



Zona Próxima

ISSN: 1657-2416

jmizzuno@uninorte.edu.co

Universidad del Norte

Colombia

Said Hung, Elías

El reto de formar a los periodistas en el siglo XXI

Zona Próxima, núm. 10, julio, 2009, pp. 182-195

Universidad del Norte

Barranquilla, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85312281013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El reto de formar a los periodistas en el siglo XXI

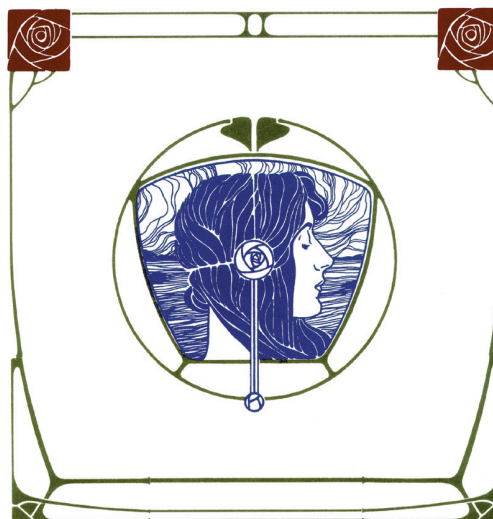
Elías Said Hung

**Origen de subvenciones y apoyos
recibidos:** Fundación Universidad del
Norte.

zona próxima

Revista del Instituto
de Estudios
en Educación
Universidad del Norte

nº 10 julio, 2009
ISSN 1657-2416



ELIAS SAID HUNG

DOCTOR EN TECNOLOGÍA, ESTRUCTURA Y TRATAMIENTO DE
LA INFORMACIÓN - PROFESOR TITULAR DE TIEMPO COMPLETO
Y DIRECTOR DEL OBSERVATORIO DE EDUCACIÓN DEL CARIBE
COLOMBIANO DE LA UNIVERSIDAD DEL NORTE.
saide@uninorte.edu.co

<p>Los crecientes avances TIC y la aplicación de estos en el desarrollo de una nueva generación de herramientas y portales <i>Web</i> para el desarrollo profesional, están trayendo consigo dificultar el horizonte laboral en torno a las comunicaciones. El aumento de las complejidades en el escenario comunicativo mundial, acarrea como resultado la necesidad de hacer un análisis que permita comprender las bases de la formación profesional de la nueva generación de trabajadores relacionados con los procesos comunicativos tradicionales, pero también de los nuevos que están comenzando a ganar terreno en nuestras sociedades, cada vez más telemáticas.</p> <p>El presente artículo es un informe teórico de avance de los principales</p>	RESUMEN	
<p>referentes conceptuales que dieron origen a la investigación que está actualmente en ejecución en la Universidad del Norte, denominada: "El ciberperiodismo desde las facultades de comunicación social y periodismo en Colombia".</p> <p>PALABRAS CLAVE: formación, incidencia, TIC, ciberperiodismo, Colombia.</p> <p>FECHA DE RECEPCIÓN: 30 DE MARZO DE 2009 FECHA DE ACEPTACIÓN: 15 DE ABRIL DE 2009</p>	ABSTRACT	<p>The advance of ICT and their impact in the new generation of tools and websites have produced an increase of the complex labor around the communication area. The high complex scenarios bring as result the need to do an analysis that allows us to understand how shaping the new worker generation is related to the Medias.</p> <p>The present article will do a theoretical reflection around the research process referred before; it gave origin to the research at the Universidad del Norte, "The ciberjournalism from the Communications and Journalism Faculties in Colombia".</p> <p>KEY WORDS: Learning, impact, ICT, ciber-journalism, Colombia.</p>

CONTEXTO ACTUAL ALREDEDOR DE LAS COMUNICACIONES Y EL PERIODISMO DEL SIGLO XXI

Las transformaciones generadas por la digitalización en las comunicaciones hacen que nos encontremos en un momento de acelerados procesos de transformación en nuestras sociedades contemporáneas y en los individuos ante un contexto en el que nos encontramos construyendo las realidades de nuestro alrededor, a través de sombras de los procesos que giran en torno a la telemática TIC y a la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), entre otros.

Sin dejar de lado las persistentes reticencias socioculturales y las brechas generacionales, por citar algunas (que muchos individuos tienen ante la diversidad de cambios, nuevos códigos y referentes para el ejercicio laboral y de las actividades vinculadas al área privada de las personas que se abren paso) se hace cada vez más requerido aprender el uso de nuevas tecnologías, para asumir así las posibilidades que brindan las TIC como acceso a la información, el aumento de la potencialidad de conectividad con otras personas en contextos locales y globales y en la aprehensión de conocimiento.

Nos encontramos frente al desarrollo y la aplicación de las *Web 2.0*¹. Alrededor de éstas giran perspectivas

que comparten la poca claridad de las fronteras que limitan este concepto ante su reciente auge; a pesar de ello, es normal relacionarla con el uso de Internet como espacio de socialización efectiva, en la que los diferentes actores sociales cuentan con una posibilidad real de formar parte de una “sociedad virtual” marcada por la participación en la construcción e intercambio de informaciones, comunicaciones y conocimientos; todo ello, por medio de la construcción de un sistema y unos recursos tecnológicos que se mezclan entre sí, en una relación de complementariedad vinculada al aprovechamiento máximo de las TIC en la difusión de información y conocimiento.

Lo esencialmente distintivo en torno a la nueva generación de aplicaciones tecnológicas y recursos *Web* que se están abriendo paso en el escenario comunicativo contemporáneo, es el aumento del impacto y las posibilidades que brindan éstas en la participación de los individuos en su construcción. Ello hace que los puntos de creación de contenidos comiencen a variar sus patrones de origen hacia escenarios más periféricos, los cuales rompen la tradicional centralidad impuesta desde los modelos comunicativos establecidos desde los medios de comunicación clásicos y los contextos analógicos (radio, prensa, televisión), en los que los comunicadores o periodistas dejan de contar con la exclusividad a la hora de “cargar” contenidos, ante el cada vez mayor rol de injerencia que tienen los

¹ Término acuñado por la editorial *O'Reilly Media* en 2004.

usuarios de los medios digitales en este proceso.

Todo lo anteriormente expuesto, da paso a un nuevo horizonte que hoy comienza a irrumpir, en el que se alterna la generación de contenidos entre los profesionales y la generación *bit* (Sartori, 2002) de ciudadanos interesados en participar en este proceso, los cuales comienzan a contar con una mayor gama de canales comunicativos de “doble vía” donde, no sólo son lectores, sino también editores de la información “colgada” en los portales *Web*, cada vez más entendidos como plataformas y no como simples puntocom, por los profesionales de la comunicación (Briggs, 2006).

Si tomamos en cuenta lo planteado hasta ahora, se abren nuevos debates donde se dan cuenta de las habilidades que deben poseer los profesionales de la comunicación contemporáneos, de cara a poder hacer frente y aprovechar el actual proceso tecnológico en el que hoy nos encontramos inmersos, en especial alrededor de las nuevas tipologías de salas de redacción digitales.

HTML, Flash, nuevas formas de escrituras para Internet, edición de audio y vídeo, administración de comunidades virtuales y análisis de métricas, son algunos de los conocimientos que muchos comienzan a enumerar para poder hacer frente a los nuevos cambios en el periodismo; los cuales, muchas veces, abruman al profesional acostumbrado a los patrones tradicionales de realización

de su labor, y que observa en lo nuevo, un escenario cargado de más trabas e inconvenientes periodísticos.

Lo que hoy tenemos ante nosotros, puede significar la apertura de oportunidades para el desarrollo de las profesiones vinculadas a las comunicaciones en un marco con mayor amplitud de conectividad; así como, de un mayor y más ágil flujo de información entre estos, las salas de redacción y los públicos/usuarios que toman contacto con los contenidos generados; un mayor desarrollo y exhaustividad informativa alrededor de las noticias generadas desde los nuevos soportes y canales de comunicación digitales y de nuevos ámbitos de aplicación especializada de la profesión periodística.

WEB 2.0, TELEMÁTICA, CULTURA BLOG Y PERIODISMO DIGITAL

Los crecientes avances telemáticos y el desarrollo de las *Web 2.0* (Espinoza, 2008; Eikermann et al., 2007; Paz, 2007) comienzan a integrarse en la reciente y 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 del usuario como motor de un cambio continuo y sostenible” (Fumero & Roca, 2007: 16).

La cultura *blog* (Fumero & Vacas, 2006), promovida desde redes sociales

como *youtube*, *facebook*, *myspace*, *tuenti*, comienza a introducirse en el escenario periodístico y en el progresivo uso de los hipermedias, hipertextos e inserción de recursos audiovisuales e imágenes, entre otros; estos son empleados en los medios digitales al momento de dotar a las noticias plasmadas de mayor profundidad e interés para una más amplia gama de usuarios. Interesados ya, no sólo, 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, a través de los retazos unidos de datos insertados en los hechos noticiosos originados en la nueva generación de espacios periodísticos virtuales.

Los periodistas/comunicadores tienen ante sí la labor de hacer frente a la ruptura en la forma de entender Internet como un recurso solamente capacitado para la reproducción del modelo tradicional de construcción noticiosa, donde la información está en silos aislados. Se garantiza así el paso a una creciente descentralización de los contenidos, a través del marcado rasgo colaborativo que hoy comienzan a adquirir las comunicaciones, por medio de los recursos brindados por las Web 2.0, al compartirse y emplearse los bancos de datos de plataformas *webs* autogestionadas por sus mismos usuarios (*youtube*, *google*, *flickr*, *ning*, *picasa*, entre otras), para la profundización de las noticias elaboradas por los periodistas.

El nuevo reto que tienen ante sí los periodistas les puede permitir la generación de nuevas formas de llevar a cabo su labor profesional. Ello en vista que en la sociedad contemporánea ya no sólo son importantes los contenidos y la forma como se presentan, sino también la facilidad de acceso a esta información y la rapidez con que se llegue a potenciales lectores, cada vez más amplios, dispersos y heterogéneos.

Lo antes destacado será producto de la ampliación de los géneros periodísticos tradicionales (noticia, reportaje objetivo y entrevista), interpretativos (reportaje interpretativo y crónica) y de opinión (artículo, editorial, crítica, humor gráfico, opinión de los lectores); los cuales se ven redimensionados con los multimedia precedentes a ellos, ante la digitalización del sector y la inserción de elementos infográficos y multimediales.

Lo digital permite, por tanto, una mayor apertura de los medios de comunicación que han venido introduciéndose en Internet, con una visión más abierta ante los potenciales recursos que ella brinda, al momento de ofrecer no sólo textos e imágenes de temas actuales y contenidos inéditos, enmarcados en la inminente actualidad periodística que hoy es cada vez más acuciante. Tal es el caso de www.elpais.com, www.elmundo.es, www.soitu.es (España), o www.usatoday.com (Estados Unidos), además de muchos de los reportajes elaborados en ellos alrededor de temas de interés humano, actualidad, políticos

o sociales, los cuales son enriquecidos con datos, imágenes, mapas y documentos insertados en ellos y a completa disposición de los lectores que desees ahondar en dicho tema.

Lo digital está trayendo consigo (además de la conformación de un ser humano más multimedia y acostumbrado a lidiar con construcciones de la realidad lineal -textos tradicionales- con no lineales -reportajes multimedia-) la aparición de una nueva generación de periodistas multimedia, dispuestos a asumir el reto que hoy tenemos ante las SIC, TIC's y demás procesos contemporáneos.

Esta nueva generación de profesionales son capaces de trabajar con archivos de texto, imagen y sonido, dotados de la visión y la creatividad que este formato precisa; y sobre todo, sin la dependencia del espacio como condicionante para llevar a cabo su labor, ya que las nuevas aplicaciones que comienzan a permear la dinámica profesional de la comunicación (Firefox, Safari, Opera, Internet Explorer, Flock, entre otros), permitirán la conectividad en tiempo real para poder llevar a cabo las mismas funciones que cualquier aplicación de escritorio y guardar los trabajos realizados *on line* en los servidores de la empresa, sin importar estar lejos de sus puestos de trabajo.

LOS RETOS DE FORMAR EN EL PERIODISMO DEL SIGLO XXI

Además del abordaje y los intentos por dar forma al complejo contexto

que está en formación en la actualidad en los profesionales del periodismo, conviene preguntarse: ¿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's? ¿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 fundamentar a esta nueva clase de periodistas?

Bien sea por medio de los buscadores de Internet (como Google) o directamente en aquellos centros de educación superior que nos son conocidos, vemos que la formación en torno al periodismo digital suele ser considerada más a niveles de educación en posgrado. Especializaciones, maestrías y doctorados dan cuenta de una mayor atención en torno a este nuevo escenario que está en pleno asentamiento, mientras que 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. Ello se puede apreciar al momento de hacer un breve repaso de los programas académicos ofertados por universidades de Colombia y otros

provenientes de América Latina, Europa y Estados Unidos, en donde a nivel de pregrado las titulaciones ofertadas en el área de la comunicación suelen guardar más relación con el periodismo, comunicación organizacional y comunicación audiovisual, en general; mientras que el periodismo digital o ciberperiodismo se suele apreciar más en ámbitos de formación de posgrados.

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 influenciadas 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 del periodismo clásico. Así, muchos profesionales 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 para su inserción efectiva, entre otros aspectos.

La formación de esta nueva generación de profesionales no sólo se debe asumir a nivel de posgrado, sino que se requiere de un profundo proceso de revisión de los planes de estudio y de los perfiles de los actuales docentes, así como la actualización tecnológica en ellos,

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). Desde nuestro punto de vista, lo aquí planteado contribuiría al mejor aprovechamiento de las potencialidades propias de los avances TIC, a favor de nuevos escenarios de ejercicios profesionales que están abriéndose desde Internet y otros soportes, los cuales ameritan, no sólo, la consolidación del conocimiento que todo periodista debe tener en cuanto a los valores y ejercicio de su profesión, entre otros aspectos que ya se están impartiendo desde los espacios de educación superior, sino también se debe hacer énfasis en el conocimiento especializado propio de los nuevos canales (redes sociales virtuales, *blogs*, periódicos digitales, televisión digital, televisión móvil, entre otras) que están abriéndose paso en la actualidad; en donde el tratamiento de la fuente, objetividad, equilibrio informativo (por citar algunos aspectos) se mantiene en la dinámica periodística, pero enmarcado bajo un entorno caracterizado por: un mayor contacto entre los periodistas-usuarios, un mayor flujo de información, una mayor perentoriedad de las noticias y una mayor posibilidad de construcción de dimensiones en el interior y alrededor de las noticias elaboradas en estos escenarios digitales.

De esta forma, se podría dotar de recursos a estos nuevos profesionales, para que no sólo sepan usar las TIC

en la construcción de sus relaciones individuales desde escenarios virtuales, sino también para que puedan aprovechar las nuevas aplicaciones tecnológicas (Web 2.0, blogs, por mencionar algunos) en la ejecución de las rutinas periodísticas propias de los medios de comunicación digitales, en los que por una parte se mantienen los principios éticos y 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 (de doble vía) con estos (Larrondo, 2005).

Todo ello sin contar con el hecho de la necesidad de asumir un perfil profesional cada vez más transversal, en donde la función de corresponsal es la del editor (además de: redactor, moderador de escenarios virtuales, documentalista, fotógrafo, moderador, etcétera), así como el hecho de 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 de la construcción noticiosa, esta última cada vez más enriquecidas por lo multimedial, el audio, la infografía, los hiperenlaces, la inserción de noticias relacionadas, los foros, los comentarios, las encuestas y un gran etcétera.

De todas formas, lo más importante en torno a la formación de los periodistas digitales no es únicamente desarrollar nuevas estrategias pedagógicas y que se apliquen para una revisión crucial en el fortalecimiento

de los planes de estudio en torno a la formación de esta nueva generación de profesionales ante lo digital. También es importante consolidar, en primer lugar, la base que da solidez al periodismo en sí; es decir, en aquellos aspectos que giran en torno al ejercicio profesional y los valores inherentes en estos profesionales para la cobertura de los hechos noticiosos, en todo lo que tiene que ver con los valores de objetividad, equilibrio de las fuentes y verificación de éstas previamente.

A partir del fortalecimiento de esta base de formación se podrán ejercer acciones para la integración de estrategias pedagógicas y nuevas temáticas que ayudarán a integrar las TIC en la formación de estos profesionales, así como en la asunción de lo que todo periodista debe tener, sin importar ya el soporte por medio del cual desarrollen dicha profesión; se podrán ejercer procedimientos para el fortalecimiento de lo que gira en torno a los nuevos espacios multimedia, de la construcción de conocimientos desde patrones no lineales y para el máximo aprovechamiento de los recursos tecnológicos que irrumpen en la actualidad.

Países provenientes, por ejemplo, de América Latina se encuentran en un contexto donde la formación de los periodistas digitales está siendo liderada más hacia el interior del gremio periodístico, desde fundaciones vinculadas con el sector (ejemplo, la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (www.fnpi.org)),

producto de las necesidades comerciales y profesionales de los campos de negocios de los principales actores empresariales de las comunicaciones de cada país. Esto ha hecho que muchos pongan en práctica cursos de formación presenciales y virtuales para sus periodistas (Luzón, 2008), todo ello mientras se ha venido avanzando en los últimos años de forma más cautelosa alrededor de este tema en los centros de educación superior de la región, debido probablemente a la competitividad del mercado profesional.

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

Pese a los avances tecnológicos, resultaría un error asumir lo complejo 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.

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; cambios que están incidiendo en el aumento de la complejidad 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. Debido a ello hay que tener 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, social y regional” (Cohen, 2007:1). El proceso aquí referido es de reciente data y es ahora cuando los avances generados están abriendo un abanico de oportunidades potenciales que a muchos docentes y periodistas actuales les resultan ajenos a sus modelos de formación y ejercicios profesionales, mientras los que están en plena formación los emplean y comprenden como parte de su ser.

CONCLUSIÓN

¿Qué hacer para el fortalecimiento de la enseñanza de los ciberperiodistas?

Para lograr la actualización pedagógica que tanto se requiere en torno a muchos programas de comunicación social y periodismo que ayuden a

afrontar las realidades digitales que hoy se hacen presentes en nuestras sociedades contemporáneas, se requeriría:

- La revisión y ajuste de los perfiles docentes que tienen la labor de formar a los futuros profesionales del área periodística para el fortalecimiento de la enseñanza en el campo del periodismo digital, hasta los docentes cuyas áreas de especialización permitan una mayor aproximación y abordaje de esta forma de hacer periodismo en la actualidad.
- Si bien se requiere de una revisión exhaustiva del perfil de los docentes que tienen la responsabilidad de formar a los periodistas ante el auge y asentamiento de lo digital, también se requiere el diseño de cursos de capacitación y formación dirigidos específicamente a los profesores, en donde se les asista en la actualización del conocimiento (ya que somos plenamente conscientes de la imposibilidad y falta de conveniencia que traduciría el cambio total de la platilla docente de las universidades, lo cual sería para nosotros una mala interpretación de lo aquí planteado), porque si bien es requerida una actualización tecnológica para muchos de los integrantes en este colectivo, esto no significa directamente que ello marque la profesionalidad de los mismos al momento de formar a los

periodistas, sin importar si trabajaran en prensa, radio, televisión o internet. Esta actualización podría generarse, bien a partir de cursos presenciales en los mismos centros de enseñanza superior, 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 éstos como herramientas de aplicación práctica a lo largo de las rutinas académicas y de investigación relacionadas con los docentes.

- 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 propias del periodismo digital, fortaleciendo las asignaturas ya existentes, a partir de módulos de formación dirigidos hacia el periodismo digital.
- La profundización de planes de formación interdisciplinar en los que dichos planes no sean vistos de forma tradicional, como depósitos separados entre sí, sino que se

dé el paso a planes transversales en los que los periodistas o los profesionales de la comunicación tengan la oportunidad de hacer contacto con conocimientos especializados, provenientes de otras áreas de conocimiento, no sólo de las ciencias sociales y humanidades, sino también de áreas técnicas.

- El fortalecimiento del proyecto educativo de formación de los periodistas desde una mayor interrelación con otros actores sociales involucrados en el proceso de profesionalización alrededor de esta carrera (empresa y Estado), en el que se logre integrar las nuevas profesiones que irrumpen ante los avances TIC's en el marco de un plan estratégico de desarrollo de las comunicaciones en el país, dejando 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 que asumir del mismo, entre otras cuestiones. Ello permitiría, por ejemplo, dar coherencia a los proyectos educativos existentes a nivel nacional frente al escenario digital actual y venidero, así como el fortalecimiento de las políticas de capacitación de los periodistas en la actualidad, así como de los docentes

e investigadores, quienes también tienen ante sí la responsabilidad de formar a estos, no sólo desde los cursos de posgrado, sino desde las primeras fases de pregrado o licenciatura.

El periodismo, al igual que otras profesiones relacionadas con las comunicaciones, está viviendo un momento complejo, no sólo externa sino internamente; ello trae consigo un horizonte de demarcación profesional ante la adquisición de rutinas, formas de relación y construcción noticiosa ajenas a los modelos tradicionales, las cuales deben ser conciliadas entre sí; claro está, sin que ello signifique el fin de éstos, ya que seguirán existiendo pese a los avances de las TIC's y el aumento del escenario digital.

Lo que hoy tenemos ante nosotros es un horizonte marcado por potenciales oportunidades, pero también retos que muchos de nosotros debemos asumir sin importar que provengamos de la generación de lo analógico o del *bit*.

Los centros de educación superior, así como los docentes, deben apropiarse de su importante rol, adquiriendo una posición crítica en la que no se haga sólo una aproximación de las TIC's desde un campo meramente técnico u operativo, sino como un proceso en el que se debe dotar a los futuros profesionales (en nuestro caso 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. Para todo ello participarán de forma más activa a lo largo de dicho proceso desde un escenario más complejo al ejercer su rol de comunicadores, pero también donde se cuente con una mayor diversidad de recursos para el ejercicio de su profesión; dichos recursos incidirán no sólo en lo hasta ahora expuesto, sino también en la creciente fragmentación de las comunicaciones y la construcción del conocimiento.

Para ello 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 para saber buscar, seleccionar, ordenar e interpretar los contenidos disponibles en el mercado multimedia, para que sean capaces de valorarlos y darse cuenta de cuáles son más asequibles y cuáles son más difíciles de encontrar (Renau, 2005); se posibilitará así “la capacitación imprescindible para sobrevivir a la SI y poder actuar críticamente sobre ella” (Casado, 2006:68), además de con los nuevos modelos profesionales relacionados con las comunicaciones, en particular.®

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRIGGS, M. (2007). *Periodismo 2.0*, Texas: Universidad de Texas.
- CASADO, R. (2006). Alfabetización digital: ¿qué es y cómo debemos entenderla? *Claves de la alfabetización digital*. Recuperado en mayo, 2, 2008, disponible en: <http://www.fundacion.telefonica.com/forum/Alfabetizacion/#>.
- COHEN, D. (2007). Desafíos de la Responsabilidad Social Universitaria. *Razón y Palabra*, 55, 1-14.
- ESPINOZA, C. (2008). La Web 2.0 en salas de redacción preocupa a la Asociación Mundial de Periódicos. *Cobertura Digital*. Recuperado en mayo, 6, 2008, disponible en: <http://www.cobeturadigital.com/2008/04/03/la-web-20-en-salas-de-redaccion-preocupa-a-la-asociacion-mundial-de-periodicos/>.

EIKELMANN S. *et al.* (2007).
Web 2.0: Profiting from the Treta. *Strategy + Business*. Recuperado en noviembre 15, 2007, disponible en: http://www.strategy-business.com/media/file/leading_ideas-20070807.pdf.

FEITO, R. (2006).
Alfabetización Digital: Un nuevo paradigma pedagógico. *Colección Fundación Telefónica*, (4), 99-106.

FERRATÉ, G. (1995).
Autopistes de la informació, autopistes de la formació: *Autopistes de la Informació. V Converses a la Pedrera*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació.

FUMERO, A. y Sáez, F. (2006).
Blogs. En la vanguardia de la nueva generación Web. Madrid: Novatica.

FUMERO, A. y Roca G. (2007).
Web 2.0. *Fundación Orange*. Recuperado en mayo, 6, 2008, disponible en: http://www.fundacionorange.es/areas/00_mapa/contacto.asp.

LARRONDO, A. (2005).
La interactividad como aliada del público: estímulo democrático y nuevos retos para la participación en los medios digitales. *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*. Recuperado en mayo 1, 2008, disponible en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>.

LUZÓN, V. (2008).
La Formación Continuada del Periodista: El Mundo Digital. *Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación*. Recuperado en diciembre 21, 2008, disponible en: <http://www.aijic.com/comunica/comunica1/LUZON.HTM>.

LLÓPIS, E. (2006).
Alfabetización Digital: Estrategias formativas. *Colección Fundación Telefónica*, 5, 107-112.

MORENO, A. (2006).
"La alfabetización digital: nuevos desafíos, nuevas oportunidades". *Claves de la alfabetización digital*. Recuperado en mayo 2, 2008, disponible en: <http://www.fundacion.telefonica.com/forum/Alfabetizacion/#>.

O'REALLY, T. (2006).
Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software. *Sociedad de la Información*. Recuperado en mayo 6, 2008, disponible en: <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>

PAZ, M. (2007).
Web 2.0 para reporteros. Miguel Paz. Recuperado en mayo 6, 2008, disponible en: <http://miguel paz.blogspot.com/2007/08/de-qu-sirve-no-es-acaso-para-nios.html>.

RENAU, E. (2005).
De la alfabetización digital a la multimedia. *Educaweb*. Recuperado en mayo 7, 2008, disponible en: <http://www.educaweb.com/EducaNews/interface/asp/web/NoticiasMostrar.asp?NoticialD=532&Publicacioid=124>.

SARTORI, G. (2002).
Homo videns. La Sociedad teledirigida. Madrid: Taurus.