



La enseñanza del periodismo en el siglo XXI: un desafío entre lo impreso y lo digital

The Teaching of Journalism in the 21st Century: Challenges Between Printed and Digitalized Information

*Maryalejandra Montiel**
*Fernando Villalobos***

Resumen

El artículo presenta algunas de las consideraciones expuestas en una investigación efectuada en la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, en el período julio-diciembre de 2004 cuyo objetivo fue identificar los lineamientos prospectivos a seguir en la práctica docente del área de tecnología de la información y la comunicación en el pensum de estudio de la escuela de Comunicación Social de LUZ. Se parte de la necesidad de adecuar la capacidad tecnológica y de producción a las demandas y necesidades reales en la formación del comunicador social con el fin de responder, de manera satisfactoria a las dinámicas del mercado y a una sociedad que impone el uso de las tecnologías en el campo laboral. Los hallazgos plantean que la formación del comunicador social no puede estar alejada de los cambios que la tecnología de la información y la comunicación impone en este siglo XXI. Tampoco se debe sobredimensionar sus características y potencialidades, pero sí reconocer los impactos que tiene sobre la profesión y la manera cómo se ha introducido aceleradamente dentro de este campo. En este sentido, muchas de las escuelas de comunicación social no han planificado la introducción de las tecnologías de la comunicación y la información en sus pensa de

Recibido: Mayo 2005 • Aceptado: Septiembre 2005

* Magíster en Ciencias de la Comunicación y la Información. Profesora asociada. Escuela de Comunicación Social. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. Correo electrónico: maryalejandra@cantv.net

** Doctor en Ciencias de la Educación. Profesor asociado. Escuela de Comunicación Social. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela. Correo electrónico: fvillalo@cantv.net

estudio y, por lo tanto, no hay una combinación de saberes fundamentales y aplicados y diferenciados en el proceso instruccional y en el modelo curricular, que le de organicidad de criterios y responda a las exigencias del mercado laboral, a las expectativas de los estudiantes, de los egresados y a la función misma de la universidad orientada al desarrollo completo de los individuos en sus relaciones con la sociedad, el mundo y la vida.

Palabras clave: Práctica docente, educación, tecnologías de la comunicación y la comunicación, ciberperiodismo, comunicación social.

Abstract

This article presents some of the considerations reflected in a research study made at the school of Social Communications of the University of Zulia, during the July-December 2004 period, the objective of which was to identify the prospective guidelines to be followed in teaching practices in the area of information technology and communication in the evaluation of the curriculum (*pensum*) of the school of Social Communication at LUZ. It began with the need to adapt technology and production to the real needs required in the formation of social communicators with the intention of responding, in a satisfactory manner to market dynamics and to a society that imposes the use of technology in the labor field. The findings indicate that the formation of social communicators cannot be separated from the changes in informational and communicational technology imposed by the 21st century. Neither should its characteristics and potential be overestimated, but the impact that it has on the professional should be recognized as well as the way it has been rapidly introduced into this professional field. In this way, many schools of social communications have not planned for the introduction of communications and information technology in the study curricula (*pensa*) and, therefore, there is no combination of fundamental and applied knowledge differentiated in the instructional process and in the curricular model, that will give it criteria, organization, and respond to the requirements of the labor market, and the expectations of students and graduates, and to the function itself of the university oriented towards the complete development of individuals in their relationship with society, the world and life.

Key words: Teaching practice, education, communication and information technologies, cyber-journalism, social communication.

Introducción

Es indudable que las tecnologías de la comunicación y la información modificaron sustancialmente la práctica periodística a partir de los años noventa, cuando sólo se utilizaban para transcribir textos, diagramar algunas áreas de medios impresos y tratar, medianamente, los elementos gráficos de periódicos y revistas.

Sin embargo, con la aparición de Internet y el desarrollo de las páginas web es posible concebir un nuevo hacer periodístico basado en: sistemas de produc-

ción automatizados, fusión de medios tradicionales en un producto interactivo y multimedia caracterizado por la incorporación de video, audio, textos, sistemas de búsquedas, actualizaciones inmediatas, participación del usuario, etc.; además, las tradicionales fuentes de información se amplían y demandan otras competencias al futuro comunicador. A partir de estos cambios surge un nuevo concepto de periodismo que involucra un intercambio automatizado de información entre miles de personas de todo el planeta: ciberperiodismo.

Pero esos cambios no se han visto reflejados en el currículo de las escuelas de comunicación social venezolanas, donde la labor periodística y la técnica han fraguado el desarrollo de la profesión a espaldas del acontecer de las empresas informativas y de la sociedad en su conjunto. Hoy, las instituciones de educación superior encargadas de la formación de los profesionales del presente siglo se encuentran enfrentadas al desafío de actualizar sus contenidos curriculares acorde con los nuevos perfiles laborales surgidos como consecuencia de las transformaciones del mundo productivo y la nueva realidad del empleo (Inciarte y Canquiz, 2002).

La formación del comunicador social no puede estar alejada de esta realidad. Si bien es cierto que la tecnología no se debe incorporar a los planes de estudio por puro snobismo, deberá estar sustentada en el currículo bajo criterios de necesidad y validez educativa. Tampoco se debe sobredimensionar sus características y potencialidades, pero sí reconocer los impactos que tiene sobre la profesión y la manera cómo se ha introducido aceleradamente dentro de este campo. En este sentido, muchas de las escuelas de comunicación social no han planificado la introducción y utilización de las tecnologías de la comunicación y la información en sus planes de estudio. Por el contrario, la enseñanza de esta materia, recae en las competencias que un profesor tenga dentro de esta área, o en contenidos curriculares expresados en el plan de estudios que pierden actualidad rápidamente por las mismas características del medio.

Lo anterior es una clara demostración de la necesidad de que la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia mantenga, en su pensum de estudio, una combinación de saberes fundamentales y aplicados diferenciados claramente en el proceso de introducción de las tecnologías de la comunicación y la información en su modelo curricular para que, de esta manera, haya una organicidad de criterios que, lejos de confundir al estudiante, se presente de una manera coherente y sistematizada con el fin de responder adecuadamente a las exigencias del mercado laboral, a las expectativas de los estudiantes, de los egresados y de la sociedad.

1. Aspectos metodológicos

La metodología empleada se sustenta en una investigación de tipo propositiva, conocida también como de proyecto factible (Nava, 2002), en virtud de que constituye un proceso de investigación donde la hipótesis es sustituida por una propuesta de solución al problema planteado. El eje de esta estrategia lo constituye la propuesta propiamente dicha, la cual va precedida por todos los elementos

del proyecto de investigación y parte de un diagnóstico que se hace a una realidad de donde surge el problema a investigar.

Se apoya en un diagnóstico situacional sobre la práctica educativa de la enseñanza del periodismo y su relación con las tecnologías de la comunicación y la información en la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. A partir de allí, se hace una propuesta que relaciona los avances tecnológicos en el área, su aplicación en el ejercicio profesional y las necesidades de capacidad tecnológica y de producción para cumplir con éstas exigencias sociales.

2. Fundamentación teórica

La sustentación teórica del presente artículo se apoya en la visión de autores, organismos e instituciones sobre el papel de la educación, el rol de las universidades, el currículo y la relación entre periodismo y tecnologías.

Se parte de la concepción que la educación es inherente al hombre y a la sociedad como instrumento de desarrollo, al permitir el surgimiento de una identidad y patrones de conducta universales. Es un servicio fundamentado en el respeto a todas las corrientes del pensamiento; un derecho humano universal cuya finalidad es desarrollar el potencial creativo de cada ser humano y el pleno ejercicio de su personalidad en una sociedad democrática. Persigue el logro de un hombre sano, culto, crítico, y apto para convivir en una sociedad justa, libre basada en la familia como célula fundamental de la sociedad y en la valorización del trabajo. Pero, sobre todo, en la posibilidad de que a través de la educación se puede colocar al capital humano en el centro de las fuerzas que determinan la generación de riqueza y contribuyen al logro de los ideales sociales y de las metas del desarrollo de cualquier país o nación (UNESCO, 1998).

La concepción de la universidad venezolana está indisolublemente relacionada con el proceso educativo, y se concibe como:

“Un sistema coherente y armónico de instituciones y procesos que, con criterios de calidad, equidad y pertinencia, forman actualizan y desarrollan el talento humano para la creación y la comunicación de conocimientos, la investigación, la innovación y el desarrollo científico, tecnológico, económico, social y humanístico que el país requiere en el marco de una formación permanente, integral y de realización personal, con el fin de aplicarlas para lograr una mayor calidad de vida para toda la población venezolana”. Ministerio de Educación Superior (2001).

Lo anterior expresa el significado cultural de la universidad, su aptitud para la producción de nuevos saberes orientados hacia la actualización de sus funciones sociales y epistemológicas, no sólo apunta a la búsqueda de la verdad, sino también de soluciones para los problemas inmediatos de la sociedad.

De acuerdo con sus misiones -investigación, formación, servicio a las colectividades, cooperación internacional- la universidad sigue siendo un sitio prioritario

rio para conjugar pensamiento, saber, enseñanza, reflexión y educación. Un lugar donde se manejan las culturas, las lenguas, que es capaz de poner a disposición de la inteligencia del público, sea cual sea éste, las posibilidades de aprender a observar, a escuchar, a apreciar, a criticar, a evaluar las ciencias y las técnicas, la calidad de un texto, de una puesta en escena, de una interpretación, de una obra artística. Son las herramientas necesarias para que cada uno pueda construir su propia visión del mundo y compartir, en la diferencia y la pluralidad, la de los demás y la construcción de un destino común.

Con base en lo anterior, la universidad debe alcanzar su papel de producción y de difusión de saberes: su lugar en la ciudad, su papel social, cultural y político y las responsabilidades que esta posibilidad engendra. Debe preservar los conocimientos fundamentales y transversales.

Según la Declaración de la UNESCO (1998), la enseñanza superior se debe orientar hacia el desarrollo del individuo y el progreso de la sociedad, además debe contribuir al logro de los objetivos de la educación permanente y al desarrollo de otras formas y grados de educación.

Al respecto, Rigoberto Lanz (1998:9) señala que:

“En este siglo XXI un gran desafío para las universidades es el desarrollo de las tecnologías de la comunicación y la información en el proceso pedagógico, las nuevas habilidades y competencias, la amplia y efectiva articulación universidad-sociedad, las nuevas formas de organización de estas instituciones, la globalización de la producción del saber, el modelo de formación que está agotado y, algo preocupante, que la evolución del saber pareciera no ir a la misma velocidad con que marchan estos centros de educación superior que marcan pauta en la investigación científica”.

Por tanto, la universidad actual no puede ignorar los cambios demográficos, los procesos de internacionalización y de globalización de la economía, la incidencia de la información, la revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones, el camino inexplorado que las universidades tienen ante sí con el uso de internet, la formulación de nuevos planteamientos de docencia, la enseñanza no presencial, el trabajo de investigar en redes, el desarrollo de nuevos conocimientos como motores del desarrollo económico, social y cultural, entre otros aspectos. Todo ello ha de generar un nuevo discurso, al que contribuirá la reflexión crítica y el debate como fuente de análisis e innovación para ofrecer una educación de calidad.

Este planteamiento se corresponde con la misión de las universidades en lo relacionado con la formación de profesionales calificados para enfrentar los desafíos de la sociedad actual. Esta responsabilidad debe ser compartida de manera conjunta y armónica entre los diversos sectores sociales. Una reforma universitaria conlleva cambios en la enseñanza y, por ende, en la estructura curricular, en las intenciones educativas y las condiciones de su efectividad. La reforma de todo el sistema tiene sentido en la medida en que se reformen los métodos y los contenidos.

Sobre este aspecto Carlota Pérez (2001) señala que el mundo entero está viviendo una transición cuya principal características es la colocación del capital humano en el centro de las fuerzas que determinan la generación de riqueza y contribuyen al logro de los ideales sociales y de las metas del desarrollo. El tipo de educación que forma al individuo para participar de manera efectiva en la sociedad del conocimiento es muy distinto del requerido para incorporarse a la sociedad que hoy podemos empezar a llamar "tradicional". La sociedad moderna exige que las universidades trabajen en tres terrenos fundamentales: El perfil del egresado, para que sepa vivir y actuar en un mundo cambiante; el estilo pedagógico cónsono con ese perfil esperado y, el nuevo modo de relacionarse con el mundo exterior, para que la universidad misma sea capaz de adaptarse a requerimientos dinámicos.

Lo anterior refleja que el saber y el conocimiento son, hoy en día, una exigencia para el desarrollo y el bienestar social y también que ello engendra tanto una demanda creciente de formación superior, como la necesidad de una cooperación importante entre las disciplinas, los distintos centros de producción de cultura y conocimiento, entre los distintos saberes. La enseñanza ya no puede organizarse según la necesidad de aprender, sino acorde con las demandas interdisciplinarias, técnicas, laborales y, sobre todo atendiendo a los reales cambios que impone la sociedad del conocimiento.

El Banco Mundial también se ha pronunciado sobre este tema. Jamil Salmi (2001), Jefe del sector educación de la Región de América Latina y el Caribe de este ente financiero, menciona tres nuevos y grandes retos entrelazados con el rol y la función de la educación superior: La globalización económica; la importancia creciente del conocimiento en el desarrollo económico; y, la revolución de la comunicación y la información.

Con respecto a la globalización la considera un proceso creciente de integración de capital, tecnología e información a través de las fronteras nacionales en un mercado mundial integrado, con las consecuencias directas de que más países se ven obligados a competir en una economía global. Lo anterior conlleva a un cambio en el rol del conocimiento -que es el segundo reto expuesto por el autor-sustentado en que el desarrollo económico se encuentra cada vez más ligado a la habilidad para adquirir y aplicar conocimiento técnico y socioeconómico. Las ventajas comparativas se derivan cada vez menos de los recursos naturales o de la fuerza de trabajo; y cada vez más de las innovaciones tecnológicas y del uso competitivo del conocimiento. En la actualidad el crecimiento económico es más un proceso de acumulación de conocimiento que de capital.

La tercera dimensión de cambio la constituye la revolución informática y de la comunicación que ha transformado radicalmente la capacidad de almacenar, transmitir y utilizar la información. Las innovaciones en electrónica y telecomunicaciones y el desarrollo de tecnología de alta capacidad han permitido la abolición de distancia física gracias al acceso de la información y esto, apoya el proceso de globalización y, a la vez, permite la difusión del conocimiento y el intercambio de datos entre pares ubicados geográficamente distante y de manera instantánea.

De igual modo, la Comisión Nacional de Currículo venezolana (2002) también presentó algunos lineamientos sobre los cuales debe fundamentarse la transformación universitaria, ellos son: los procesos de modernización, traducidos en nuevas bases tecnológicas; las nuevas realidades caracterizadas por la sociedad compleja, cambiante e incierta; el surgimiento de nuevos conocimientos basados en la integración disciplinaria que da lugar a nuevos campos de formación; la necesidad del aprendizaje de los idiomas como base para la comunicación y la conformación de redes de intercambios sociales, tecnológicos y económicos, entre otros.

3. Los medios analógicos y digitales

Uno de los cambios más significativos que en los últimos años ha impactado al periodismo -en sus distintas representaciones- es el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación.

Un detalle de gran importancia es el acelerado factor multiplicador de las tecnologías en corto tiempo. En los últimos 10 años (1995-2005) se han producido cambios que en otras épocas hubiese costado siglos para ser incorporados en la sociedad. Prueba de ello fue la invención de la imprenta Gutenberg, a mediados del siglo XV, y fue un siglo después cuando comenzaron a producirse los primeros periódicos. No obstante, la primera página Web salió en 1993 y, en menos de 10 años, medios de comunicación, empresas e instituciones de todo tipo, actividades personales, bibliotecas, comercios y otros ya la utilizaban como medio de información y herramienta del proceso globalizante, unos más tímidos que otros, pero lo cierto es que en poco tiempo esta innovación tecnológica revolucionó el mundo entero.

Los medios impresos no están alejados de esta realidad, por el contrario, la tecnología está modificando las prácticas profesionales del periodismo. Quizás es una de las revoluciones más significativas por cuanto permite el surgimiento de un nuevo medio de comunicación denominado por algunos autores (Armananzas y otros, 1996); (Díaz Noci, 2001); (Flores y col., 2001): ciberperiodismo, periódico interactivo multimedia, periodismo digital y otros.

Lo cierto es que el periódico impreso tradicional trae noticias del día de ayer, cuando el digital permite la inmediatez de la noticia; además el impreso tiene límites en cuanto al contenido porque está ceñido al espacio del papel, mientras que en el digital la información es en bits, ilimitada y, además de ello, permite usar hipervínculos para ampliar la información; en el impreso no se puede escuchar las declaraciones de la fuente de información, mientras que en el nuevo formato sí, además éste último permite el uso de bases de datos para hacer búsqueda de la información, inclusive, retrospectiva, por autor, tema, fecha y otras múltiples opciones.

Se pueden resumir las características principales del nuevo medio, de la siguiente manera: (Echaluce, 2003).

1. Producto Digital: la información llega por medio de bites en una pantalla electrónica y no sobre el papel. Se transmite por redes telemáticas. Los costos se reducen considerablemente respecto a las ediciones impresas. Llegarán las no-

ticias de última hora a medida que se vayan produciendo y las fotos estáticas de la prensa escrita están dejando paso a imágenes animadas.

2. **Hipertexto:** refleja la arquitectura de la WWW que permite pasar de página a página, acceder a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial. El periódico electrónico se acerca más a la forma de pensamiento, las estructuras de las ideas no son lineales, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí.

3. **Instantáneo:** Se obtienen las informaciones de manera más inmediata. Se consulta la información casi en tiempo real, con lo que la distancia respecto a la inmediatez de acceso a la información, comparado con otros medios como la radio y la televisión, se acorta.

4. **Actualizable:** Ha entrado en crisis el concepto de periodicidad de los medios en línea. El periódico electrónico renovará la información conforme se vaya generando la noticia y las informaciones de interés. Esta característica se puede considerar como fundamental.

5. **Contenidos Personales:** Con las posibilidades que ofrece Internet en cuanto a la capacidad de transmisión, ninguna información puede quedarse sin difundir, a no ser que el periodista decida rechazarla. Una web puede contar con la capacidad de servir amplitud de páginas, con sus respectivas noticias. Internet es un medio perfecto para la distribución de noticias e información. Un volumen infinito de ellas y documentos pertinentes como legislación, información estadística, discursos, entre otros, pueden ser incluidos. Al personalizarse el diario on line, cada usuario seleccionará la información que quiere conocer. Esto hace que se pueda segmentar el tipo de lectores. Incluso algunas empresas han aprendido esta lección y ofrecen banners o anuncios publicitarios de determinadas características en función del lector habitual de esos temas.

6. **Mundial:** Llega a todas las partes del planeta, siempre y cuando estén conectadas a Internet. El periódico en línea no tendrá un mercado local, estatal o nacional, sino que su mercado será global. Esto es realmente diferente en comparación con el periódico impreso que para tener alcance local, nacional e internacional, se multiplican los costos

7. **Accesibilidad:** Es posible tener el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando se posea un ordenador, un módem y una línea telefónica. Esa disponibilidad de estar en el lugar de los hechos y transmitir en vivo desde cualquier lugar del mundo, es lo que caracteriza a la televisión; pero esa ventaja ya la tiene el periódico on line.

8. **Interactividad:** Internet tiene retroalimentación que se denomina Interactividad. De hecho el éxito de la red se debe a las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. La retroalimentación es casi inmediata. Todo depende del servidor que se tenga para que la opinión, información o respuesta llegue al destinatario. Se presenta una bidirección donde el emisor y el re-

ceptor se encuentran en el mismo plano. La ventaja de la interactividad es que permite al usuario ser algo más que un receptor pasivo, y actuar por sí mismo en el producto.

9. Personalización: El periódico electrónico ofrece la posibilidad de que cada uno de los usuarios del servicio reciba y escoja de una amplia gama de posibilidades solamente lo que le interesa. Gracias a la interactividad, el periódico conocerá cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee. “El diario The San José Mercury fue pionero lanzando la idea de que empleando los medios telemáticos, sus lectores podían tener las noticias que previamente hayan solicitado, creándose entonces el proyecto Mercury Center.

10. Multimedia: El periódico on line es la suma de los tres medios masivos de comunicación: radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el video, los recursos de la infografía.

11. Páginas en lugar de secciones: El concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección. Es decir, en el nuevo periódico on line se habla de la página de nacional, la página de deportes, o de la página de opinión. En ese caso se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensadas en una página electrónica con sus textos íntegros.

12. No existe la noticia de cinco columnas. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación, si es en la primera, segunda, tercer pantalla o según las que tenga el periódico on line. Se puede analizar si se valoran más las fotografías respecto al texto, el grafismo frente a las palabras, el color frente al blanco y negro. La noticia más importante se presenta en la parte superior, generalmente ocupa todo el ancho de la pantalla o de la parte que le corresponde al contenido. La valorización de las informaciones también se determina por su tipografía. Al abrir un periódico o revista, la atención de un lector se atrae inmediatamente a los elementos gráficos en la página en lugar de los elementos textuales. En Internet no sólo convence al usuario la calidad de información, también su presentación. La página principal o home page es la puerta de entrada al servicio. Hay una gran flexibilidad del formato. Los textos, imágenes, sonidos y video se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación.

13. La fotografía y el color son elementos destacados en Internet: La prensa *on line* puede ganar, no solamente en contenidos, sino también en dinamicidad visual, si juega con la imagen fotográfica como materia visual.

14. Gratuito: La mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. Internet es información y si no se pone mucha información a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no va a entrar a las páginas y no se va a vender publicidad. La gratuidad de los periódicos *on line* favorece la consulta

del usuario. Hay algunos títulos que exigen suscripciones para su consulta, pero afortunadamente son muy pocos.

Lo anterior es una clara evidencia de la presencia de un medio informativo distinto a los medios convencionales que, unido a la globalización de la información, presenta un periodismo con nuevos retos que exige a la tradicional y/o nueva empresa de comunicación, una reconversión y un cambio tecnológico (Flores y otros, 2001). No se trata sólo de un soporte tecnológico distinto, sino que se está creando un novedoso entorno en el trabajo, una forma empresarial que se visualiza en el campo de la comunicación y en la respuesta de la sociedad.

Estas premisas son apoyadas por Javier Díaz Nocci (2000) al señalar que el nuevo producto electrónico estará basado en la información de actualidad o de interés más o menos general o especializado, elaborado por profesionales que integran cada vez más tipos de información: textual, icónica, sonora etc. y con mayor capacidad de respuesta y personalización. Otra característica es la secuencialidad, la posibilidad de acumulación ilimitada de información, de la que carecen los medios impresos o audiovisuales (lineales en el tiempo), así como la virtualidad, que supone cierta ruptura del espacio y, en cierta medida, del tiempo.

4. Sonidos de largo alcance

La controversia sobre el surgimiento de este periodismo trae ante sí la opinión de expertos en el área. Flores y col. (2001) consideran que muchos editores se planteaban la solución digital como una forma de tanteo, como una toma de posición de bajo riesgo ante un negocio que aún no ven, aunque cada vez son más los que advierten que el futuro pasa por la coexistencia de soportes, algo que, dado el bajo costo de la edición digital, casi se convierte en una potencial economía de escala, en una vertiente nueva del negocio.

Bajo esta vertiente, Montiel (1998) señala que hay periódicos que son el viejo medio con nuevo soporte, mientras que otros han emergido sólo en la red, un tercer grupo son los mismos medios pero con la incorporación de las potencialidades de la red, mencionadas anteriormente.

Roger Fidler (1998) es claro en su posición. Considera que los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) son mediosaurios, y que, así como se extinguieron los dinosaurios, igual sucederá con ellos. Destaca que todas las tecnologías de la comunicación están viviendo una metamorfosis conjunta. Las industrias están convergiendo para crear nuevas formas de comunicación que moldean gran parte de las ideas acerca del futuro de los medios masivos y la comunicación humana.

En sus planteamientos destaca el término de mediamorfosis definido por él mismo como la transformación de los medios de comunicación por la compleja interacción de las necesidades percibidas, de las presiones políticas y de la competencia y las innovaciones sociales y tecnológicas. Se trata de un modo de pensar acerca de la evolución tecnológica de los medios de comunicación como un todo.

Para Nicholas Negroponte (1995) los medios impresos tradicionales serán como tinta seca sobre árboles muertos y que los bits dominarán por completo todas las acciones humanas. En el caso de la prensa escrita ya hay bastantes adelantos cuando el texto se escribe en un computador; los reporteros envían los reportajes por correo electrónico, las fotos se digitalizan y se transmiten por cables y la composición de un periódico se hace mediante sistemas computarizados que prepara la información para transmitirla a una película o para grabarla directamente en planchas. Toda la concepción y elaboración del periódico es digital. Los bits se convierten en átomos cuando se imprime el periódico, pero si se produce para la red, todo el proceso es en bits.

Díaz Noci (2000) aborda el tema de la escritura digital y para ello hace importantes señalamientos sobre el papel de los medios y la función de la comunicación. Sobre éste último aspecto explica que los tres elementos de la comunicación deben estar presente en los cibermedios, estos son: lo técnico, lo cultural y lo social.

5. El desafío profesional

La era de la información digital plantea a los periodistas grandes retos a los que sólo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos. Sin embargo, tal y como apunta Díaz (2000), las facultades de periodismo siguen, en su mayoría, aferradas a unos planes de estudio un tanto desfasados y escasamente dinámicos que no atienden a las demandas actuales del mercado ocupacional.

Sobre este tema, Meso (2003) plantea que los futuros profesionales de la comunicación, llegados a las universidades, se enfrentan al reto de unos estudios universitarios enmarcados en la tradicional cultura del texto y de la clase magistral. En ese sentido, no extraña que se produzcan asimetrías que agudizan el distanciamiento generacional existente entre enseñantes y enseñados.

Gabriel García Márquez, premio Nóbel de Literatura y Presidente de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano (citado por Meso, 2003) abordó esta problemática, y planteó sus dudas sobre la capacidad actual de las escuelas y facultades para preparar convenientemente a los profesionales de la comunicación. Los avances tecnológicos y las nuevas necesidades sociales han provocado que algunos centros educativos se hayan quedado anticuados. Se queja de que el oficio de periodista no ha logrado evolucionar a la misma velocidad que sus instrumentos y de que los periodistas se hayan extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro, señalando que el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo.

El problema mayor es que, estando en un mundo digital, la formación del comunicador no está en línea con las demandas del nuevo periodismo, es preciso que el comunicador aprenda nuevas reglas y conceptos que lo harán diferenciador con respecto a la formación tradicional.

El nuevo periodista, según Díaz Noci (2000) debe ser un profesional con conocimientos de multimedia (informática, imagen, sonido, diseño, Internet, etc.) que

va a tener que evolucionar hacia el acceso a bancos de datos y hacia fuentes informativas de diversa procedencia que van a ir ampliándose y renovándose cada día.

Todo apunta a que el periodista de este siglo XXI será, por tanto, y además, un profesional multimedia. Una especie de hombre orquesta, capaz de utilizar imágenes de video en la edición en línea de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio. La única especialidad posible en el periodismo del futuro será la de saber trabajar en todos los medios y con todos los medios. Esta multifunción comunicadora refuerza el protagonismo del periodista, del que se demanda una mayor preparación. Ahora, más que nunca, tendrá que saber a quién recurrir para obtener la información que necesita, deberá ser un experto en expertos.

Díaz Noci (2000) expone que si el medio es nuevo, la profesión de periodista sufrirá algunos cambios para adaptarse a él, pues el estímulo de las tecnologías debe ser motivo para plantear una renovación académica. Sin embargo, hace también un análisis sobre el fin de esta profesión. Al respecto destaca que puede que lo que cambie sea el medio, pero no la esencia del trabajo. Este autor destaca que si la profesión de periodista va a sufrir o ya está sufriendo transformaciones de consideración, éstas no se resuelven con un mero cambio de nombre, por más que se busquen nuevas palabras, la cuestión está en si todo debe cambiar para que nada cambie y, por tanto, el modelo pedagógico de la enseñanza de la comunicación deberá orientarse hacia nuevas prácticas y exigencias sociales y no a las tradicionales.

6. Consideraciones finales

En la actualidad la conformación de desafíos y retos en la formación del comunicador social del siglo XXI se sustenta en la posibilidad de transferir conocimientos y experiencias orientadas a fortalecer los saberes de los educandos en el área de tecnología, considerando que en el periodismo emergen nuevas estructuras comunicacionales que serán, sin lugar a dudas, el nuevo campo de trabajo y el mayor reto que deberán emprender quienes hoy están formándose en las distintas escuelas de comunicación social. Afortunadamente, las tecnologías de la información están permitiendo un desarrollo personal, profesional y social de mayor calidad, pero, al mismo tiempo, no se debe olvidar que se están convirtiendo en un germen de separación y exclusión social.

La lentitud con la que en la educación superior se introduce los cambios y las innovaciones, particularmente en el área tecnológica, así como la resistencia al cambio, pasando por la presencia de una cultura universitaria tradicional y el analfabetismo tecnológico institucional plantean la revisión urgente de los planes de formación del profesorado, pues prevalece un modelo donde los profesores universitarios no han cambiado desde hace bastante tiempo su estructura de comunicación. Un aspecto importante es que esos cambios y nuevas estrategias instruccionales se han introducido sin reflexionar en lo que se pueden hacer en beneficio del quehacer profesional y académico del periodismo, sino solamente pensando en cómo agregarlas mecánicamente a las estructuras existente.

Lo anterior es una clara demostración de que, si no hay una planificación desde el punto de vista docente y curricular en la introducción de estas tecnologías orientadas a la formación y la creación de competencias en el futuro egresado, posiblemente los esfuerzos se diluyan, se aborden de manera separada o aislada y la formación profesional responda más a una tradición docente e institucional que a una solución social y al aporte de herramientas en el futuro egresado para la transformación y avance social.

Estas premisas se apoyan en lo expuesto por Carlota Pérez (2002) cuando indica que la característica que más profundamente distingue a la “sociedad del conocimiento” como tal es el acceso universal, masivo y permanente a los conocimientos existentes y a los que se van generando

Lo anterior manifiesta una clara evidencia de la necesidad de reformular el pensum de estudio de la escuela de Comunicación Social de manera holística, adaptada a las necesidades y requerimientos del mercado de laboral y en función del momento histórico, donde las tecnologías de la comunicación y la información están cambiando muchos de los tradicionales ordenes sociales.

Para modificar esta tendencia será necesario: Una actualización del personal docente, de manera que permita incrementar la capacidad tecnológica de la escuela; así como también proporcionar una mejor capacidad de producción, pero, sobretodo, considerar el cambio curricular como una demanda urgida y necesaria que permita garantizar la formación del futuro profesional acorde con el campo real de trabajo y asegurar, de esta manera, el cumplimiento del rol universitario.

Ese cambio curricular deberá garantizar las demandas del entorno, la pertinencia científica, en el sentido de los avances tecnológicos y su relación con la profesión y una pertinencia social, académica y profesional de manera que las distintas áreas del conocimiento se articulen en función de las exigencias de la sociedad, por ello, se propone la creación de una oferta académica referida al Ciberperiodismo, a la cibercomunicación. Ya que hoy día, el uso de las tecnologías en el campo de la comunicación presenta como característica fundamental el rompimiento de barreras que separaron por muchos años los distintos saberes en esta profesión, ésta fue la concepción que prevaleció en la enseñanza del periodismo y, así, se dividió en parcelas el campo del comunicador social: periodismo Impreso, audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas.

La realidad de hoy es totalmente diferente. Las ciencias tienden a agruparse, a funcionar de manera interdisciplinaria, a integrar los distintos saberes. La innovación tecnológica asume la direccionalidad de los nuevos paradigmas en la comunicación social, donde la interconexión entre personas y computadoras, amén de la producción mundial de material informativo conviven en un eje conductor de globalización de la información que permea los distintos campos del periodismo y posibilita un nuevo campo laboral orientado hacia los medios digitales, aquí es donde la escuela de Comunicación Social debería reorientar su práctica docente y adelantar acciones para incluir este aspecto en la formación del futuro egresado.

Lo que se busca no es formar a un profesional tecnológicamente dotado, sino que conciba a las tecnologías como una herramienta que fortalece, amplía y permite el logro de los objetivos y de un nuevo deber ser del periodista, vistas como una herramienta para la investigación, la búsqueda de la verdad, el pensamiento, la reflexión, es un nuevo saber hacer que le permitiría cumplir efectivamente con su misión, democratizar la información y atender a las demandas sociales. Así la tríada educación superior-formación del comunicador social y tecnología de la comunicación deben trabajar conjuntamente para responder, de manera exitosa, a las exigencias del siglo XXI caracterizado por la globalización, la interconexión y la instantaneidad informativa.

Referencias bibliográficas

- Armananzas, Emy, et al. (1996). **El periodismo electrónico**. Ariel Comunicación. Barcelona, España.
- Comisión Nacional de Currículo (2002). **Lineamientos para abordar la transformación en la educación superior. Escenarios curriculares**. V Reunión Nacional de Currículo para la educación Superior. Caracas.
- Flores, Vivar, et al. (2001). **Ciberperiodismo**. Limusa Noriega editores. Madrid. España.
- Díaz Noci, Javier (2000). **La escritura digital**. Servicio Editorial Universidad del País Vasco. España.
- Díaz Noci, Javier et al. (2003). **Mañuela de Redacción Ciberperiodística**. Editorial Ariel, S.A. España.
- Echaluze, Alberto (2003). Disponible en: www.galeonh.com/periodismo_digital
- Feito, Rafael (2004). Disponible en: <http://www.ucm.es/BUCM/cps/lecturas>
- Fidler, Roger (1998). **Mediamorfosis, comprender los nuevos medios**. Ediciones Granica S.A. Buenos Aires. Argentina.
- Flores V., Jesús y Urruti, Miguel Alberto (2001). **Ciberperiodismo**. Limusa, Noeriega Editores. México.
- Inciarte, Alicia y Canquiz, Liliana (2002). **Tendencias en el diseño y desarrollo de los perfiles profesionales**. Ponencia presentada ante la V Reunión de Currículo: Escenarios para Universidad del siglo XXI. 19 al 22 de febrero de 2002. Caracas. Venezuela.
- Lanz, Rigoberto, y col. (2001). **Pensar la reforma de la universidad**. Cuaderno de propuestas del Colegio de Universitarios. Asociación para el Pensamiento Complejo. Caracas. Venezuela.
- Meso Ayerdi, Koldobika (2003). "La formación de periodista digital". **Revista Chasqui** No. 84. Disponible en: www.ciespal.net
- Ministerio de Educación Superior (2001). **Propuesta para la Ley Orgánica de Educación Superior**. Caracas. Venezuela

- Montiel R., Maryalejandra (1998). **Innovación Tecnológica, Globalización de la Información y Nuevos medios de comunicación**. Trabajo de Grado para optar al título de magíster en Ciencias de la Comunicación y la Información. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.
- Nava de Villalobos, Hortensia (2002). **La Investigación Jurídica**. Editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ). Maracaibo. Venezuela.
- Negroponte, Nicholas (1995). **Being Digital**. Alfred a. Knopd, Inc. New Cork. USA.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Conferencia General. París. Noviembre. 1998.
- Pérez, Carlota (2002). **La Universidad en el nuevo paradigma: formar para la vida en la sociedad del conocimiento**. Disponible en: www.carlotaperez.org/articulos/unp.pdf
- Pérez, Carlota (2001). **Cambio Tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil**. Disponible en: www.carlotaperez.org/articulos/unp.pdf
- Salmi, Jamil (2001). Disponible en: <http://www1.worldbank.org/education/tertiary/lima.html>