transformación de los conceptos propios del periodismo tradicional, así como del mapa comunicativo individual y colectivo, entre otros aspectos, para su inserción efectiva.

Es en torno a este escenario, donde la formación de la nueva generación de profesionales no solo debe asumirse a nivel de postgrado, sino que se requiere de un profundo proceso de revisión de los planes de estudio y de los perfiles de los actuales docentes, para el delineo de estrategias en las que se aprovechen las características que le son inherentes a los individuos pertenecientes a la generación bit (Sartori, 2002) porque se requiere dotar a estos nuevos profesionales de recursos para que no sólo sepan usar las TIC para la construcción de sus relaciones individuales desde escenarios virtuales, sino para que también puedan aprovechar las nuevas aplicaciones tecnológicas (web 2.0, blogs, entre otros) para la ejecución de las rutinas periodísticas propias de los medios de comunicación digitales, en los que, por una parte, se mantienen los principios éticos profesionales tradicionales pero, por la otra, se construyen nuevas relaciones con los ahora *superusuarios* en una estructura de comunicación cada vez más horizontal y participativa (en doble vía) con estos. Ello sin contar con el hecho de la necesidad de asumir

un perfil profesional cada vez más transversal caracterizado por destacar la diversidad de funciones de estos profesionales: corresponsal, editor, redactor, moderador de escenarios virtuales, documentalista, fotógrafo, entre otros; así como el hecho de que las transformaciones en las formas de redacción que son asumidas por los periodistas digitales, al contar con los recursos TIC para la ejecución de sus labores y en las formas de construcción noticiosa, cada vez son más enriquecidas por lo multimedia, audio, infografía, hiperenlaces, inserción de noticias relacionadas, foros, comentarios, encuestas, entre otros.

Lo hasta aquí expuesto varía según el país o región del planeta en el que se decida hacer un estudio más detallado. Pero resulta claro que países provenientes, por ejemplo, de América Latina, se encuentran en un contexto en el que la formación de los periodistas digitales está siendo liderada más hacia el interior debido, más bien, a las necesidades comerciales y profesionales de los campos de negocio de los principales actores empresariales de las comunicaciones de cada país. Esto, ha hecho que se pongan en práctica cursos de formación presenciales y virtuales para los periodistas (Luzón, 2008), como por ejemplo en: *El País* (España), *El Mundo* (España), *El Tiempo* (Colombia), entre otros; mientras, en los últimos años, en los centros de educación superior de la región se ha venido avanzando de forma más cautelosa alrededor de este tema.

El escenario dibujado hasta aquí se traduce en un entorno en el que, desde el punto de vista formativo, a nivel latinoamericano, se siguen presentando claras debilidades con respecto a otros contextos o regiones del planeta, por ejemplo, Estados Unidos, Canadá, España, Inglaterra, entre otros, en los que la oferta educativa es mayor.

Pese a los avances tecnológicos, resultaría un error asumir la complejización del escenario actual comunicativo en términos deterministas, en los que se deje de lado lo tradicional a favor de lo digital. Lo que se debe tener en cuenta, desde los centros de educación superior y sus docentes, es la necesidad de poner en diálogo cada uno de los elementos conceptuales y técnicos requeridos para el quehacer de ambos tipos de periodismo. Ello se lograría, por medio de:

1) La inclusión de cursos de capacitación y formación dirigidos específicamente a los docentes en los que se les asista en la actualización del conocimiento ya existente. Ello podría generarse bien a partir de cursos presenciales en los mismos centros de enseñanza superior, o bien por medio de la formación a distancia mediante la aplicación de redes telemáticas, en las que los docentes cuenten con marcos de aprendizaje flexibles y correspondientes a los niveles existentes según cada

caso particular (Luzón, 2008; Ferraté, 1995). Estas estrategias, en especial la última, permitirían el aprendizaje simultáneo de los recursos TIC y el uso efectivo de estos como herramientas de aplicación práctica a lo largo de las rutinas académicas y de investigación relacionadas con los docentes.

2) La revisión y reforma de los planes de estudio, tal como lo señalamos anteriormente, por medio del fomento de escenarios de debate crítico en el interior de las facultades y departamentos de comunicación social y periodismo, donde se incluyan materias que sean propias del periodismo digital, y se fortalezcan las asignaturas ya existentes, a partir de módulos de formación dirigidos también al periodismo digital.

3) La profundización de planes de formación interdisciplinar en los que dichos planes no sean vistos de forma tradicional, como estancos separados entre sí; sino que se dé paso a planes transversales en los que los periodistas o profesionales de la comunicación tengan la oportunidad de tomar contacto con conocimientos especializados, provenientes de otras áreas de conocimiento, no solo de las Ciencias Sociales y Humanidades, sino también de áreas técnicas.

4) El fortalecimiento de relaciones entre los actores económicos relacionados con la comunicación: Estados, grupos profesionales, y centros docentes, en los que se logre constituir un acuerdo, en el que se vislumbre al periodismo digital, y el resto de profesiones generadas a partir de los avances TIC y la creciente digitalización de nuestras sociedades, como parte de un mismo proceso de transición; en el que se requiere delinear un plan estratégico, y se deje claro cuál es el escenario actual; hacia dónde apunta su evolución; cuál es o será el impacto en nuestras sociedades; qué tipo de profesionales se requieren para asumir los retos inherentes a este proceso; y cuál o cuáles deberán ser los roles que cada actor tendría para la asunción del mismo, entre otras cuestiones. Ello permitiría, por ejemplo: dar coherencia a los proyectos educativos existentes a nivel de cada nación frente al escenario digital actual y venidero, así como el fortalecimiento de las políticas de capacitación de profesionales dirigidos al sector privado, así como de los docentes e investigadores, quienes también tienen ante sí la responsabilidad de formar a estos, no solo desde los cursos de postgrado, sino desde las primeras fases de pregrado o licenciatura; entre otros aspectos.

Es en torno a lo antes considerado, donde se podrán sentar unas bases coherentes y efectivas en las que la sociedad en general, en nuestro caso los docentes, logren transformarse



en actores promotores de cambios sociales, a partir de la adquisición, aprensión e internalización individual de los cambios que hoy tenemos en el escenario comunicativo, los cuales están incidiendo en la complejización del mapa comunicativo actual, por medio de la adición a nuevas lógicas de funcionamiento que para muchos aún resultan difíciles de asumir desde los centros de educación superior. Sobre todo teniendo en cuenta el rol social que tienen las universidades o centros de educación superior *"como mecanismo inductor de mejora no sólo de la calidad de vida de la comunidad en la cual se encuentra inserta, sino también de la calidad de las instituciones involucradas en la organización, desarrollo y proyección de la vida política y social regional"* (Cohen, 2007); y que el proceso aquí referido es de reciente data y que es ahora cuando los avances generados están abriendo un abanico de oportunidades potenciales que a muchos docentes y periodistas en la actualidad les resultan ajenos a sus modelos de formación y ejercicios profesionales, mientras los que están en plena formación la emplean y comprenden como parte de su ser.

### A MODO DE CONCLUSIÓN

Como se ha visto, el periodismo al igual que otras profesiones relacionadas con las comunicaciones, ha venido sufriendo un aumento en la complejización interna, lo cual está haciendo cada vez más palpable un horizonte de demarcación profesional, ante la adquisición de rutinas, formas de relación y construcción noticiosa ajenas a los modelos tradicionales; sin que ello signifique el fin de éstos, ya que seguirán existiendo pese a los avances TIC y el aumento del escenario digital.

Lo que hoy se presenta ante nosotros, es un horizonte marcado por potenciales oportunidades, pero también retos que se deberán asumir sin importar que provengamos de la generación de las ondas hertzianas o del bit. Es bajo esta perspectiva que los centros de educación superior, así como los docentes, deben asumir su importante rol, al adoptar una posición crítica en la que no se haga solo una aproximación de las TIC desde un campo meramente técnico u operativo, sino como un proceso en el que se debe dotar a los futuros profesionales, en nuestro caso a los periodistas, de elementos conceptuales que les permitan dimensionar este escenario al momento de construir las noticias, integrar recursos tecnológicos en éstas, y establecer contacto y relaciones con personas interesadas en los contenidos desarrollados por estos, los cuales participarán de forma más activa a lo largo de dicho proceso. Ello, desde un escenario más complejo a la hora de ejercer su rol de comunicadores, pero también donde se cuenta con una mayor diversidad de recursos a mano para el ejercicio de su profesión, los cuales incidirán no solo

en lo hasta ahora expuesto, sino también en la creciente fragmentación de la comunicación y construcción del conocimiento. Para lo cual se hace necesaria la adquisición de nuevas destrezas mentales que garanticen la alfabetización digital en la sociedad (Moreno 2006; Casado, 2006; Llópiz, 2006; Feito, 2006) y en el mundo laboral, que dote al mayor número de personas y profesionales saber buscar, seleccionar, ordenar e interpretar los contenidos disponibles en el mercado multimedia, siendo capaces de valorarlos y darse cuenta de cuáles están presentes más fácilmente y cuáles son más difíciles de encontrar (Renau, 2005), posibilitándose así *"la capacitación imprescindible para sobrevivir a la SI y poder actuar críticamente sobre ella"* (Casado, 2006, s.p); y nuevos modelos profesionales relacionados con las comunicaciones, en particular.

### NOTAS

- 1 Peer to Peer
- 2 Internet Protocol televisión
- 3 Término empleado en el diseño de páginas web que da cuenta a la inclusión de enlaces dentro de textos.

### BIBLIOGRAFÍA

- Armentia *et Al.* 2000. "La información en la prensa digital: redacción, diseño y hábitos de lectura" [en línea], disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer8/8armentia9.html>, recuperado: 15 de diciembre de 2008.
- Bustamante, E. 1997. "La televisión digital: referencias y proyecciones de futuro", en *El debate de las comunicaciones*, Madrid, España, Fundación General de la UCM.
- Bustamante, E. & J.M. Álvarez. 1999. *Presente de la Televisión Digital*, Madrid, España, Editorial Edipo.
- Briggs, M. 2006. *Periodismo 2.0*, Texas, Estados Unidos, Universidad de Texas.
- Casado, R. 2006. "Alfabetización Digital: ¿Qué es y cómo debemos entenderla?", en: *Colección Fundación Telefónica*, Madrid, España, Editorial Ariel.
- Cohen, D. 2007. "Desafíos de la Responsabilidad Social Universitaria", en *Razón y Palabra*, núm. 55, México D.F., México, Universidad Tecnológica de Monterrey.
- Eikermann S., J. *et Al.* "Web 2.0: Profiting from the Treta" [en línea], disponible en: [http://www.strategy-business.com/media/file/leading\\_ideas-20070807.pdf](http://www.strategy-business.com/media/file/leading_ideas-20070807.pdf), recuperado: 15 de noviembre de 2007.
- Feito, R. 2006. "Alfabetización Digital: Un nuevo paradigma pedagógico", en: *Colección Fundación Telefónica*, Madrid, España, Editorial Ariel.
- Ferraté, G. 1995. "Autopistes de la informació, autopistes de la formació", en *Autopistes de la Informació. V Converses a la Pedrera*, Barcelona, España, Centre d'Investigació de la Comunicació.

- Fumero, A.; Sáez Vacas, F. 2006. *Blogs. En la vanguardia de la nueva generación web*, Madrid, España, Novatica.
- Fumero, A.; G. Roca. 2007. "Web 2.0" [en línea], disponible en: [http://www.fundacionorange.es/areas/00\\_mapa/contacto.asp](http://www.fundacionorange.es/areas/00_mapa/contacto.asp), recuperado 06 de mayo de 2008.
- García, E. 2004. "La especialización en la era de Internet", en *Periodismo especializado*, Barcelona, España, Editorial Ariel.
- Gil, Q. 1999. "Diseñando el periodista digital" [en línea], disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>, recuperado: 14 de diciembre de 2008.
- Harte, L. 2005. *Introduction to IP Television (IPTV)*. United State of America, Althos Publishing.
- Hotchkiss, G; T. et Al. 2007. "Search engine results: 2010" [en línea], disponible en: <http://www.enquiroresearch.com/campaigns/SearchEngineResults2010.pdf>, recuperado en: 15 de diciembre de 2008.
- Larrondo, A. 2005. "La interactividad como aliada del público: estímulo democrático y nuevos retos para la participación en los medios digitales", en *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*, [en línea], disponible en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>, recuperado: 01 de mayo de 2008.
- Leñero, V. & C. Marín. 1986. "Manual de Periodismo" [en línea], disponible en: <http://www.lsf.com.ar/libros/42/MANUAL-DE-PERIODISMO/>, recuperado: 14 de diciembre de 2008.
- Luzón, V. 2008. "La Formación Continuada del Periodista: El Mundo Digital" [en línea], disponible en: <http://www.aijic.com/comunica/comunica1/LUZON.HTM>, recuperado: 21 de diciembre de 2008.
- Llópis, E. 2006. "Alfabetización Digital: Estrategias formativas", en: *Colección Fundación Telefónica*, Madrid, España, Editorial Ariel.
- Martín, I. 2007. "Nueva redacción periodística para medios on-line" [en línea], disponible en: <http://chasqui.comunica.org/content/view/583/1/>, recuperado: 06 de mayo de 2008.
- Miralles, A. 2002. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Cali, Colombia, Editorial Norma.
- Moreno, A. 2006. "La alfabetización digital: nuevos desafíos, nuevas oportunidades" en *Claves de la alfabetización digital* [en línea], disponible en: <http://www.fundacion.telefonica.com/forum/Alfabetizacion/#>, recuperado: 02 de mayo de 2008.
- Nielsen, J. 1999. *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*, United State of America, New Riders Publishing.
- O'Really, T. 2006. "Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software" [en línea], disponible en: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>, recuperado: 06 de mayo de 2008.
- Paz, M. 2007. "Web 2.0 para reporteros" [en línea], disponible en: <http://miguelpaz.blogspot.com/2007/08/de-qu-sirve-no-es-acaso-para-nios.html>, recuperado: 06 de mayo de 2008.
- Peiró, K. 2005. "El rol del periodista tradicional ha de cambiar si quiere seguir siendo imprescindible en la Sociedad de la Información" [en línea], disponible en: [http://www.dialogica.com.ar/2005/09/el\\_rol\\_del\\_periodista\\_tradicio.php](http://www.dialogica.com.ar/2005/09/el_rol_del_periodista_tradicio.php), recuperado: 17 de diciembre de 2008.
- Peñas, T. 2006. "IPTV: la siguiente generación en televisión" [en línea], disponible en: [http://www.tvyvideo.com/pragma/documenta/tv/secciones/TV/ES/MAIN/IN/ARTICULOS/doc\\_35540\\_HTML.html?idDocumento=35540](http://www.tvyvideo.com/pragma/documenta/tv/secciones/TV/ES/MAIN/IN/ARTICULOS/doc_35540_HTML.html?idDocumento=35540), recuperado: 16 de octubre de 2007.
- Quesada, M. 2001. "Periodismo especializado", en *Introducción a la comunicación y a la información*, Barcelona, España, Editorial Ariel.
- Ramonet, I. 1992. *La golosina virtual*, Caracas. Venezuela, Editorial Centauro.
- Raynsford, J. 2003. "Blogging: the new journalism?" [en línea], disponible en: <http://www.journalism.co.uk/5/articles/5604.php>, recuperado: 16 de diciembre de 2008.
- Renau, E. 2005. "De la alfabetización digital a la multimedia" [en línea], disponible en: <http://www.educaweb.com/EducaNews/interface/asp/web/NoticiasMostrar.asp?NoticiaID=532&Publicacioid=124>, recuperado: 07 de mayo de 2008.
- Said, E. 2006. *La convergencia tecnológica en los servicios ofertados en la TV de pago y su impacto en el mapa comunicacional*. Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- \_\_\_\_\_.2007. "Mapas y retos comunicativos en la Era Digital" [en línea], disponible en: [http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest\\_desarrollo/15-2/4\\_Mapas%20y%20retos.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/invest_desarrollo/15-2/4_Mapas%20y%20retos.pdf), recuperado: 06 de mayo de 2008.
- Salaverría, R. 1999. "De la pirámide invertida al hipertexto Hacia nuevos estándares de redacción para la prensa digital" en *Novática*, vol. 142, pp. 12-15, Barcelona, España, Asociación de de Técnicos de Informática.
- \_\_\_\_\_.2005. *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*, Madrid, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Sánchez, D. 2007. "El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno", en *Revista Lasallista de Investigación*, vol 4, pp. 67-73, Antioquia, Colombia, Corporación Universidad Lasallista.
- Sartori, G. 2002. *Homo videns. La Sociedad teledirigida*, Madrid, España, editorial TAURUS.
- Schroeder, A. 2001. "New Visions in Journalism Schools" [en línea], disponible en: <http://0proquest.umi.com.millennium.itesm.mx:80/pqdlink?did=79922915&sid=1&Fmt=3&clientId=23693&RQT=309&VName=PQD>, recuperado: 8 de septiembre de 2007.
- Schudson, M. 2003. *The Sociology of News*, New York, United State of America, Series Editors.
- Vizcarra, S. 2002. "La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía" [en línea], disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4602vizcarra.htm>, recuperado: 17 de diciembre de 2008.