

EL PERIODISTA DIGITAL ANTE EL RETO DE LA REINVENCIÓN PERMANENTE: APUNTES SOBRE LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS EN TIEMPOS DE INTERNET

Por Héctor Claudio Farina Ojeda (*)

RESUMEN

Con las constantes transformaciones que se están dando en el Periodismo en Internet, fundamentalmente debido a la incorporación de la tecnología a la producción, la investigación y la difusión, la formación que requieren los periodistas debe replantearse y ajustarse conforme a las demandas del mercado y las audiencias. En este texto proponemos un acercamiento reflexivo a las necesidades de formación de los periodistas, así como a los desafíos que representa actualizarse en forma permanente.

Palabras clave: periodistas, formación, periodismo, Internet,

(*) Profesor investigador del Centro Universitario de la Ciénega de la Universidad de Guadalajara, México. Doctor en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología.

INTRODUCCIÓN

La aparición de Internet y del periodismo en Internet, periodismo en línea (Díaz Noci, 2001) o ciberperiodismo (Salaverría, 2003) representó una profunda transformación para todo el periodismo, por lo que las empresas periodísticas han tenido que ajustarse a los cambios en diferentes ámbitos: en sus contenidos informativos, el soporte, la formación y profesionalización de los periodistas, la incorporación permanente de tecnología y la búsqueda de modelos de negocios que aseguren la rentabilidad del periodismo (Farina, 2013).

En este contexto, una de las características fundamentales es la velocidad con la que se dan los cambios que afectan a la comunicación pública en la red, con un constante cambio de reglas de juego por parte de los actores, lo cual es clave para comprender el impacto de Internet en los medios (Orihuela, 2012). Y en esta vorágine en la que los medios han pasado del papel al soporte Internet, con todas las pequeñas transiciones y las grandes transformaciones que esto implica, el periodista se enfrenta a un desafío extraordinario: reinventarse en forma permanente para hacerle frente a los cambios en la tecnología, en las audiencias, en las formas de producción y en la construcción de narrativas para informar.

A diferencia del periodismo tradicional, el periodismo en Internet se mueve en forma vertiginosa y requiere de una comunicación interactiva, multimedial e hipertextual, en plataformas distintas, en un contexto de audiencias hiperfragmentadas y en constante cambio. Por ello, no solamente las prácticas de los periodistas se ven afectadas en sus rutinas de producción sino que hay una necesidad de formación permanente para adaptarse a las nuevas tecnologías, los nuevos comportamientos de los usuarios, los tiempos de Internet y las formas de comunicarse con las audiencias.

El desafío es enorme y requiere de una revisión minuciosa de la formación tradicional de los periodistas y de los cambios que se están produciendo en el ejercicio periodístico, por lo que en este artículo proponemos un acercamiento hacia las necesidades que tienen los periodistas de aprender en todo momento para no quedar atrapados en el atraso.

De la formación tradicional a la digital

Como señala Arroyo (2011), el trabajo de los periodistas se vio modificado desde el momento en que se introdujo la tecnología digital en las redacciones. Esto hizo que los periodistas se vieran obligados a “reciclarse”, aprender el uso de las herramientas 2.0 y a buscar la manera de explotarlas para el acceso, la elaboración y difusión.

Dicha modificación ha llevado al desarrollo de un perfil de ciberperiodista o periodista digital que trabaja en el contexto de Internet y que requiere no solo conocimientos propios del oficio sino habilidades y competencias para comunicarse con el lenguaje propio de un mundo digital.

Este periodista debe ser un “experto en buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la sobreabundancia informativa, y estar abierto al proceso de formación continua que le imponen las innovaciones tecnológicas que afectan a su campo”, (Rosique, 2016: 592).

Aunque la esencia del oficio siga siendo contar historias, la incorporación de la tecnología ha hecho que hoy los periodistas se enfrenten a la dificultad de narrar en tiempo real, de usar distintas plataformas para comunicar y de utilizar herramientas para que las historias sean interactivas, multimedias, no lineales y usables. Es decir, ahora ya no basta con un texto o un audio sino que es la combinación la que se requiere: un fragmento de la historia

mediante una secuencia de fotos, otro fragmento mediante un video, una contextualización a través de gráficos interactivos, etc.

Y para lograr este tipo de narrativas nos enfrentamos a la necesidad de incorporar la tecnología al proceso de producción de noticias y a la narración, con lo que esto demanda un aprendizaje permanente y una capacidad de innovación importante.

Como menciona Salaverría (2000) la exigencia de la formación técnica no significa que el periodista del Siglo XXI debe convertirse en un técnico, sino que los recursos digitales forman parte de la práctica periodística, por lo que no se pueden separar los conocimientos técnicos de los demás ámbitos del ejercicio periodístico.

Al contrario, las demandas de formación de los periodistas en el Siglo XXI implican un reforzamiento de sus conocimientos en humanidades y ciencias sociales para comprender y explicar la complejidad actual (Arroyo, 2011). En este contexto, la formación periodística tiene un importante componente de saber humanísticos, así como de enseñanza reflexiva y artística (Galdón, 1999).

Nos encontramos ante la tendencia profesional que va hacia la consolidación de equipos en campos como la organización, la planificación, la edición e incluso la infografía y el fotoperiodismo (Arroyo, 2011).

Todo esto sobre la base de la formación tradicional del periodista que incluye la deontología del oficio, las humanidades, las ciencias sociales y la cultura general como formas de poder comprender e interpretar fenómenos sociales, económicos y políticos, para luego poder comunicarlos mediante historias enmarcadas en los géneros periodísticos y en las nuevas plataformas de la comunicación.

Los cambios en el periodismo digital representan un desafío para los periodistas, ya que como señala Saad Correa (2004) las habilidades necesarias para el ejercicio del periodismo en Internet van más allá de las referencias básicas del periodismo tradicional. Ahora se agregan requisitos como conocimientos de lenguajes y software para edición de textos e imágenes para la web, lógicas para navegación, relaciones con el mercado, gestión del producto, entre otros.

Una aspecto importante para la formación sigue siendo la gestión de contenidos, ya que si bien en los planes de estudio se han ido incorporando materias relativas al periodismo y a las habilidades multimedia (Salaverría, 2000), la gestión de contenidos en Internet va evolucionando con mucha rapidez, por lo que el aprendizaje sobre este aspecto particular es constante y, muy a menudo, los planes de estudio se renuevan muy lentamente frente a la velocidad de las innovaciones tecnológicas.

En este contexto, las necesidades de formación de los periodistas no solo son constantes sino que se han vuelto aceleradas. No solamente ya no basta lo que se aprende en las universidades, sino que la permanente aparición de nuevas herramientas tecnológicas, nuevas plataformas, nuevos usos de las redes sociales o formas innovadoras de contar historias obliga a los periodistas a estar aprendiendo en todo momento a la par que ejercen el oficio. Se aprende mientras se aplica.

Desde una mirada académica, como coinciden diversos autores (Salaverría, 2000; Díaz, 2005, Sierra, 2011): la prioridad pasa por formar a los periodistas tomando como referencia los modelos que se basan en: a) la enseñanza tecnológica destinada a formar periodistas para medios digitales, b) la enseñanza dirigida a preparar periodistas para la era digital centrada en la formación integral.

Mientras el primero de los modelos pone énfasis en la formación tecnológica para ajustarse a los nuevos tiempos, el segundo apunta a la formación integral de los periodistas que aprenden a utilizar la tecnología para los fines del periodismo.

En el primer modelo está la enseñanza de herramientas digitales, de plataformas, sitios web, etc, en tanto que en el segundo modelo se enseña el periodismo según sus fines, y la tecnología sólo se incorpora a dicha enseñanza.

Aquí aparece una crítica recurrente a las escuelas de Periodismo: la respuesta desde las universidades es lenta en cuanto a la creación de materias o cátedras que enseñen los nuevos usos de la tecnología (Salaverría, 2011).

De acuerdo a la propuesta de la Unesco (Sánchez y Berrocal, 2014), en su “Plan Modelo de Estudios de Periodismo” (2007), los contenidos deben incluirse en la enseñanza del periodismo digital, se debe introducir la historia de Internet, el cambio del relato periodístico, la interactividad, las cuestiones éticas de la tecnología y el uso apropiado de herramientas técnicas.

Sánchez y Berrocal (2014) dicen que la mencionada necesidad de formación digital integral, transversal y permanente, esta relacionada con la conveniencia de los cambios que deben darse en los contenidos formativos sobre el desarrollo de nuevos estilos narrativos y el refuerzo del periodista como gestor de la información.

Como vemos, si bien se requiere del aprendizaje de las lógicas de producción multimedia, esto no debe limitarse a la formación técnica, ya que la esencia del periodismo sigue estando en la investigación, la documentación y la construcción de narrativas.

El desafío es muy grande: construir el perfil del periodista del futuro, uno que no sólo comprenda la situación y el contexto en el que se ha de desenvolver, sino que pueda aprender en forma permanente sobre el uso de las tecnologías, la lógica de las audiencias, los cambios en las formas de interactividad y la manera en la que se puede innovar a la hora de contar historias.

Acercamiento a las necesidades de formación

A partir de la revisión de la literatura relacionada a las necesidades de formación de los periodistas en la actualidad, proponemos en este apartado un acercamiento a algunos de los aspectos puntuales que forman parte del aprendizaje que requieren los periodistas.

En primer lugar tenemos la obligación de revisar los criterios con los cuales estamos formando a los periodistas: se necesita una formación integral, transversal y transdisciplinaria, para que los profesionales del periodismo puedan interpretar fenómenos sociales, económicos y políticos, como la globalización, las economías interrelacionadas, la geopolítica, la modernidad o los cambios derivados de la incorporación de la tecnología a la vida cotidiana.

Siguiendo el modelo de la Unesco, la capacitación debe centrarse en el periodista con miras a que comprenda el mundo digital, y no en la tecnología para que solamente la aplique en la construcción de productos periodísticos. Pero esto es muy complejo, ya que se requiere de conocimientos amplios de diferentes campos y no solo del campo de la comunicación.

Si pensamos a partir de la necesidad de formación continua, como lo establece Meso (2003), quien afirma que nunca antes se le había exigido tanto a un profesional de la

comunicación, el énfasis debe estar en una sociedad del aprendizaje basada en el saber-hacer y en lo que saben las personas, pero no en la información de las máquinas. Es decir, en tiempos en los que la información está disponible en Internet en cantidades nunca antes vistas, el gran desafío es saber seleccionarla, interpretarla y aplicarla.

Una reflexión interesante es cómo formar un periodista para ajustarlo al criterio establecido por Rosique (2016, 592), que consiste en que debe ser un “experto en buscar, jerarquizar y filtrar información dentro de la sobreabundancia informativa, y estar abierto al proceso de formación continua que le imponen las innovaciones tecnológicas que afectan a su campo”.

La búsqueda y jerarquización de la información implican una gran capacidad de análisis para saber exactamente qué buscar, cómo buscar, dónde buscar y, finalmente, establecer lo que es valioso en términos periodísticos para contar una historia.

Un ejemplo elemental es el caso de los *Papeles de Panamá*: de más de 11 millones de documentos disponibles, con información financiera, el gran reto fue encontrar la información valiosa, las irregularidades y los negocios ocultos junto con sus responsables. Para saber cómo y qué buscar se requiere de periodistas especializados en economía, que sepan leer balances y estados financieros, con conocimientos de leyes internacionales, nacionales, y que además sepan de regímenes fiscales, paraísos fiscales, etc.

Un periodista sin conocimientos especializados para este caso, difícilmente podría buscar, jerarquizar, interpretar y luego escribir reportajes, aunque tenga a su disposición millones de documentos y el acceso irrestricto a las fuentes. Ni las herramientas de búsqueda ni las habilidades tecnológicas son suficientes para casos complejos que requieren de investigaciones profundas, de conocimientos amplios y de mucha especialización.

En el segundo de los casos, en el modelo que pone énfasis en la formación digital de los periodistas, nos encontramos frente al reto a aprender en forma permanente el uso de herramientas tecnológicas que permiten buscar, procesar, analizar y difundir información en diferentes esquemas y plataformas.

La enseñanza del periodismo digital, con sus lógicas de producción, es fundamental para que los periodistas puedan ubicar los contenidos informativos en su justo contexto. Más que aprender a combinar texto, imágenes, audio y video en un producto multimedia, el desafío es saber cómo comunicar, cuándo comunicar y hacia quiénes deben dirigirse los mensajes.

Al respecto, Palau (en Sánchez y Berrocal, 2014) dice que los periodistas del futuro no solo deben conocer las implicaciones de la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad que caracterizan a los medios digitales, sino que deberán ser capaces de dar un salto más allá y convertirlas en una estrategia creativa. Esto se aplica específicamente al caso de los reportajes multimedia.

Para la formación actual, es imprescindible que se aprenda sobre la hipertextualidad, lo multimedia -que involucra desarrollar habilidades para la redacción de textos, uso de imágenes, edición de audio y video- y las posibilidades de interactividad. En este último punto, se trata del manejo de herramientas interactivas para gestión de los contenidos, así como de las redes sociales que sirven para comunicar e interactuar con las audiencias.

En el caso de lo multimedia, hay una serie de habilidades que deben desarrollarse: desde las técnicas de redacción pensadas para historias no lineales hasta el uso de programas para edición de imágenes, diseño editorial, edición de audio y video. No se trata necesariamente de la figura controvertida del “periodista multimedia” en el sentido de

que debe hacerlo todo a la vez, sino que debe desarrollar habilidades que permitan producir contenidos multimedia.

El objetivo del desarrollo de las habilidades para la escritura, la fotografía, la edición, la realización de infografías, los audios y los videos es aprender a planificar historias multimedia, lo que implica planear minuciosamente las partes de la historia y establecer qué se contará con un texto, qué con una galería de imágenes, qué representar con sonidos y qué parte será audiovisual.

En otras palabras, la sola habilidad que antes se enseñaba en una clase de redacción, en un taller de fotografía, de diseño editorial o de producción de audio y video, ya no es suficiente, debido a que la fortaleza ahora reside en la combinación, en las estrategias narrativas, en las formas de usar la tecnología para documentar y difundir hechos, y en la planificación para cada caso.

En el mismo sentido, la gestión de contenidos y la construcción y mantenimiento de sitios web forma parte de lo que el periodista de hoy en día debe saber, para poder aprovechar la tecnología para el emprendimiento, la innovación, la arquitectura de la información y, fundamentalmente, para saber llegar a las audiencias.

En el caso de las audiencias, que por su propia naturaleza son fugaces, infieles, migrantes, selectivas y cambiantes (Farina, 2012), la formación del periodista debe ser no solo constante sino evolutiva: de la misma manera en que el lector de periódicos se convirtió en usuario en Internet y que las audiencias van migrando hacia distintos espacios -como *Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Google Plus*, etc.-, los periodistas también deben migrar, aprender las lógicas de las nuevas herramientas y plataformas, para aprovecharlas en el ejercicio del oficio.

El secreto no reside en aprender a utilizar redes sociales o determinadas herramientas, sino en un acercamiento constante a las audiencias y en una adaptación a las demandas tecnológicas. Así como en su momento el desafío fue aprender a comunicar en una red social como Twitter, la tendencia de los cambios apunta que los periodistas deben seguir desarrollando habilidades para posicionarse en nuevas plataformas y ajustarse a las naturalezas cambiantes de la demanda de las audiencias.

Propuestas reflexivas

La revisión de apuntes sobre las necesidades de formación de los periodistas en tiempos de Internet nos ha llevado a enfrentarnos a diversos problemas que todavía continúan en proceso de resolución.

Por un lado, tenemos que la formación tradicional sigue siendo la base del aprendizaje para el oficio pero claramente ya no es suficiente, ya que el periodismo en Internet, las nuevas tecnologías, las nuevas plataformas de comunicación, las herramientas de producción de contenidos multimedia, las redes sociales y la urgencia de evolucionar como lo hacen las audiencias han obligado a reinventar el oficio, lo que conlleva a una reinención permanente del periodista.

La paradoja está en que para aprender de tecnologías y saber aplicarlas, es necesario un reforzamiento en el aprendizaje de las humanidades, las ciencias sociales y en la construcción de un bagaje cultural que permita interpretar los fenómenos sociales, asimilarlos y luego utilizar la tecnología para describirlos y explicarlos.

La enseñanza de los conocimientos generales que forman parte del bagaje cultural, tradicional se dan en las escuelas de periodismo y comunicación, en tanto lo tecnológico

-por su vertiginosidad- parece más ligado al ejercicio profesional en el campo empírico. Y aunque la tendencia en los planes de estudio es la incorporación de asignaturas sobre periodismo digital, herramientas multimedia, edición de audio y video, diseño editorial y narrativas digitales, los programas de estudio siguen siendo lentos frente a la imperiosa urgencia de ajustarse a las innovaciones tecnológicas.

Debido a esta situación, los conocimientos adquiridos por el periodista durante su proceso de formación académica tienen una fecha de caducidad muy cercana, sobre todo en lo referente a la tecnología. Lo que aprenden se va quedando obsoleto en poco tiempo, por lo que en la misma medida en que se desempeñan en el ámbito profesional deben seguir aprendiendo para que no quedar, paradójicamente, fuera del mercado en el que trabajan.

El mercado laboral del periodismo demanda un aprendizaje permanente aunque las difíciles condiciones de trabajo de los periodistas dificultan dicho proceso de aprendizaje. Los periodistas cada vez trabajan más horas y le dedican más tiempo a la producción de noticias -porque todo debe ser en tiempo real-, lo que limita el tiempo para seguir aprendiendo.

Ante este panorama, la demanda de formación permanente obliga no sólo a repensar los planes de estudio sino a trabajar en una conjunción entre las empresas periodísticas y los centros de formación, de tal manera que se retroalimenten en forma permanente sobre las actualizaciones que requieren los profesionales del periodismo y las maneras en las que se pueden aprender sobre la marcha dichas actualizaciones.

Para que los periodistas puedan reinventarse frente a los desafíos del oficio, más que nunca se requiere llegar al mercado con una base de conocimientos muy amplia y desarrollar la capacidad de innovar en forma periódica. El aprendizaje permanente

debería ser impulsado por las mismas empresas periodísticas como una manera de capacitar a sus profesionales para que puedan seguir el ritmo de las audiencias, de los cambios tecnológicos y de las demandas del mercado.

Ya no estamos sólo frente a la urgencia de aprender en forma permanente sino de la aceleración de los procesos de aprendizaje en el campo tecnológico para poder seguir el ritmo de un proceso de transformación constante.

La gran pregunta que queda de fondo es cómo lograr que la formación del periodista sea más sólida y más cambiante al mismo tiempo, es decir con la habilidad de adaptarse a los cambios y anticipar los requerimientos del mercado y las audiencias.

Referencias bibliográficas

Arroyo Cabello, María (2011) “Aproximación al perfil del periodista en la postmodernidad”.

Razón y Palabra, vol. 16, núm. 76, mayo-julio, 2011 Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Estado de México, México.

Díaz Noci, Javier (2001). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Díaz, Javier (2005): “Periodismo en Internet: investigar los nuevos medios”, en López, X.; Pereira, X. & Villanueva, X. (Eds). *Investigar sobre Periodismo, Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística* (pp.74-100). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.

Farina Ojeda, Héctor Claudio (2012), “El perfil del lector de noticias en línea: Interactividad y características del proceso de consumo de información”, en Rodríguez Salazar, Tania (2012) *Discursos, identidades e imágenes en movimiento. Siete estudios de comunicación y cultura*, Universidad de Guadalajara, México.

- Farina Ojeda, Héctor Claudio (2013) *Las transformaciones de los diarios mexicanos: de las ediciones en papel a las ediciones en línea. Estudio del caso de El Informador: cambios consolidados, controversias abiertas y experimentos en su proceso de transformación*. Tesis doctoral, Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara, México.
- Galdón, Gabriel. (1999). *La enseñanza del periodismo. Una propuesta de futuro*. Barcelona, España: CIMS.
- Meso, Koldo. (2003). “La formación del periodista digital”. *Chasqui*, (84) [Revista en línea]. Disponible en <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1497> Consulta realizada el 1 de noviembre de 2017.
- Orihuela José Luis, (2012) *80 claves sobre el futuro del periodismo. Una selección de artículos publicados en Digital Weblog de ABC.es comentados por expertos*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia (Grupo ANAYA, S.A.).
- Rosique Cedillo, Gloria (2016), “El grado en periodismo: hacia una formación adaptada a los nuevos tiempos”. *Opción*, vol. 32, núm. 10, 2016, pp. 589-602, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela
- Saad Corrêa, Elizabeth. (2004). *Estratégias para a mídia digital*. São Paulo: Senac.
- Salaverría, Ramón. (2000). “Criterios para la formación de periodistas en la era digital”. Huesca, España: Ponencia presentada en el I Congreso Nacional de Periodismo Digital. 1-4. Disponible en: www.unav.es/fcom/mmlab/investig/crit.htm
- Salaverría, Ramón (2003). “Convergencia de los medios”, *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, marzo, número 081. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador, pp 32-39
- Salaverría, Ramón (2005). *Redacción periodística en Internet*. Barcelona: EUNSA, Colección comunicación.

Salaverría, Ramón (2011): “Online journalism meets the university: ideas for teaching and research”, en *Brazilian Journalism Research*, Volumen 7, Nº 11, pp. 137-152. Disponible en:

www.academia.edu/1150054/Online_journalism_meets_the_university_ideas_for_teaching_and_research Consultado el 1 de noviembre de 2017.

Sánchez García, Pilar y Salomé Berrocal, Gonzalo (2014). “Desafíos de la enseñanza periodística en el EEES: adaptación a los nuevos soportes y a las nuevas técnicas redaccionales”, en Bernad Monferrer, Estela (2014), *Actualización de los nuevos sistemas educativos*, Asociación Cultural y Científica Iberoamericana, España.

Sierra, Francisco (2011): “La formación científica del informador. Universidad y campo periodístico”, en Sierra, F. & Moreno F.J. (Eds.). *Fundamentos de Teoría del Periodismo* (pp. 11-39). Sevilla: Universidad de Sevilla.