



**Coordinación de Estudios de Postgrado
Especialización en Periodismo Digital**

Propuesta de incorporación de contenidos sobre periodismo digital en el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UMA: Taller de Nuevas Narrativas

Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de Especialista en Periodismo Digital

**Autora: María Corina Rodríguez Pons
Tutora: Marianne Robles**

Caracas, febrero de 2010

Caracas, 22 de febrero de 2010

Comité Académico de la Coordinación de Estudios de Postgrado

Especialización en Periodismo Digital

Coordinación

Presente

Por este medio le comunico que he revisado el Trabajo especial de Grado titulado **Propuesta de incorporación de contenidos sobre periodismo digital en el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social de la UMA: Taller de Nuevas Narrativas** que está presentando el alumno(a) **María Corina Rodríguez Pons, C.I. 13.036.581** el cual avalo y considero reúne los requisitos para su evaluación y aceptación por parte del Jurado examinador.

Se suscribe atentamente,

_____ / _____

(Nombre y Firma del Tutor del Trabajo Especial de Grado)

C.I. _____

A Telmo Almada, mi amor, mejor amigo y compañero de vida

*Agradezco a mis buenos amigos y profesores de la Universidad Monteávila por el apoyo que siempre me brindaron y el respaldo constante a este proyecto,
a mi tutora por confiar en mí y asesorarme con un compromiso extraordinario,
a mis alumnos por dejarme aprender con ustedes,
a mis compañeros por sus buenos consejos,
a mi familia por su paciencia,
y a mi esposo por ser el aliado fundamental para lograr cumplir esta meta.*

RESUMEN

Este trabajo de grado determinó que es necesario añadir contenidos sobre periodismo digital en el plan de estudios de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila para que los jóvenes puedan ejercer su profesión en los medios de comunicación tradicionales y también en Internet. Las encuestas hechas entre periodistas venezolanos indican que hay interés por adquirir nuevos conocimientos, ahora que las empresas de medios demandan profesionales capaces de trabajar en múltiples plataformas. La consulta a profesores de periodismo, mediante entrevistas personales y consultas por correo electrónico, ayudó a comprender la importancia de incorporar una nueva asignatura al programa de estudios con la intención de formar a los periodistas para la era digital. La propuesta es que en el tercer año de carrera se dicte un taller de nuevas narrativas en el que los estudiantes aprendan a escribir para la web, y adquieran también conocimientos de narrativa audiovisual, así como destrezas en la producción y edición digital. El objetivo general será que sean capaces de producir piezas periodísticas de calidad en Internet. De esta forma, se cumple con una de las premisas fundamentales que se propuso la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila al diseñar el plan de estudios, que se orientó a formar profesionales capaces de ejercer la profesión en todos los medios. La recomendación de los profesores consultados es incluir una cátedra obligatoria en el pensum, que combine las reflexiones teóricas necesarias, con tareas prácticas, ya que la idea es permitir que el estudiante use la tecnología al servicio de un mejor periodismo.

Palabras claves:

REPORTAJE MULTIMEDIA, PERIODISMO DIGITAL, UNIVERSIDADES, FORMACIÓN, COMUNICACIÓN SOCIAL.

Tabla de Contenido

1. Introducción
2. Marco Teórico Referencial
 - 2.1. El periodista en la era digital
 - 2.1.1. ¿Llegó la hora de cambiar el perfil del periodista?
 - 2.1.2. ¿Es necesaria una nueva definición del periodista en la era digital?
 - 2.2. Las necesidades de formación de los periodistas que trabajan para medios digitales en América Latina
 - 2.2.1 Caso Venezuela
 - 2.3. Hacia un nuevo modelo de formación de los periodistas
 - 2.3.1. Herramientas básicas para el periodista digital
 - 2.3.1.1 Aprender a escribir para web
 - 2.3.1.2. Audio, video y foto
 - 2.3.1.3. El mundo personal del periodista digital
3. Marco contextual
 - 3.1. Las bases teóricas del programa de estudios de Comunicación Social de la Universidad Monteávila
 - 3.2. Los principios del modelo de estudio
 - 3.3. Programa de estudio
 - 3.4. La última revisión del programa de estudios
 - 3.5. Una revisión breve de las materias sobre periodismo
4. Marco metodológico
5. Investigación final y propuesta del Taller de Nuevas Narrativas
 - 5.1. Internet y los periodistas venezolanos
 - 5.1.1. Perfil de los periodistas encuestados

- 5.1.2. Necesidades de formación de los periodistas
- 5.2. Hacia un modelo de formación para periodistas en la era digital
 - 5.2.1. Cómo se debe formar un periodista en la era digital
 - 5.2.2. Nuevos conocimientos sobre periodismo en la era digital
 - 5.2.3. Cuándo se deben incorporar nuevos conocimientos a la formación de periodistas
- 5.3. Justificación de la propuesta final
- 5.4. Presentación del Taller de Nuevas Narrativas Digitales
- 6. Conclusiones
- 7. Recomendaciones
- 8. Fuentes consultadas

INTRODUCCIÓN

El profesor de Ciberperiodismo y director del Departamento de Proyectos Periodísticos de la Universidad de Navarra, Ramón Salaverría, estudioso como lo ha sido de los avances del periodismo digital desde que asumió la cátedra en 1993, entregó para esta investigación una definición del periodista en el siglo XXI. Su concepto no parece contradecir al objetivo que profesores y profesionales persiguen en las aulas de clase o las salas de redacción desde hace décadas. "Un buen periodista sigue siendo aquel que se caracteriza por difundir con claridad una información completa en el espacio o tiempo asignado" (conversación personal, noviembre de 2010).

El detalle está en comprender que en esa sencilla definición se impone un nuevo desafío, porque ya no sólo es necesario formarse para saber difundir información en la prensa escrita, en la radio, o en la televisión, con el propósito de que la audiencia comprenda rápido y de forma precisa lo que sucede. Internet impactó en el ecosistema informativo y ahora los periodistas deben asumir el reto de informar también en esta plataforma con el mismo compromiso que asumieron para trabajar en los medios tradicionales. Estudiosos como el profesor Salaverría han advertido que será Internet el medio que fungirá como el nuevo eje central en el cual se integrarán los demás medios de comunicación, porque funciona como una esponja que permite difundir audio, video y texto en una misma plataforma en cualquier momento.

Los académicos y periodistas que fueron consultados durante la investigación que se presenta a continuación no anuncian el fin de los medios tradicionales. Pero sí observan que el ejercicio del periodismo está obligado a cambiar, a renovarse, para poder trabajar en las nuevas plataformas digitales. Advierten que escribir para estos nuevos formatos no es lo mismo que escribir para medios impresos o la televisión. El hecho de que las plataformas reciban además del texto, contenidos en audio, video, gráficos o mapas cambia la forma de contar las historias.

En ese sentido pareciera ser urgente que el periodista, en esta era digital, haga esfuerzos por actualizarse, busque adquirir nuevos conocimientos, decida mejorar. Es ésta una preocupación latente, o al menos así se observó entre los periodistas de América Latina que respondieron a una encuesta que lideró el profesor colombiano Guillermo Franco en el año 2009 y se presenta en este trabajo de grado. Entre ellos existe interés por aprender nuevos conocimientos sobre el ejercicio del periodismo digital y en especial por conocer cómo elaborar nuevos contenidos multimedia.

Si los periodistas que están en las salas de redacción manifiestan estas necesidades de formación, puede ser oportuno preguntar entonces si las facultades y escuelas de periodismo deben comenzar a escuchar esas demandas y reflexionar sobre cómo incorporar nuevos conocimientos para conseguir que los futuros periodistas cuenten con habilidades para competir en buena lid en el cambiante mercado de trabajo. El objetivo será siempre que los jóvenes recién graduados puedan difundir información a través de todos los medios de comunicación, incluyendo las nuevas plataformas digitales.

Esta investigación se enfoca precisamente en determinar hacia dónde deben orientarse las enseñanzas del periodismo para graduar buenos periodistas, que puedan trabajar en todos los medios y con todos los medios.

Decidimos consultar a periodistas y profesores sobre si creen necesario repensar los programas de formación para profundizar e interpretar los avances de la profesión en los esquemas de estudio de pregrado, ahora que los profesionales ya graduados trabajan en medio de una revolución tecnológica e informativa, o si por el contrario las actualizaciones son asunto de las empresas de medios y especializaciones posteriores a los estudios de pregrado.

Es justo reconocer que los más importantes periódicos de América Latina y también algunos matutinos de alcance nacional en Venezuela trabajan, o al menos planifican fusionar en el futuro sus redacciones de Internet y de papel. La estrategia es expandir su operación *on line*, eso sí, sin ninguna intención aparente por ahora de hacer desaparecer el negocio tradicional, ya que es éste el que aporta la mayor cantidad de ingresos para sobrevivir. Ello revela que se están abriendo oportunidades de trabajo para los futuros profesionales en el proceso de la convergencia, pero esos empleos exigen desde ya una formación más amplia e integral.

La intención es identificar qué nuevos contenidos son útiles y es necesario incorporar al plan de estudios para que los futuros comunicadores cumplan con el objetivo de ejercer su profesión en los nuevos medios digitales con la misma responsabilidad y deber ético con que lo harían en los medios tradicionales, pero con un dominio en el uso de las herramientas tecnológicas que les permita en definitiva hacer buen periodismo.

Bajo esa premisa, decidimos revisar el actual plan de enseñanza de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila y consultar si es oportuno proponer que se incorporen nuevos temas de periodismo digital en el plan de estudios que actualmente se imparte o si los contenidos son suficientes para formar a los periodistas de la era digital.

Escogimos la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, motivados por el hecho de haber tenido la oportunidad de dar clases de periodismo en los últimos dos años a estudiantes que cursan estudios de pregrado en esa Facultad. Pero si bien es cierto que en esta escuela se imparte un pensum generalista, que no únicamente forma jóvenes profesionales para ejercer el periodismo, sino también para asumir los retos de comunicar desde la empresa, las agencias de publicidad, el cine, la televisión y la radio, decidimos limitar nuestro campo de investigación y proponer nuevos temas para mejorar esencialmente el proceso de aprendizaje en las áreas de periodismo, porque es en esa faceta del comunicador que hemos orientado nuestra profesión y somos estudiantes de una especialización en Periodismo Digital.

Con el apoyo de periodistas y académicos que han investigado y reflexionado sobre cómo cambia el perfil del periodista en la era digital y hacia dónde entonces debe avanzar el modelo de formación de esos profesionales nos planteamos comenzar nuestra investigación.

Presentamos en este trabajo un estudio sobre cuántas y cómo las escuelas de comunicación en Estados Unidos han comenzado a reflexionar y adaptar sus programas para insertarse en la nueva era digital. Pero también decidimos enfocarnos en investigar cómo se perciben los cambios en América Latina y de qué forma sienten los periodistas de la región que se están modificando las rutinas profesionales y cuáles son las nuevas necesidades que tienen para adaptarse y asumir los retos del nuevo tiempo. También consultamos los resultados de las investigaciones que sobre el nuevo perfil del periodista venezolano adelanta la Universidad Monteávila.

Para poder determinar si hace falta incluir nuevos temas de periodismo digital en el programa de estudios, consideramos necesario conocer cuáles son las demandas de formación más urgentes que tienen los periodistas que laboran en empresas periodísticas venezolanas y en ese sentido presentaremos el resultado de las consultas hechas a una muestra de periodistas que allí se desempeñan. Su impresión será oportuna para comprender si la formación actual les parece suficiente para participar en los procesos de convergencia, o piensan que se deben adquirir nuevos conocimientos. En ese contexto, ellos podrán darnos una opinión concreta sobre la conveniencia de actualizar o no los programas de estudio en las escuelas de Comunicación Social para incluir temas de periodismo digital. Consideramos que sus reflexiones serán valiosas porque se hacen a la luz de estas experiencias y de los retos profesionales que tienen por delante.

Una vez que conozcamos lo que a juicio de los periodistas se necesita saber para ejercer en todas las plataformas, estas opiniones serán contrastadas con las

reflexiones de profesores de la Universidad Monteávila y otras casas de estudio dentro y fuera de Venezuela, que han aportado su punto de vista a este trabajo de grado, sobre la idea de repensar el programa de estudios en el área de periodismo de la escuela de Comunicación Social. El objetivo será averiguar si también existe interés entre los académicos de las escuelas de Comunicación Social por hacer una revisión de los programas para actualizar los contenidos y formar periodistas en la era digital.

En ese sentido, este trabajo se puede considerar dentro de la clasificación de investigación-acción, por cuanto decidimos ir más allá y no sólo investigar cuál es la condición actual de formación de los periodistas que laboran en los medios de comunicación venezolanos y cuáles son sus necesidades de aprendizaje. En este trabajo también observamos los conocimientos que reciben los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila y consultamos con profesores y autoridades si conviene entonces añadir nuevos conocimientos o no, para que los futuros profesionales cuenten con todas las herramientas que ahora se demandan. Consideramos además definir, de acuerdo con los resultados de la investigación, cuáles pueden ser esos temas a incorporar en el plan de estudios.

En entrevistas a los académicos y periodistas se analizó también cómo creen ellos que debería ser el proceso de aprendizaje sobre periodismo digital en los estudios de pregrado y a qué altura del programa de estudios será mejor impartir estos nuevos conocimientos.

El profesor de periodismo en la Universidad de la Sabana en Colombia, Victor García, fue muy enfático al advertir que "cerrar las estructuras curriculares y no abrirlas para explicar la revolución informativa que experimentan los medios y la información es desconocer la relevancia histórica del momento". (comunicación personal, Agosto 15, 2010).

Con el aporte de estudiosos, periodistas y profesores, y gracias a la asesoría de la directora de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, Mercedes González, pudimos entonces identificar una posible forma de incluir nuevos conocimientos al programa de estudios y presentamos aquí una propuesta de un Taller de Nuevas Narrativas Digitales. Consideramos que esta idea deberá luego ser revisada por especialistas en el área educativa para evaluar en definitiva la posibilidad de que se dicte esta asignatura en el tercero de los cinco años de estudio de esta carrera.

Pero antes de conocer la propuesta de cátedra que surgió de todo este proceso de investigación, los invitamos a repasar las opiniones que más de 100 personas han

aportado a este trabajo con sus estudios, experiencias y reflexiones que nos complace presentar a continuación.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. El periodista en la era digital

1.1.1. ¿Llegó la hora de cambiar el perfil del periodista?

El profesor del Centro Knight para el periodismo de las Américas, Guillermo Franco, recordó en la presentación que hizo del libro *Periodismo 2.0*, de Mark Briggs, una cita que le llamó la atención cuando tradujo su libro al español. “*Si usted es periodista o está pensando en llegar a ser uno, puede haber ya advertido esto: Están elevando el estándar de lo que se necesita para serlo*”. Esta observación, que parece incluso más profética hoy, la tomó Briggs del autor Phil Meyer, quien también comenzaba así su libro de 1991, *The New Precision Journalism*. La intención de todos los autores fue la misma: advertir de la forma más simple lo compleja que va tornándose la misión para quienes desean ejercer el periodismo. (Franco citando a Mergel 2007, p.50)

Jean Francois Fogel, periodista y ex director de la versión digital del diario *Le Monde*, también ha dedicado años a estudiar el impacto que han provocado los medios digitales en el ejercicio de su profesión y en el trayecto también llegó a la conclusión de que el periodismo entró en una etapa de transformación y hasta le colocó una fecha de inicio. Fogel asegura que desde el último atentado en Londres, a raíz del ataque de las torres gemelas en Estados Unidos de 2001, el periodismo decidió reinventarse, y a su juicio, lo hizo en el mundo online. (2007, p.15).

Fogel considera que aquel día la audiencia marcó la pauta cuando prefirió enterarse sobre lo que sucedía a través de Internet en vez de encender la televisión o la radio. Lo hizo así porque la audiencia quiso participar en el suministro de información, con fotos, videos y datos de primera mano que recogían los londinenses en las calles.

Fogel, uno de los autores de *La Prensa sin Gutenberg*, está convencido de que desde entonces es en Internet donde se abrió la oportunidad de ejercer lo que llama una “nueva prensa”, y no cree que tenga sentido ofuscarse, rechazar o mucho menos ignorar esa realidad. “Internet no es un soporte más, significa el final del periodismo tal y como se ha vivido hasta ahora. La Prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia” (2007, p. 15).

Pero se equivocan aquellos que consideran que Internet llegó para despojar a los demás medios de comunicación de su monopolio o con el propósito de conseguir

que desaparezcan. Fogel advierte que “el régimen de Internet es mucho peor” (p.24); porque de algún modo trastoca ese esquema que funcionó hasta ahora en el que la radio anuncia la noticia, la televisión la muestra, el diario le proporciona un enfoque; y al día siguiente la radio y la prensa siguen esa tendencia. Ahora en cada medio se precisa la misma etiqueta: toda esa información está disponible en Internet. “Lo específico entonces de cada prensa, se convierte en simples variaciones del periodismo difundido por Internet” (p. 24).

El profesor de periodismo en la Universidad de Navarra, Ramón Salaverría, tampoco cree en esos vaticinios apocalípticos que hablan del fin de los medios clásicos con la llegada de la revolución digital. Pero sí advierte en su libro *Ciberperiodismo* (2005) que “el momento actual dibuja una encrucijada empresarial y profesional para el periodismo” (p. 392). Antes de pensar que el cambio del mundo analógico al digital es una catástrofe para los medios, el autor prefiere pensar que los profesionales del periodismo están frente a un reto, que abre nuevas expectativas de desarrollo.

Su colega Guillermo Franco, desde el Centro Knight, considera más bien que la prensa digital abre nuevas oportunidades de trabajo para los futuros profesionales del periodismo y apuesta que a futuro esa realidad será más evidente. Su investigación sobre la situación del periodismo digital y los sitios Web de periódicos de América Latina, que realizó en el año 2007, y que fue publicada por el Poynter Institute, advierte que “74% de los más importantes periódicos de la región planea integrar sus redacciones de Internet e impresa en el corto, mediano o largo plazo” (p.2).

La investigación de Franco anunció que la estrategia de todos esos medios es expandir su operación digital. Por ahora, lo harán sin dejar de depender de los contenidos de la edición impresa (producidos una vez cada 24 horas) y de pequeños equipos de periodistas en la operación, cuyo énfasis no es la generación de productos originales ni la reportería. Pero el autor considera que ya es prioridad en casi todos los periódicos en el mundo la convergencia de medios. “Eso está en la agenda”. (2007, p. 2).

La profesora estadounidense Meredith Cochie tomó la decisión de investigar cómo estaban variando los programas de estudios de comunicación en Estados Unidos, después que descubrió que para marzo de 2008 la mayor cantidad de ofertas de empleo para periodistas exigían habilidades para trabajar en plataformas multimedia. De los 42 puestos de trabajo disponibles, 24 específicamente se abrían en proyectos digitales y sólo en 18 de ellos no mencionaban como característica indispensable saber manejar las herramientas digitales (2008, p. 4).

Para Salaverría “cada vez parece más claro que los medios actuales sólo vivirán en la medida en que incorporen adecuadamente las tecnologías digitales en sus procesos de investigación, producción y distribución informativa”. No deja este periodista de advertir que la labor *on line* está en una fase inicial, pero es otro convencido que “Internet y las comunicaciones digitales serán un escenario privilegiado del periodismo para el siglo XXI” (2005, p.392).

En los espacios que se abren para difundir noticias en Internet no parecieran entonces atrincherarse los enemigos o los verdugos de los periodistas del papel, o que trabajan para la radio y la televisión. Lo que allí pareciera existir es más bien un espacio ideal para desarrollar y mejorar la práctica de esta profesión y en el camino conseguir difundir mucho más rápido y con mayor alcance las investigaciones. Internet, en realidad, extiende una invitación a los periodistas que laboran en todos los formatos, en vez de ahuyentarlos. Pero los autores consultados coinciden en que esta nueva oportunidad de trabajo, impone cambios y es necesario asumir el reto de comprender cómo debe transformarse el ejercicio de la profesión para que cualquier periodista trabaje con éxito también en Internet.

1.1.2 ¿Es necesaria una nueva definición del periodista en la era digital?

Estudiosos y académicos concluyen que el periodismo está pasando por transformaciones profundas y al menos creen justo aceptar que el mundo en la red digital está modificando las rutinas para la recolección, el procesamiento y la difusión de la información. Para otros como Baldessar (2007) los cambios van algo más allá y asegura que el periodismo *online* alteró además de la producción, la redacción y publicación de las noticias, la circulación de ellas, y hasta la forma de tener contacto con la audiencia o los lectores. Pero aclara que estos cambios son positivos y enumera las ventajas que incorpora al periodismo la era digital:

- Rapidez en el acceso a las fuentes
- Aumento en la productividad de los reporteros
- Disminución del costo de obtención de informaciones en todos los niveles y en todos los asuntos
- Calidad en el análisis de las informaciones
- Menor dependencia de las fuentes para la interpretación de aquellas informaciones
- Aumento del acceso a la información
- Incremento de la confianza técnica y mayor exactitud en las informaciones

- Mejores formas de archivo y búsqueda de las informaciones
- Mayor agilidad y facilidades de desplazamiento (p.1).

Si la forma de trabajar cambió, es necesario averiguar si hay nuevas habilidades que deben poseer los periodistas para sacar el máximo provecho de la nueva era digital. El presidente de la Asociación de Periodismo Digital de Perú, Ricardo Montero, definió en 2005 las habilidades que debe tener un periodista digital:

- Un profesional con una sensibilidad especial hacia la noticia;
- Un periodista que debe actuar con mayor rapidez y debe comprender, que si su información demora en difundirse unas horas, ya pasa a ser una información de segundo orden;
- Una persona enteramente responsable de las noticias que difunde, porque su información, que llega a muchos en tan poco tiempo, puede afectar muy seriamente la opinión pública;
- Un especialista, comprometido con diferentes lenguajes que ahora se utilizan para difundir la información: el hipertexto, el video, el audio, manejo de herramientas de internet; y sobretodo, mucho más comprometido con el asunto tecnológico. (2007, p. 218)

Es claro que la definición de Montero, que incluyó la profesora Lyudmyla Yezers'ka en el libro *Ciberperiodismo en Perú*, añade más exigencias al concepto de periodista, sin postergar las premisas básicas del periodismo tradicional que pasan por mantener la ética, la claridad, la precisión y la calidad de un texto.

En ese sentido Baldessar, como profesora de periodismo de la Universidad Federal de Santa Catarina en Brasil, apuntó también que "el ciber momento" impone nuevos desafíos a los periodistas. Determinar esos nuevos retos fue su objetivo al presentar una ponencia en 2007 que tituló "Consideraciones sobre las mudanzas necesarias en el periodismo y en la formación profesional a partir de internet".

En general, la profesora llamó a una "renovación" de las prácticas periodísticas, así como también juzgó oportuno reconocer que Internet está reconfigurando las relaciones sociales y las prácticas profesionales. "La comprensión de que el periodismo cambió y va a cambiar es urgente", advirtió la profesora. (2007, p. 2)

Al perfil del periodista tradicional, Baldessar le agregó "conocimientos sobre:

- Lenguajes y software para edición de textos e imágenes para web,

- Lógica para la navegación,
- Relaciones con el mercado,
- Manejo de lenguas extranjeras,
- Asumir una postura generalista,
- Tener iniciativa propia,
- Aumentar su capacidad de decisión bajo presión,
- Tener más autonomía y seguridad, entre otros requisitos" (2007, p. 2).

En una reunión de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano para juzgar el mejor trabajo periodístico en Internet, Baldassar constató que la mayoría de los *sites* o proyectos periodísticos que se postularon, tenían fallas en la forma de usar las herramientas o recursos tecnológicos para presentar los contenidos y determinó que la falla estaba en la formación de los periodistas. "El camino profesional en el que vivimos evidencia que hay buenas tecnologías en contraposición a la falta de profesionales calificados" (2007: p. 2).

La solución para Baldassar pasa por formar a los periodistas para aliar la capacidad técnica con un mirar crítico de la realidad. Esa, a su juicio, debe ser la principal discusión de las escuelas de Comunicación y Periodismo. Con esa misma convicción, el profesor Ramón Salaverría dictó la conferencia "Criterios para la formación de periodistas en la era digital" en el I Congreso Nacional de Periodismo Digital en 2005. Aseguró en ese momento que ya es "necesario reflexionar sobre la adecuación de las enseñanzas periodísticas actuales al nuevo panorama".

Al discutir sobre los cambios que imponen los medios digitales en el perfil de los periodistas, el profesor Salaverría se hizo las siguientes preguntas: "¿Están preparadas las Facultades de Comunicación para satisfacer las nuevas demandas profesionales de la industria periodística? ¿Hacia dónde deben orientarse las enseñanzas del periodismo? En definitiva, ¿qué perfil debe tener el periodista en la nueva era de las comunicaciones digitales?" (2005).

Pareciera oportuno responder a esas inquietudes en vista de que Internet ha cambiado y va a seguir cambiando la forma de ejercer el periodismo. Pero consideramos que las preguntas de Salaverría deberían responderse en el orden inverso. Será necesario determinar qué necesitan los periodistas aprender si desean trabajar en los medios digitales, para luego determinar cómo pueden las escuelas satisfacer esas nuevas demandas.

1.2. Necesidades de formación de los periodistas de América Latina: La visión de los periodistas

Con la intención de determinar que oferta de seminarios, talleres y actividades puedan formar a los periodistas para medios digitales, la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) hizo un sondeo online entre 588 personas de América Latina. La investigación fue dirigida por el periodista Guillermo Franco y en el diseño del cuestionario participó Diego Fajardo.

No era la primera vez que el profesor Guillermo Franco llevaba un estudio como este adelante. En el año 2004, cuando dirigía la edición digital del diario colombiano El Tiempo, hizo una encuesta similar entre periodistas que trabajaban en sitios de internet latinoamericanos. En ese primer estudio determinó que 53% de los periodistas que trabajaban en las punto.com de los periódicos no tenían formación en periodismo digital. El resto (47%) que sí la obtuvo, la adquirió en su mayoría a través de cursos o seminarios. Sólo 13% de los consultados fue formado en estudios de pregrado y otro 13% en estudios especializados de postgrado. (Yezers'ka cita resultados de Franco 2007, p.235).

Los conocimientos que buscaban aprender en 2004 los periodistas consultados por Franco se enfocaban más en el manejo de nuevas tecnologías. Había poco interés por comprender cómo había que ejercer el periodismo en Internet. En la encuesta, 70% de los periodistas digitales creían que debían capacitarse en la creación de productos multimedia y la segunda opción de formación, que la escogió 17% de los encuestados, era aprender a escribir en internet.

Cuatro años más tarde, cuando el profesor Franco decidió repetir su investigación, quiso ser más ambicioso. Consultó a periodistas de 9 países de América Latina entre el 5 de junio y el 20 julio de 2009 y entre los participantes hay representantes de los sitios de medios tradicionales en Internet, blogs en plataformas públicas o en medios online, periodistas que trabajan para sitios gubernamentales, vinculados con organizaciones sociales (ONG, sindicatos, partidos políticos), empresariales, universitarios y centros de investigación. En el informe preliminar de esos resultados que el periodista aportó a esta investigación, consideró que la muestra "convierte la investigación en la más grande realizada hasta la fecha sobre el tema en América Latina" (comunicación personal, 25 de noviembre de 2009).

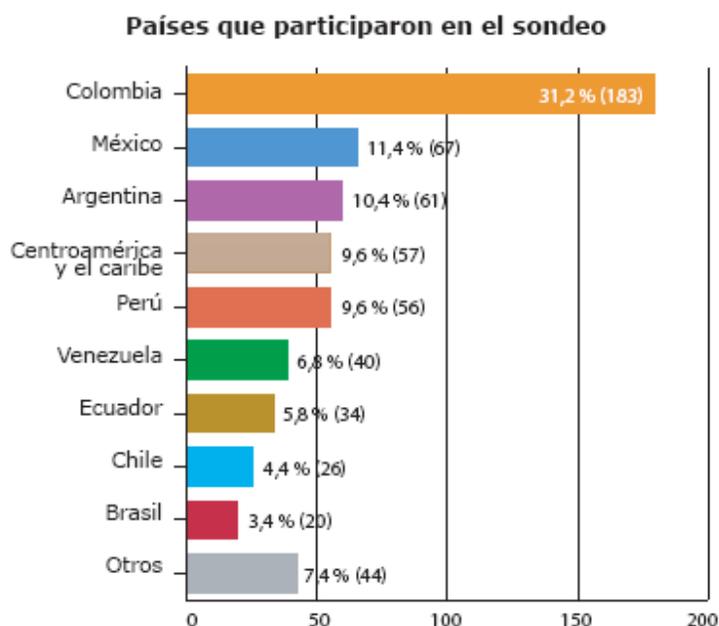
1.2.1. La autoformación del periodista digital en América Latina.

A pesar de que la convocatoria fue abierta a cualquiera que creara contenidos para la Web, 94% de quienes respondieron dijo tener formación en periodismo.

Entre ese grupo, que entonces se puede definir como periodistas, es importante apuntar que 34,6% comentó tener alguna formación adicional en periodismo digital en una institución de educación superior. La proporción de periodistas formados para ejercer la profesión en medios digitales creció con respecto a 2004, que era de 26%.

Los investigadores ahondaron un poco más entre los que dijeron no tener formación adicional en periodismo digital (65,4%). La mayoría respondió que adquirió los conocimientos para manejar su rutina por cuenta propia (autodidactas) y solo 7,5% de quienes respondieron el sondeo dicen que obtuvieron en la Universidad (durante sus estudios de pregrado) los conocimientos para desempeñarse en la operación online. Se trata de un porcentaje menor al 13% que reveló la encuesta de 2004.

Es importante mencionar que la mayoría de los periodistas consultados en 2009 procede de países latinoamericanos en los que se habla y escribe en el idioma español.



La gran participación de Colombia en la muestra se explica porque este país es la sede de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI). La pequeña participación de Brasil, a su vez, se explica por la barrera del idioma, pues la investigación fue hecha en español, no en portugués. La categoría Centroamérica y el Caribe incluye a Costa Rica, Cuba, Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador, Panamá, República Dominicana y Puerto Rico.

Fuente: Guillermo Franco (2009)

1.2.2. Los periodistas sí buscan aprender nuevas herramientas.

Franco (2009) demostró en esta encuesta regional que hay un gran interés de los periodistas latinoamericanos por aprender nuevas herramientas para poder difundir información en el mundo digital. En casi todas las categorías de temas de formación para los periodistas que incluyó en su encuesta más del 50% se mostró interesado.

Sin embargo, la investigación reveló que hay una curiosidad más notable entre los periodistas por aprender a elaborar videos, o manejar nuevos recursos para contar historias, a través de los testimonios de audio y las fotos digitales. El interés en esos casos sobrepasa 80% de los consultados.

También observó que la posibilidad de formarse para la escritura en web aparece entre los 10 primeros puestos, ya que 77% dijo tener curiosidad por recibir lecciones para saber cómo adaptar sus textos al publicar en Internet. Aquí se evidencia un cambio fundamental con respecto al año 2004, cuando apenas 17% tuvo interés en aprender a escribir en internet. No sería descabellado pensar que el auge que tomaron los blogs entre periodistas y líderes de opinión, como un espacio para desarrollar ideas o artículos que no tenían cabida en la prensa escrita pudo influir en ese mayor interés que despertó entre los profesionales cuatro años más tarde.

Esa curiosidad por conocer cómo se deben utilizar las herramientas de video o de audio de un grupo, sumadas a la necesidad de saber cómo elaborar textos en internet de otros, terminó por motorizar un importante entusiasmo por aprender a elaborar proyectos multimedia. Al menos 79,7% de los periodistas consultados dijo tener interés por saber integrar todos los recursos en un nuevo producto periodístico.

De igual forma, el estudio demostró que desean saber un poco más sobre la forma de utilizar a Internet como fuente documental, así como también para aprender a manejar bases de datos y aprovechar las redes sociales para obtener noticias y hasta corroborar la información recibida. Siete de cada 10 periodistas consultados dijeron tener interés por añadir más conocimientos para saber buscar información en el mundo virtual.

Incluso 75% de los consultados manifestó querer comprender cómo manejar la nueva relación de interacción con el lector o receptor de los mensajes informativos. Franco señaló que “también es relevante como interesa la idea de

saber crear, promover y mantener proyectos de periodismo participativo”.
(comunicación personal, 25 de noviembre de 2009)

La tabla que se presenta a continuación deja claro en orden descendente cuál fue el interés que mostraron los consultados por seminarios y talleres sobre cada uno de los siguientes tópicos:

Pos	Habilidad o conocimiento	Encuentran estos talleres MUY ÚTILES
1	Cómo contar historias con VIDEO/Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo	80.0%
2	Cómo crear PRODUCTOS MULTIMEDIA, infografías animadas, etc.	79.7%
3	Cómo utilizar BASES DE DATOS para contar historias.	79.2%
4	Cómo mejorar la posición de un sitio o contenido en motores de búsqueda/'Search Engine Optimization' (SEO)	77.4%
5	Cómo diseñar y crear sitios de Internet FÁCILES DE USAR. Cómo mejorar la experiencia del usuario.	77.2%
6	Cómo crear, promover y mantener proyectos de PERIODISMO PARTICIPATIVO en la Web	77.0%
7	Cómo ESCRIBIR PARA LA WEB	77.0%
8	Cómo integrar operaciones/redacciones de papel, TV, radio, Internet/CONVERGENCIA	76.9%
9	Cómo publicar, mantener y atraer audiencia hacia los BLOGS.	75.7%
10	Cómo utilizar las REDES SOCIALES para promover sitio y contenido, hacer campañas de mercadeo y/o publicidad	75.5%
11	Cómo diseñar y administrar BASES DE DATOS (para	75.3%

	crear guías de ciudad y entretenimiento, por ejemplo)	
12	Cómo organizar la información en un sitio Web/ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN.	75.1%
13	Cómo contar historias con AUDIO/Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo	75.0
14	Cómo comprender lo que ocurre en la INDUSTRIA DE MEDIOS.	75.0%
15	Cómo contar historias con FOTOS (individuales o galerías, con o sin audio)/Cómo capturarlas, editarlas/Cómo producirlas/publicarlas	74.9%
16	REPORTERÍA ASISTIDA POR COMPUTADOR	73.8%
17	Cómo rigen los DERECHOS DE AUTOR y PROPIEDAD INTELECTUAL en Internet.	73.5%
18	Cómo entrenar y enseñar a otros miembros del equipo en nuevas habilidades o conceptos (TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO)	72.0%
19	Cómo desarrollar CONTENIDOS PARA DISPOSITIVOS MÓVILES	70.7%
20	Cómo hacer REPORTERÍA E INVESTIGACIÓN	70.7%
21	Cómo crear FORMAS ALTERNATIVAS DE HISTORIAS: trivias, encuestas, funcionalidades interactivas, juegos (Gaming)	69.5%
22	Cómo crear, comercializar PUBLICIDAD WEB	69.5%
23	Cómo promover y administrar el CONTENIDO GENERADO POR LOS USUARIOS y su participación en sitios online	69.4%
24	Cómo analizar las MEDICIONES DE TRÁFICO de un sitio (pageviews, usuarios únicos, etc) para tomar decisiones sobre contenido (Métrica)	68.8%
25	Uso de TELEFONÍA MÓVIL para reportear eventos noticiosos con texto, audio, video.	67.7%

26	Qué SOFTWARE LIBRE puedo usar en mi sitio Web.	67.7%
27	Cómo ORGANIZAR LA OPERACIÓN ONLINE.	67.4%
28	Cómo diseñar y evaluar MODELOS DE NEGOCIO (Estructura de costos, sostenibilidad, rentabilidad)	67.2%
29	Cómo usar SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDO	65.4%
30	Cómo identificar CONFLICTOS ÉTICOS en Web	65.0%
31	Cómo mejorar la GRAMÁTICA Y ESTILO en la escritura (Puntuación, tildación, sintaxis)	63.3%
32	Cómo entender y administrar las relaciones con área de TECNOLOGÍA/INGENIERÍA en la operación online.	61.5%
33	Cómo crear operaciones de COMERCIO ELECTRÓNICO en sitios Web	57.8%

En las únicas áreas donde Franco (2009) observó una receptividad menor a 30% fue cuando sugirió a los periodistas aprender herramientas para promover el comercio electrónico, hacer rentable un sitio de internet o mejorar y resolver conflictos éticos en la web.

En general, el estudio reveló que hay un bajo interés por aprender sobre modelos de negocios o venta de publicidad web. El autor consideró este detalle “paradójico”, porque en su consulta determinó que la dificultad para generar ingresos que financien, hagan rentable o sostenible la operación es el principal problema de los sitios web que investigó en la región. Le sigue, como segundo problema, la falta de conocimientos y herramientas para darle más visibilidad al sitio a través de estrategias de mercadeo o un mejor posicionamiento de la página en los motores de búsqueda.

Conviene de todas maneras observar que casi todos los conocimientos que Baldessar (2007) sugirió incluir en la formación del nuevo periodista durante su ponencia, se mencionan como una necesidad de formación entre los periodistas latinoamericanos consultados por Franco. Los periodistas reconocen que deben adaptarse a los medios digitales, y para eso tienen que aprender y aprovechar las imágenes, sonidos, videos y textos que elaboran para presentar sus historias. A la

vez mencionan que necesitan entrenarse para escribir Internet, porque asumen que las premisas cambian. En definitiva consideran que deben conocer cómo desarrollar nuevas narrativas, cuando hay un elevado interés por aprender a elaborar productos multimedia.

1.2.3. Los periodistas aceptan el cambio. Caso de estudio en Perú.

La periodista y profesora Lyudmyla Yzers'ka, en su libro *Ciberperiodismo en Perú*, presentó un análisis a raíz de una encuesta que hizo entre 60 periodistas de los principales medios de comunicación de Perú. Lo primero que determinó en el estudio fue el convencimiento de los periodistas de su país sobre cómo Internet modificó de forma positiva el negocio de la información. Para ese momento 9 de cada 10 encuestados aseguraron que Internet abrió nuevas posibilidades periodísticas para los diarios en los que trabajaban y al menos 79% de los consultados aceptó que a "largo plazo" hacer periodismo en la versión digital de los diarios será una "estrategia necesaria".

La cualidad multimedia que Internet ofrece es considerada por 87% de los consultados una mejor y más novedosa presentación de las noticias. Era evidente, según observó Yzers'ka, que entonces los periodistas peruanos aceptaban con optimismo el hecho de que los diarios tradicionales, además de mantener el formato clásico, estén desarrollando otros productos en formato digital. Pero el estudio también reveló que 85% de los periodistas reconoció que con este cambio la importancia de las habilidades tecnológicas había aumentado mucho. (2008, p. 205).

Ya casi la totalidad de los consultados (97%) reconoció que usaba Internet como apoyo fundamental en su trabajo diario y 57% apuntó que accedía a la red con fines profesionales más de 10 veces al día. Yzers'ka descubrió en su investigación que entre los periodistas que laboran en medios tradicionales hay muy buena disposición por aprender nuevas herramientas para hacer mejor periodismo. Además entre los profesionales consultados prácticamente se produjo muy poco rechazo a la idea de que buena parte de las noticias deban darse a conocer primero por los medios digitales. La encuesta determinó que 65% estuvo de acuerdo con que las noticias se publiquen en línea lo más pronto que sea posible; y otro 63% consideró que la edición digital permite a los periodistas desarrollar formatos de relatos informativos más atractivos (p. 205).

El estudio descartó la idea de que los periodistas digitales no deben estar tan bien formados como los periodistas que trabajan en los medios tradicionales. Yzers'ka

asegura que los profesionales consideran que si bien Internet está cambiando la forma de trabajar de los profesionales de la prensa, no modifica los pilares básicos del periodismo. Al menos 62% rechazaron la idea de que en internet debe ser más superficial el trabajo periodístico.

Existe interés entre la mayoría de los periodistas peruanos consultados por esta encuesta en aprovechar a su favor los cambios que impone Internet a su trabajo periodístico en el futuro, ya que 60% dijo creer que la posibilidad de trabajar para múltiples medios hará que el trabajo tenga una mayor recompensa.

Yzers'ka, L. (2008) observó que en medio de ese ambiente en el que los periodistas peruanos están dispuestos a ser mejores y desean aprender, no existía un programa de estudios de post grado en periodismo digital en las Universidades de su país para los profesionales graduados en Comunicación Social y detectó que en las 20 escuelas de periodismo de Perú la incorporación de estos contenidos se encuentra en lo que definió como una "fase inicial".

1.2.4. El nuevo perfil de los periodistas venezolanos

La profesora María Eugenia Arias presentó un estudio sobre el perfil del periodista digital venezolano durante el Seminario de Información que tuvo lugar en Caracas en agosto de 2010. Es el resultado de una encuesta aplicada a 22 periodistas que trabajan en medios digitales y que forman parte de grupos empresariales que también poseen medios tradicionales. La investigación se hizo entre enero y marzo de 2009.

Arias concluyó que la mayoría de los periodistas que laboran en medios digitales en Venezuela tienen entre 25 y 35 años de edad, 86% ha ejercido durante un máximo de cinco años en medios digitales, pero solo 32% de ellos tiene un ingreso superior a 2.000 bolívares fuertes. Del grupo de 22, sólo 3 mencionó tener alguna formación de post grado en periodismo digital y 5 tomó cursos en el área. Es decir, 82% de los consultados no tienen estudios relacionados con el periodismo digital.

El profesor Franco también había consultado 40 periodistas venezolanos para su estudio y al evaluar específicamente las respuestas de este grupo de periodistas él determinó que los cursos que más llaman la atención entre los periodistas venezolanos son aquellos que les ofrecen aprender a contar historias con fotos, video o audios. También 75% de los periodistas venezolanos consultados dijo querer aprender a crear, promover y mantener proyectos de periodismo participativo en la web. (comunicación personal, noviembre de 2009)

Interés en seminarios y talleres: Venezuela

Habilidad o conocimiento	Lo encuentran MUY ÚTIL
1 Cómo diseñar y crear sitios de Internet FÁCILES DE USAR. Cómo mejorar la experiencia del usuario.	79.5%
2 Cómo contar historias con FOTOS (individuales o galerías, con o sin audio)/Cómo capturarlas, editarlas/Cómo producirlas/publicarlas	76.3%
3 Cómo crear, promover y mantener proyectos de PERIODISMO PARTICIPATIVO en la Web	75.7%
4 Cómo contar historias con VIDEO/Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo	75.0%
5 Cómo contar historias con AUDIO/Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo	75.0%
6 Cómo publicar, mantener y atraer audiencia hacia los BLOGS.	75.0%
7 Cómo utilizar BASES DE DATOS para contar historias.	75.0%
8 Cómo ESCRIBIR PARA LA WEB	71.8%
9 Cómo crear PRODUCTOS MULTIMEDIA, infografías animadas, etc.	71.8%
1 Cómo desarrollar CONTENIDOS PARA DISPOSITIVOS MÓVILES	71.8%
1 Cómo mejorar la posición de un sitio o contenido en motores de búsqueda/'Search Engine Optimization' (SEO)	71.8%
1 Cómo diseñar y administrar BASES DE DATOS (para crear guías de ciudad y entretenimiento, por ejemplo)	71.1%
1 Cómo organizar la información en un sitio Web/ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN.	70.0%
1 Cómo entrenar y enseñar a otros miembros del equipo en nuevas habilidades o conceptos (TRANSFERENCIA)	69.2%

DE CONOCIMIENTO)

1 Cómo integrar operaciones/redacciones de papel, TV, 5 radio, Internet/CONVERGENCIA	67.5%
1 Cómo hacer REPORTERÍA E INVESTIGACIÓN 6	67.5%
1 Uso de TELEFONÍA MÓVIL para reportear eventos 7 noticiosos con texto, audio, video.	67.5%
1 Cómo rigen los DERECHOS DE AUTOR y PROPIEDAD 8 INTELECTUAL en Internet.	67.5%
1 Cómo comprender lo que ocurre en la INDUSTRIA DE 9 MEDIOS.	67.5%
2 Cómo crear FORMAS ALTERNATIVAS DE HISTORIAS: 0 trivias, encuestas, funcionalidades interactivas, juegos (Gaming)	66.7%
2 Cómo mejorar la GRAMÁTICA Y ESTILO en la escritura 1 (Puntuación, tildación, sintaxis)	66.7%
2 Cómo identificar CONFLICTOS ÉTICOS en Web 2	66.7%
2 REPORTERÍA ASISTIDA POR COMPUTADOR 3	65.0%
2 Cómo utilizar las REDES SOCIALES para promover sitio 4 y contenido, hacer campañas de mercadeo y/o publicidad	64.1%
2 Cómo usar SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE 5 CONTENIDO	62.5%
2 Qué SOFTWARE LIBRE puedo usar en mi sitio Web. 6	62.5%
2 Cómo promover y administrar el CONTENIDO 7 GENERADO POR LOS USUARIOS y su participación en sitios online	59.0%
2 Cómo ORGANIZAR LA OPERACIÓN ONLINE. 8	59.0%

2 9	Cómo analizar las MEDICIONES DE TRÁFICO de un sitio (pageviews, usuarios únicos, etc) para tomar decisiones sobre contenido (Métrica)	57.5%
3 0	Cómo crear, comercializar PUBLICIDAD WEB	57.5%
3 1	Cómo entender y administrar las relaciones con área de TECNOLOGÍA/INGENIERÍA en la operación online.	55.0%
3 2	Cómo diseñar y evaluar MODELOS DE NEGOCIO (Estructura de costos, sostenibilidad, rentabilidad)	55.0%
3 3	Cómo crear operaciones de COMERCIO ELECTRÓNICO en sitios Web	46.2%

El otro gran tema que despertó especial interés entre el grupo de venezolanos consultados por Franco fue el uso del teléfono móvil para difundir información periodística. Al profesor le llamó la atención que 71,8% dijo querer aprender a desarrollar contenido para dispositivos móviles y 67,5% también desea conocer cómo usar el celular para reportear. Es justo decir que en promedio este tema también despertó curiosidad entre 71% de los periodistas consultados por Franco en toda la región.

Sin embargo, es importante mencionar que a partir del cuarto trimestre del año 2008, en Venezuela la penetración de la telefonía móvil celular llegó al 100%, de acuerdo con las estadísticas que presenta la Comisión Nacional de Telecomunicaciones en su sitio web. Conatel asegura que desde entonces hay 27,4 millones de líneas activas, que es el equivalente a la cantidad de venezolanos, de acuerdo al censo poblacional. Las estadísticas más recientes de Conatel en su portal conatel.gov.ve indican que están activas 27,8 millones de líneas de telefonía celular al cierre del año 2010, lo que equivale a 101,5% de la población venezolana (niños y adultos). Este resultado evidencia que existe una enorme posibilidad de que en Venezuela los usuarios de la telefonía móvil tengan más de un teléfono celular activo y también advierte que el uso del celular está presente en todos los estratos sociales. En resumen, los venezolanos usan de forma activa el teléfono celular y por ende resulta lógico que los periodistas quieren aprovechar esta realidad.

El escritor y periodista Jean Francois Fogel apuntó en una conferencia que dictó en Bogotá en octubre de 2009 que “viene la fiebre del teléfono”, y a su juicio ese

es el próximo medio donde hay que comenzar a pensar como llevar la información de la forma más útil, especialmente en países donde la penetración del uso de la telefonía celular es tan elevada, y colocó de ejemplo a Venezuela.

Las estadísticas del estudio de Franco (2009) dejan ver que en muy pocos casos los diferentes tipos de talleres que propuso el profesor despertaron un porcentaje menor al 40% de interés entre los consultados en Venezuela. Hay curiosidad por aprender sobre estos contenidos de periodismo digital en el país. Sin embargo, el estudio de la profesora Arias (2010) descubrió que en los 26 núcleos para la enseñanza de la Comunicación Social en Venezuela sólo hay dos postgrados que ofrecen formar a los profesionales graduados para ejercer el periodismo en los medios digitales. Estos programas de estudio se imparten en las siguientes universidades:

- **Universidad Monteávila (2007)**
- **Universidad de Los Andes (2010)**

Arias propuso durante su ponencia que en Venezuela se abra una discusión sobre el nuevo perfil del periodista. Si trazamos una línea de tiempo, la profesora considera que la definición del periodista venezolano pasó del debate sobre aquel "periodista neutral" a comienzos de siglo, hasta llegar al "periodista vigilante" que se promovió en los años 80. A partir de la década del 90 la discusión gira sobre el salto del "periodista monomedia" al "periodista polivalente". Arias considera a un periodista polivalente, "como aquél que es capaz de adaptar los contenidos según las necesidades narrativas del medio" (Ponencia, 2010, agosto).

La nueva definición del periodista polivalente comenzó a estar vigente en Venezuela una vez que a los periodistas les comienzan a transferir nuevas tareas y funciones, según explicó Arias. Ella mencionó el ejemplo de los periodistas de televisión, a los que ahora se les pide que, además de redactar el "off" y hacer la locución, editen el video de la noticia, una tarea que tradicionalmente realizaba un montador. En muchas redacciones venezolanas de noticieros de televisión la edición de videos ha pasado a ser competencia del redactor.

Arias detectó que también en las salas de redacción de la prensa escrita ese fenómeno está ocurriendo. A medida que comenzaron a abrirse en el país las ediciones digitales de medios tradicionales se fusionaron algunos roles de los periodistas, y ciertas actividades que en el pasado correspondían a dos o más profesionales, ahora son ejecutadas por uno solo. "Es el caso del infografista, que antes trabajaba sólo para la edición impresa y ahora también elabora infografías para la web". En algunos medios, el periodista debe intervenir en todas las fases

del proceso productivo y elaborar una misma noticia para el informativo de televisión, para la web y para el sistema de alertas vía SMS o correo electrónico, según observó Arias.

Durante la ponencia, la profesora de la Universidad Monteávila presentó una nueva definición del periodista venezolano. Consideró necesario empezar a reflexionar sobre "el periodista integral". Aclaró que esta propuesta de modelo de competencias del periodista se hace a partir de las reflexiones de los académicos, de las entrevistas realizadas a líderes de proyectos de integración en medios venezolanos y a las competencias que se buscan desarrollar en la Especialización de Periodismo Digital de la Universidad Monteávila.

Para Arias será integral un periodista cuando:

"adquiera competencias para desarrollar el trabajo periodístico en medios multiplataforma; posea conocimientos técnicos, a los cuales enmarca dentro de una comprensión integral de la comunicación social; y reconozca el importante servicio que supone el periodismo para la sociedad; y en ese sentido oriente su trabajo hacia la búsqueda y transmisión de la verdad"(Ponencia, 2010, agosto).

La profesora aseguró que no solo se trata de adquirir nuevos conocimientos. Arias cree necesario "tener una nueva actitud profesional", que pasa por cambiar algunos comportamientos y asumir una disposición diferente frente al trabajo. Arias aseguró que durante el estudio de 2009 pudo percibir que a los periodistas venezolanos "les gusta trabajar en grupo, pero eso no significa que trabajen en equipo". También observó que si bien les entusiasma sentirse partícipes, reconocidos y escuchados; no son buenos planificadores y tienden al locus externo, es decir, a culpar a otros de los problemas. Arias advierte que para convertirse en un periodista integral esas características deben ser corregidas, pues entonces será difícil asumir las tareas en medio de la convergencia de los medios tradicionales a medios multiplataforma.

Oportuno es apuntar aquí que para Salaverría la convergencia es:

"Un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas,

mediante los lenguajes propios de cada una". (Salaverría y García Avilés, 2008: p. 35).

Si de acuerdo con el estudio de Franco hay interés por aprender para ejercer el periodismo digital entre los periodistas venezolanos, y la investigación de la profesora Arias revela que es necesario mejorar el perfil de los periodistas venezolanos, porque los medios están exigiendo nuevas responsabilidades, y otras más comenzarán a demandarse en la medida que avancen los procesos de convergencia, pareciera ser este el momento para que las universidades reflexionen sobre cómo apoyar este proceso de cambio y formar al futuro periodista integral.

1.3. Hacia un nuevo modelo de formación para periodistas

Las diversas encuestas que se han hecho a periodistas en América Latina dan cuenta de que entre los profesionales despertó la curiosidad por formarse, una vez que se dieron cuenta del cambio que las nuevas tecnologías incorporaron a su rutina diaria. Falta averiguar si las facultades de comunicación, los centros de formación de periodistas han de adaptarse progresivamente a las exigencias derivadas de la convergencia entre medios tradicionales y digitales.

En la encuesta que decidió hacer la profesora estadounidense Cochie entre 411 escuelas de periodismo en Estados Unidos, presentó una pregunta directa: ¿Están adoptando en sus programas de estudio algunos conocimientos sobre la convergencia digital? Entre las 166 instituciones académicas que respondieron su inquietud, 69% de ellas dijo haber comenzado a discutir la posibilidad de revisar sus programas de estudio con el objetivo de formar a los estudiantes para trabajar en medios de comunicación que avanzan en la convergencia digital. La profesora Cochie define la convergencia como el salto de las tradicionales salas de redacción a plataformas multimedia en las que se preparan contenidos para difundirlos a través de internet, radio, televisión y prensa. (2008, p.12.).

En apenas 9% de las instituciones consultadas por Cochie no se había dado ninguna discusión sobre esa posibilidad de revisar el programa de estudios. Pero 46% de las escuelas de periodismo consultadas respondieron llevar más de un año evaluando la mejor manera de incluir esos conocimientos. Otro 20% de las instituciones que formaron parte de este estudio ya habían incorporado cambios en el *curriculum* para entrenar a los periodistas en la convergencia.

El estudio de Cochie (2008) determinó que entre las instituciones que habían comenzando a estudiar cambios en su programa de estudios, la mayoría (64%)

había decidido mantener un "programa de estudios mixto", en el que se continúa formando a los periodistas para trabajar en los medios tradicionales, y a la par, se ofrecen talleres y electivas para dar entrenamiento en plataformas multimedia (p.12).

La profesora Baldessar (2007) aseguraba en su ponencia que las escuelas de periodismo en América Latina se resisten a admitir la necesidad de ampliar los campos de aprendizaje. "La visión académica es que el conocimiento tecnológico y la práctica no son relevantes y por eso son relegados a un plano secundario en la mayoría de las escuelas...Para muchos la práctica se resume a apretar botones u operar máquinas, pero la práctica es la aplicación de las teorías y al mismo tiempo formulación de las mismas" (p. 3).

Fundamentalmente, las habilidades que se le exigen al nuevo periodista digital van vinculadas a conocimientos que el profesional usará para ejercer en la práctica sus tareas de investigación y difusión de las noticias. Para Baldessar "si en el periodismo impreso la calificación exigida se resumía al texto y a los elementos básicos de pautar, verificar, reportar y editar; el periodismo online exige un conocimiento, aunque sea pequeño, de arquitectura de la información, navegación y accesibilidad". Esos criterios le servirán a la hora de escribir en internet, construir hiperlinks, agregar audio y video a sus noticias y definir la mejor manera de presentar todos los datos. Además tendrá que definir una vía para mantener una interacción con el lector (2007, p. 3).

La propuesta de Baldessar es entonces que el debate de la formación académica comience por proyectos didácticos-pedagógicos claros, porque así como la profesión modifica sus prácticas y desarrolla nuevas formas de mostrar el mundo y contar historias, a medida que surgen cambios tecnológicos; las escuelas también pueden cambiar el entrenamiento para que tengan todas esas nociones.

1.3.1. ¿Cuál es el mejor modelo para formar a los periodistas?

Al revisar la forma en la que las escuelas de formación de periodistas en España y América Latina han comenzado a formar a los profesionales para trabajar en la prensa digital, el profesor de la Universidad de Navarra, Ramón Salaverría (2005) definió durante una conferencia dos grandes modelos: "aquél por el que hasta ahora parece haberse apostado con más fuerza y que cabría describir como el de la formación de periodistas para los nuevos medios digitales y, por otro lado, el modelo, menos común por el momento, de formación de periodistas para la era digital".

A simple vista no pareciera haber muchas diferencias, pero Salaverría asegura que se trata de dos puntos de vista completamente distintos.

“En el primer caso, el de los periodistas formados para medios digitales, la formación se entiende como un proceso de capacitación instrumental desintegrado de la formación para otros medios tradicionales (prensa escrita, radio o televisión); lo que se busca es que el futuro periodista sea técnicamente capaz de responder a las nuevas exigencias instrumentales del nuevo medio digital. Esto se traduce en enseñanzas de tipo exclusivamente técnico, sin poner en relación estas destrezas con los demás ámbitos del ejercicio periodístico. Es decir: un puro adiestramiento mecánico”.

El otro modelo que menciona Salaverría y que defiende la idea de formar periodistas para la era digital, no desprecia de alguna forma la necesidad de dotar al periodista de nuevas habilidades instrumentales para trabajar en los medios digitales, pero hace énfasis en la necesidad de contar con profesionales capaces de generar contenido de calidad.

“Lo que se pretende con este modelo es formar profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades de documentación, análisis, amplitud y rapidez que propician los recursos digitales. Parece haber pocas dudas de que este segundo modelo es el más deseable y el que, por encima de las habituales resistencias al cambio del mundo académico, más tarde o más temprano terminará por imponerse”.

Mark Briggés, en el libro que tradujo el profesor Guillermo Franco, prefiere una definición sencilla del nuevo perfil del periodista en el marco de la convergencia. El periodista reflexiona un poco sobre la importancia de que sea en principio "aquel aprendiz de todo, aunque sea maestro de nada", porque tiene que ser un profesional que pueda escribir, tomar fotos, editar, hablar y lucir bien frente a la cámara. La clave es en realidad que tenga competencias que podrían no ser grandes para cada cosa, pero sí debe ser suficientemente buena en todas. Para Franco entonces "un buen reportero sería redefinido ahora como aquel que es suficientemente bueno en cualquier medio" (2007, p. 11).

En la investigación que hizo la periodista Yzers'ka sobre el desarrollo del periodismo digital en Perú, se aportó otra definición. Ella concibe al periodista multimedia como aquel que tiene capacidad para mezclar fórmulas narrativas propias de la prensa, la radio y la televisión en el entorno digital (2008, p. 214).

Para Yzers'ka "se trata de la figura de un periodista polivalente que sea capaz de pensar informativamente y elaborar contenidos originales válidos para varios

soportes (medios digitales, teléfonos móviles, PDA, etc). Es decir, que pueda trabajar en términos de imagen, sonido, escritura e hipertexto" (p. 214).

En el terreno práctico, el profesor Salaverría (2005) afirmó en su conferencia que es "obligatorio" incorporar las herramientas digitales en el propio proceso de enseñanza. La idea es "encaminarse a formar periodistas que entiendan las tecnologías digitales como herramientas connaturales a cualquier actividad periodística". Sólo así, según el profesor, será posible esperar que los futuros periodistas trasladen los hábitos adquiridos a su trabajo periodístico cotidiano.

1.3.2. Periodistas multimedia sin dejar de ser periodistas

A la hora de reflexionar sobre la nueva definición del periodista para determinar cómo entonces es posible formar a los estudiantes para que adquieran ese nuevo perfil, el profesor Salaverría no descuidó en ningún momento las bases de formación del periodista. En su ponencia de 2005 reiteró el profesor que se debe educar a estudiantes de periodismo para que puedan desarrollar un criterio capaz de enfrentarse a la superabundancia de información y conseguir que tengan la agilidad suficiente para actuar en procesos de elaboración informativa cada vez más acelerados. Quiere decir Salaverría que en el proceso de entrenamiento de los periodistas no se puede restar jamás importancia a la formación con un altísimo compromiso ético.

La profesora Cochie también detectó durante su investigación que existía preocupación entre los profesionales sobre la posibilidad de que se descuiden las bases de formación del periodismo por el nuevo interés de formar a los jóvenes en el manejo de nuevas tecnologías. Es cierto que cuando ella consultó durante su investigación sobre los modelos de formación de periodistas en Estados Unidos la concepción que tienen diversos profesionales de Estados Unidos sobre lo que debe ser el perfil de un periodista digital, "muchos editores y reporteros dijeron preferir que los periodistas exploren mientras estudian en la Universidad las diversas facetas de los viejos y nuevos medios y allí adquieran las herramientas básicas para trabajar en todos ellos" (2008, pag 6). Pero Cochie hace mención a una inquietud del director encargado de contratar periodistas en el diario Detroit News, Walter Middlebrook: "El problema ahora es que veo mucha gente que maneja las herramientas multimedia pero tiene fallas en sus capacidades de hacer labor periodística. Es necesario que se siga enseñando a ser periodista antes que nada" (p. 6).

En las escuelas de periodismo que Cochie consultó pudo encontrar el mismo interés en ofrecer entrenamiento para que los estudiantes de periodismo puedan

conocer las herramientas básicas para trabajar en plataformas multimedia, sin descuidar la enseñanza de las bases fundamentales para saber buscar y contar a profundidad las noticias. Entre algunos de los testimonios que presentó la investigadora, el siguiente deja clara esa visión:

"Nosotros estamos conscientes de lo urgente que es entrenar a los estudiantes para la convergencia, pero no debemos dejar de considerar cuán fundamental es asegurar que escriban, sepan contar historias y hacer investigación para contextualizar las noticias. Nuestra visión es que debemos entrenarlos para que puedan hacer periodismo en todas las plataformas" (p. 13).

Cochie determinó que muchas escuelas están dispuestas a incluir algún entrenamiento para que los estudiantes puedan trabajar en medios que avanzan en la convergencia digital, bajo la premisa de que luego tendrán la opción de profundizar estos conocimientos en estudios de especialización posteriores. Al respecto incluyó el siguiente testimonio:

"Queremos estudiantes que piensen en ser entrenados para trabajar bien temprano en múltiples plataformas, pero luego tengan la oportunidad de desarrollar esos conocimientos en una especialización" (p.13).

A la luz de las observaciones del profesor Salaverría, Yzers'ka también concluyó que en el Perú los cambios impuestos en los programas de formación de periodistas en la mayoría de las universidades van en línea con esa definición de "la capacitación del periodista para los nuevos medios digitales y no en la que sugiere formarlos como periodistas para la era digital" (2008, p. 232).

Para Yzers'ka "el mayor énfasis se pone en el proceso de la capacitación técnica e instrumental", ya que están preparando a los estudiantes en el manejo de los programas informáticos básicos, aplicaciones multimedia y de diseño de las páginas web. "Lo que se está dejando de lado es la comprensión del proceso informativo de una forma global, es decir, la importancia de crear los contenidos periodísticos pensando en las características propias de la red" (p. 232).

Pareciera entonces que los profesores e investigadores coinciden en recomendar un modelo que simplemente no imparta entre los futuros periodistas conocimientos tecnológicos para ejercer sus rutinas en los medios digitales. Se hace necesario un modelo de formación que consiga crear habilidades entre los estudiantes para usar esas herramientas y difundir información de calidad en Internet. En síntesis, urge formar a mejores periodistas, capaces de trabajar contra reloj sin dejar de

contar historias con el mismo rigor ético y de precisión que se estimuló en la academia a la hora de formar periodistas para la prensa escrita, de radio o de televisión. Yzers'ka habla de un cambio de perspectiva, "que permita a los periodistas analógicos prepararse para trabajar en todos los medios y con todos los medios" (p. 232).

1.4. Las bases del periodismo digital

La profesora María de Jesús Rojas Espinosa, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, de México, presentó el 15 de octubre de 2009 una ponencia para promover la investigación en torno al campo de formación de los periodistas digitales. En este análisis de carácter documental, Espinosa afirmó que "el ciberperiodista requiere desarrollar habilidades de edición, de creación de contenido y de herramientas de producción online".

Espinosa tomó en cuenta las recomendaciones de Max Magee en su libro "Los roles de los periodistas en las salas de redacción digitales" (2005) para recalcar la importancia de dotar a los estudiantes de conocimientos profundos de la gramática y el estilo, fomentar en ellos la habilidad del acortamiento de historias, así como de la escritura de titulares y leyendas para las fotos que se publican en la web. En síntesis, tal como pensó Magee en 2005, Espinoza (2009) afirmó que "reportear y escribir son la pieza central de los programas de periodismo", y eso al parecer, no va a cambiar, en la prensa digital. Con el ánimo de enumerar las áreas en las que se debe hacer mayor esfuerzo de formación, Espinoza dijo:

"Es importante profundizar en las labores de la investigación: clásica y a través de Internet; la redacción con atención además del texto, a infografías, audios, fotos, vídeos, foros; además, de entrenarlos en el uso del hipertexto para orientar la lectura de la información; así como también en el diseño de páginas y textos más claros y sencillos. El propósito también será facilitar la interactividad. Esos serán los retos comunicativos del nuevo ciberperiodismo".

Briggs, Mark señala en el libro *Periodismo 2.0*, traducido por Guillermo Franco, que los sitios web necesitan noticias de última hora, así que los periodistas deben estar formados para suministrarlas. El detalle es cómo hacer esta labor. La idea es que el periodista "esté listo a usar las herramientas multimedia disponibles para reportear la historia inmediatamente" (2008, p. 73). Apunta que si está cubriendo un choque en una autopista, probablemente solo podrá presentar un reporte en audio. O puede necesitar dictar a una persona que reescribe en su sala de redacción.

“Escribir para Web es similar a reportear para una agencia de noticias, así que el reportero de un periódico necesita pensar menos en términos de presentar una historia completa y más en términos de presentar ‘tomas’” (p.73).

En la conferencia que dictó en México, la profesora Espinosa (2009) sugiere incluir en los programas de estudio la enseñanza de programas tales como el HTML, “de los más utilizados”; le siguen Photoshop, Dreamweaver, Flash y JavaScript. De igual manera, consideró necesario el análisis de la métrica, el diseño web y la administración de bases de datos. Pero Espinosa advierte que si bien “el manejo de las herramientas de producción online es importante para los periodistas digitales, su enseñanza por sí sola no hace a un periodista digital”.

En el mundo virtual, como el real, Franco también concluyó en su libro *Cómo escribir para la web* (2008) que se mantienen los mismos principios y la responsabilidad de la reportería noticiosa.

“Los hechos necesitan el mismo nivel de verificación exigido para la edición impresa. La velocidad y el estilo son estupendos, pero suministrar el ‘por qué’ de la historia es también crítico. Encuentre ese punto apropiado entre la reportería caracterizada por “solo los hechos” entregada en la mayoría de los sitios periodísticos que se nutren de las agencias de noticias y la reportería con ‘el estilo sin sustancia’ encontrada en los sitios alternativos de noticias y blogs. Esto es donde los sitios noticiosos tradicionales necesitan enfocarse: entregar un reportaje completo en una forma oportuna con algo de estilo” (2008, p.75).

Lo que Franco propuso entonces es que las escuelas de periodismo no se enfoquen exclusivamente en divulgar las últimas especialidades tecnológicas, sino en educar a los estudiantes para saber manejar las herramientas digitales a la luz de la teoría básica de la comunicación masiva y sus efectos. “Tal preocupación por los principios básicos podría producir más periodistas que saben cómo mantenerse aprendiendo y revisando las habilidades a lo largo de sus carreras y, como ayudar a sus pares a aprender” (p. 11).

1.4.1. Herramientas básicas para el periodista digital

1.4.1.1 Aprender a escribir para web

El profesor Guillermo Franco prefirió ser sincero. “Escribir en la web es completamente diferente a la del periodismo impreso” (2008, p.66). Sin embargo, para este profesor la forma de conseguir hacer buenos textos para Internet está en regresar a las bases del oficio periodístico: la buena redacción y la buena edición.

Los estudios de usabilidad de la web y del “eyetraking” (o cómo trabaja la mirada de los usuarios frente a la pantalla de la computadora) dictan las pautas para conseguir facilitar la lectura en Internet. Pero justamente son los principios básicos como la pirámide invertida los que logran, según el profesor Franco, dar buenos resultados. También ocurre con esa premisa de presentar por estratos todos los contenidos de una misma historia. En síntesis, se mezclan viejas nociones con formas novedosas de presentar la información a la hora de aprender a escribir en la web.

Sin embargo, en el libro de Mark Briggles que tradujo el profesor Franco (2005) se citan algunos consejos que algunos especialistas han difundido a través del sitio web del Poynter Institute, premisas que de alguna manera indican que en realidad no estamos frente a conceptos nuevos del periodismo, la clave está en aprender a ponerlos en práctica.

“Escribir para la Web debería ser un cruce entre una noticia para radio y TV y la Noticia impresa – más compacto y vigoroso que el impreso pero más culto y detallado que la escritura para radio y TV. Escriba activamente, no pasivamente.

- “La buena escritura para radio y TV usa primariamente frases simples, compactas y enunciativas e inserta una idea por frase. Evita los incisos largos y la escritura pasiva del impreso. Cada idea expresada fluye lógicamente hacia la siguiente. Usando estos conceptos en la escritura en línea hace la escritura más fácil de entender y mantiene mejor la atención de los lectores”.

- “Esfuércese por la prosa vívida, apóyese en verbos fuertes y los sustantivos bien definidos. Inyecte a su escritura una voz distintiva para ayudar a diferenciarla de la multitud de contenido en la Web. Use humor. Trate de escribir en un estilo despreocupado o con actitud. Los estilos conversacionales trabajan particularmente bien en la Web. Las audiencias en línea están aceptando más los estilos de escritura no convencionales”.

El último párrafo podría sorprenderlo, pero es un buen consejo. Las reglas para este juego están hasta ahora siendo escritas. Se promueve experimentar y desafiar el statu quo. Incluso si la historia aparece como un ladrillo de 60 centímetros en el periódico del día siguiente, la primera versión en línea no debería. Esta necesita ser rápida, concisa y (si es posible) divertida” (2007, p. 74).

En su propio libro, Franco (2008) considera que el periodista digital no sólo debe aprender a escribir textos para la web. También se hace indispensable que adquiera habilidades para titular, para usar palabras que sean más fáciles de seguir por los grandes buscadores. El futuro periodista digital tendrá además que

aprender a escribir información sucinta para redes sociales como Twitter o cuando deba transmitir titulares a través de teléfonos celulares. Y por si fuera poco, Franco afirmó que falta todavía que el periodista adquiera destrezas para usar las otras herramientas multimedia (como video, audio o foto) que tendrá que manejar cuando lo considere más adecuado con el objetivo de mostrar la información de la manera más fácil y rápida a los usuarios de Internet.

1.4.1.2. Audio, foto y video

“La mayoría de los textos periodísticos pueden ser mejorados con la adición de fragmentos de audio” (Franco, 2008, p.77). El profesor asegura que no importa lo bueno que sea el reportero al entrevistar personas y transcribir las mejores citas en el impreso, será muy difícil que consiga proporcionar un informe completo y exhaustivo o transmitir la misma emoción o sentimiento del que habla. Allí, el periodismo digital tiene entonces una ventaja. Puede colocar los audios y videos cuantas veces sea necesario.

Franco señala que “un reportero de periódico puede fácilmente producir clips de audio en más de la mitad de las historias que entrega. Eso puede sonar muy ambicioso si usted no ha editado o publicado audio para la Web antes. Pero una vez lo haga un par de veces, se convertirá en algo natural para usted. El primer paso es deshacerse de la grabadora de casete de los años 90 y conseguir una digital” (p. 77).

La misma capacidad para tomar fotos con cámaras digitales tendrá que adquirir el reportero, más aún si escribe en un blog.

1.4.1.3. El mundo personal del periodista online

El periodista Jean Francois Fogel advirtió en una conferencia que ofreció en Bogotá, invitado por la Fundación Nuevo Periodismo en noviembre de 2009, que los periodistas del futuro “deben vivir en las redes sociales”. Aseguró que si bien hace dos años 60% de la información se encontraba a través del buscador Google, ahora 65% llega a ella después de hacer un enlace desde alguna de las redes sociales. Es así, que este periodista recomendó a los asistentes a la conferencia online que desarrollen sus propios espacios en la web, al abrir un blog; y comiencen a apoyarse en varias plataformas para alimentar ese sitio, tales como Flickr, Youtube, Slideroll, Chatconference, entre otras. La idea de Fogel es que los periodistas “vivan mucho más el periodismo que antes”.

Una anécdota que Brigges apuntó refleja también cómo el periodismo online se desarrolla en la medida que se practica:

“Kevin Cullen, un reportero de proyectos de ‘The Boston Globe’, fue introducido en la práctica de los blogs durante la Copa Mundo del 2006, como corresponsal en Estados Unidos del Goethe-Institute. Simultáneamente, él fue fichado por la sección de deportes. *“Al siguiente día, comparé las palabras que había escrito para el periódico con las que había escrito para el blog, dijo Cullen. “La entrada del blog parecía mejor que la historia del periódico. Era mucho más larga, quizás por 300 o 400 palabras, pero aquellas palabras extra contenían algunas buenas citas, algunos giros estilísticos, y un poco más de color. Era, sin duda, una mejor lectura. Liberado de la necesidad de comprimir palabras en un espacio finito, Internet probó ser mejor para mí, como escritor y, sostendría, para los lectores, también, que el periódico”* (2007, p.62).

En su libro Franco (2008) se manifestó de acuerdo con la recomendación de muchos analistas de que cada reportero debería tener un blog. Si bien no siempre es posible conseguir que sean blogs exitosos, es la mejor manera de cultivar una comunidad con los lectores para poner a prueba ideas, recibir retroalimentación temprana y directa y publicar en la forma más oportuna posible.

La profesora Espinosa (2009) señaló en su ponencia que “los nuevos tiempos demandan nuevos comunicadores”. La afirmación parece razonable, porque, si, como hemos expuesto, la innovación tecnológica está contribuyendo a un cambio revolucionario en el mundo de la comunicación, los medios demandarán profesionales con una formación distinta. La gran recomendación de la profesora no es sólo para los periodistas, sino más bien para los centros de formación de comunicadores. Les sugiere no mirar al pasado, sino al futuro, cuando señala:

“Los centros de formación de comunicadores deben proseguir con la actualización de los planes de estudios para responder a los retos que plantea la actividad profesional del comunicador en la Sociedad de la Información. Sus actuaciones deben orientarse a la incorporación de nuevos contenidos transversales, nuevas asignaturas y nuevas especialidades. Y tendrán que elaborar una buena programación de cursos de reciclaje, cursos de postgrado y máster, para que prosigan su formación los licenciados, y así obtengan una mejor preparación para atender los nuevos perfiles que surgen en el mercado” (2009).

Determinar cuál es la mejor manera de incorporar estos nuevos conocimientos para sentar las bases del periodismo digital en los estudios de pregrado, y así responder a las necesidades que existen entre los periodistas que ejercen el periodismo en Venezuela, es el objeto de este trabajo especial de grado.

MARCO CONTEXTUAL

Si bien este trabajo especial de grado surgió con la intención de comprender cuáles cambios se exigen y deben incorporarse en la formación de los periodistas a raíz del auge que han tomado los nuevos medios digitales, la investigación pretende analizar un caso específico. La idea es determinar si el programa de estudios de la carrera para obtener la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Monteávila requiere incorporar las herramientas que impone el periodismo en los medios digitales. Es indispensable entonces conocer cómo se diseñó el actual pensum de esta carrera de pre grado y cuáles han sido las actualizaciones al programa de estudios, antes de determinar si hace falta sugerir algunas modificaciones para incorporar nuevos conocimientos.

Cuando la Universidad Monteávila diseñó el programa de estudios de la carrera de Comunicación Social en 1998 hizo una serie de compromisos ante las autoridades venezolanas, al consignar un documento en el Consejo Superior Universitario. En ese texto los encargados del proyecto aseguraron que la intención era que los jóvenes estudiantes consiguieran alcanzar durante el proceso de formación los siguientes objetivos:

- 1) Conocer la ciencia y la tecnología comunicacional, de tal modo que puedan dominar los conocimientos teóricos y adquirir las habilidades necesarias para desempeñarse con eficacia en todos los medios de comunicación social y en las demás áreas de la comunicación e información: gerencia comunicacional, proyectos interdisciplinarios, investigaciones de mercado, etc.
- 2) Desarrollar las destrezas metodológicas y adquirir la profundidad intelectual, mediante las cuales estén en condiciones de ser auténticos científicos sociales, convencidos de que la disciplina en sus áreas de estudio tiene como meta estar al servicio de la sociedad.
- 3) Comprender globalmente el proceso de la comunicación, sus efectos e interrelaciones.
- 4) Ser capaz de elaborar proyectos para nuevas formas de expresión, realizar investigaciones técnicas y científicas en su campo de especialización y desempeñar tareas docentes.
- 5) Adquirir una amplia cultura, con especial profundidad en los rasgos nacionales propios, que le lleve a analizar e investigar los fenómenos informativos con

capacidad de apreciar y juzgar su impacto cultural y ético en las personas y en la sociedad en el momento histórico presente.

7) En paralelo, el programa se propone consolidar una personalidad creativa y crítica dentro de un marco de principios éticos.

Quiere decir que a la hora de definir el perfil de los comunicadores sociales egresados de esta casa de estudios se asumió el reto de formar profesionales capaces de investigar e informar a través de los existentes medios de comunicación o cualquier otro que surja, sin olvidar los principios éticos básicos, el mandato de ser rigurosos y disciplinados en la investigación periodística y su función al servicio de la sociedad. Así quedó en evidencia desde que se elaboró el primero de los siete objetivos del programa de estudios. Si la intención es formar profesionales para ejercer en todos los medios de comunicación, en esta carrera se pretende cumplir con esa idea de formar a periodistas integrales como sugirió la profesora María Eugenia Arias en la ponencia que presentó sobre el "Nuevo perfil del periodista venezolano" en agosto de 2010.

2.1. Las bases teóricas

Para elaborar el modelo de estudios de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información las autoridades académicas partieron del hecho de que todo individuo de una sociedad tiene derecho a ser informado objetiva y comprensiblemente, así como oportunamente; particularmente en razón de las decisiones en que debe participar como ciudadano.

Los profesores consideraron que la profesión comunicativa hace de algún modo justicia cuando se refiere al deber de informar, ya que, el derecho a la información de calidad es mucho mayor que el simple hecho de estar informado.

En definitiva, partieron de la idea de que el profesional de la comunicación sirve de mediador entre el hecho y el ciudadano común; se dedica a *hacer saber lo que ocurre*. En pocas palabras, difunde, investiga y procesa la información que el individuo tiene derecho a conocer. Más aún, en una sociedad democrática, donde se debe promover el pluralismo ideológico.

2.2. Los principios del modelo

Al concebir un modelo de estudio "generalista y humanista", como lo definen en varias oportunidades las autoridades académicas de la Universidad Monteávila hacen una advertencia, en el documento que presentaron para dar a conocer su

proyecto, que los diferencia de esquemas educativos que se imparten en otras partes del mundo.

“La búsqueda u obtención de la información –y no su procesamiento o contextualización– ha llevado, a muchos países industrializados, a fundamentar los estudios de la comunicación en función de la utilización de las técnicas e instrumentos que el mercado ofrece para la más amplia y rápida difusión del hecho informativo. Este aspecto, sin embargo, aunque de gran importancia, no debe nunca disminuir la necesidad de la formación del criterio cultural, intelectual y ético de los que deben regir, orientar y manejar su uso y disfrute”.

Consideran que los avances tecnológicos en el área no han permitido resolver felizmente el dilema de si formar un humanista con destrezas técnicas o un técnico con conocimientos de humanidades. Advierten que si bien es cierto que la tendencia va en la segunda dirección en otras latitudes, el objetivo de ellos es combinar una sólida formación humanista con la enseñanza sobre el quehacer técnico del periodismo, la televisión o el lenguaje cinematográfico.

Llama la atención además que el programa busca de esta forma estar abierto a la llegada de nuevos medios de comunicación y así se dejó ver en el documento que presentaron ante las autoridades educativas de Venezuela:

Sería un error enfocar la carrera exclusivamente atendiendo a los requerimientos conceptuales y tecnológicos de los ámbitos tradicionales de ocupación laboral (prensa; cine y televisión; o publicidad y relaciones públicas); hay que ofrecer, más bien, los conocimientos, aptitudes y destrezas que permitan al futuro profesional buscar o ubicarse en los nuevos espacios donde se lleve a cabo un proceso comunicativo.

En definitiva el compromiso que asumió la nueva Facultad de Comunicación Social en el año 1998 fue el de formar a los estudiantes para que tengan el siguiente perfil:

Proponemos un profesional de la facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, que busque incidir en la fundamentación del proceso comunicacional y en el rigor del trabajo intelectual, por lo que esto exige que el modelo aborde, junto a la formación profesional, también la formación humana. Es necesario que el estudiante llegue a trabajar intelectualmente con seguridad, conociendo lo que observa, leyendo y comprendiendo lo leído, reflexionando sobre lo conocido; que pueda transmitirlo en cualquiera de las modalidades de la comunicación (escrita, oral, gestual, iconográfica, etc.), con claridad, amenidad y sin afectación.

Para lograr que los estudiantes adquirieran esas habilidades, la Facultad se propuso el desarrollo de un diseño curricular generalista y una visión personalizada de la formación del alumno. Eligieron esta vía, porque entre los encargados del proyecto existía conciencia "... del actual desequilibrio entre la formación de comunicadores y el mercado de trabajo, ligeramente expandido, a pesar de la coyuntura que vivimos". La intención de asumir una formación "personalizada" dejaba abierta la posibilidad de "seguir conociendo mejor el campo de acción de los comunicadores, los perfiles requeridos para su formación académica, los procesos de una incorporación renovadora al trabajo".

En el documento hacen visible la intención de que esta Facultad "pueda penetrar nuevos mercados, ya sea en el campo profesional teórico o en el tecnológico, pero bajo una perspectiva generalista" del estudiante como futuro comunicador social. En ese sentido advirtieron que:

"el diseño de la Facultad debe estar abierto a las nuevas áreas de la comunicación e información, como lo son la televisión interactiva, los sistemas multimedias, la autopista de la información, etc. Frente a la reducción de la carrera a los nichos tradicionales de ocupación, hay que buscar los nuevos espacios de trabajo, que se ubican en cualquier red operada por mediadores capaces de distribuir información necesaria para la efectucción de los procesos comunicativos públicos a nivel social e institucional".

Aquí también se expresa de nuevo el deseo de la Facultad de formar profesionales con habilidades suficientes para ejercer su carrera en cualquier plataforma o medio de comunicación.

2.3. Programa de estudios

Bajo los parámetros descritos anteriormente, la Facultad presentó en 1998 un programa de materias de estudios que dividió en teóricas y prácticas. Es así que incluyó unas eminentemente teóricas, entre otras: *Teoría de la Comunicación e Información, Historia de la Comunicación, Psicología Social, Ética y Comunicación, Fundamentos de Mercadeo, Opinión Pública, Comunicación Política, Empresa Informativa, Cultura del Sonido y de la Imagen y Seminario de Nuevas Tecnologías.*

Y otras materias teórico-prácticas como: *Publicidad, Análisis Crítico de la Publicidad, Géneros Periodísticos Informativos e Interpretativos, Comunicación en las Organizaciones;* las más relacionadas con la tecnología: *Tecnología de la Información, Comunicación Audiovisual;* las *Prácticas Profesionales;* y las materias

que siendo de carácter eminentemente práctico, profundizan en el dominio del lenguaje: *Redacción periodística* y *Géneros periodísticos*. Por último, las materias de investigación: *Documentación Informativa*, *Metodología de Investigación General* y *el Seminario de Investigación aplicada*.

Aparte de estas asignaturas dirigidas a transmitir conocimientos, destrezas o actitudes, el plan de enseñanza que presentaron en 1998 incluyó durante los primeros semestres la posibilidad de añadir un conjunto de materias que se definieron como de Orientación y Desarrollo Personal (ODP). La directora de la escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información, Mercedes González, aseguró que "la idea al diseñar las ODP en aquel momento fue crear un espacio en el que ir añadiendo conocimientos para conseguir una formación integral del alumno y estimular su capacidad de aprender" (Comunicación personal, octubre 2010).

Este elemento del plan de enseñanza es flexible y puede ir incorporando nuevas y diferentes actividades en el currículo, denominadas todas genéricamente como materias de ODP. En el documento que se presentó ante el Consejo Superior Universitario incluyeron, por ejemplo, actividades con las que acercar a los estudiantes a fenómenos universales de la cultura, así como desarrollar nuevas formas de expresión y de contacto con el arte. Fue así como en un primer momento se propuso impartir las siguientes materias:

- Apreciación musical
- Cine-club
- Fundamentos de oratoria
- Periodismo mural
- Teatro universitario
- Fotografía artística

La profesora y directora González reconoce que son muchos los conocimientos y actividades prácticas que se han ido incorporando al programa de estudios año a año a través de estas materias de orientación. Las ODP han profundizado los conocimientos del alumno sobre teatro, música, escritura, matemática, responsabilidad social o idiomas. Ella apuntó que "siempre que los conocimientos sirvan para desarrollar de forma integral al alumno y cultivar sus conocimientos personales es posible agregarlos al programa de estudios por esta vía". Es por ello que se otorgó a estas materias "un carácter obligatorio", es decir, que deben cursarla todos los alumnos durante el lapso académico.

Los profesores que lideraron el proyecto de la carrera consideraron también que para conseguir un estudio de la técnica, que le permita a la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información de la Universidad Monteávila ponerse al día con las nuevas tecnologías de manera relativamente rápida, había que añadir otros elementos al programa de estudios. Fue así que dejaron abierta la posibilidad de organizar actividades prácticas en los talleres y laboratorios de la Facultad.

Además incluyeron de forma obligatoria la materia de Prácticas Profesionales, convencidos de que estas horas de trabajo también colaborarían en el transcurso de la carrera para cumplir con el objetivo de formar estudiantes que estén al día. Las pasantías de los estudiantes en empresas privadas u oficiales serían la forma de recrear o poner en práctica la profesión.

En el documento que presentaron ante las autoridades, el equipo aseguró que “este modelo de Facultad universitaria hace posible la formación de un egresado con las características que exige y necesita el actual mercado profesional venezolano. Al mismo tiempo, se prepara para hacer frente al fenómeno universal de la multiplicación y diversificación de nuevas tecnologías, al surgimiento de nuevos medios para el tratamiento de la información y de nuevos campos de trabajo”.

Sin embargo, en el documento los diseñadores de este programa de estudios hicieron pública su decisión de evitar la tendencia a la especialización a nivel de pre-grado, al insistir en que más que les interesa impartir un profundo conocimiento del proceso de comunicación, que formar alumnos con suficientes dominios técnicos.

En virtud de estos criterios, la especialización en esta carrera de la Universidad Monteávila se planteó hacer a nivel de postgrado, cuando ya la formación básica universitaria de pregrado haya brindado al alumno unos hábitos intelectuales y de expresión; y haya adquirido una visión global del proceso, adquisición, manejo y significado de la información, así como también de sus modos de comunicación. Estos elementos garantizan el carácter científico del ejercicio de la profesión.

2.3.1. Última revisión del programa de estudios

Después de cinco años de experiencia, la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila observó en 2004 que era conveniente modificar el régimen semestral y convertir el programa de estudios al régimen anual. Las autoridades

académicas de la escuela presentaron un nuevo documento al Consejo Superior Universitario para conseguir su autorización. En ese texto explicaron cómo a través de ese nuevo modelo de enseñanza conseguirían los siguientes objetivos:

- a) El régimen anual favorece la relación de los profesores con la universidad: permite una continuidad en el trato y en su mismo proceso de formación durante todo el año.
- b) También, favorece la relación del profesor con los alumnos: el régimen anual propicia un trato más intenso y continuado; brinda una mayor ocasión para que se dé la amistad y, por lo tanto, el proceso de enseñanza-aprendizaje (sin amistad no hay docencia), lo que resulta vital sobre todo en nuestro país donde lo afectivo tiene tanto peso.
- c) El régimen anual favorece que se aprovechen con más intensidad las semanas de clases: porque en los semestres las semanas dedicadas a la presentación de exámenes finales y de reparación se multiplica, recortando el tiempo dedicado a la enseñanza. El régimen anual permite que exista menos tensión sobre la evaluación, aunque aumenta la cantidad de asignatura evaluada, y ayuda a una mayor integración de los conocimientos.
- d) Desde el punto de vista pedagógico, el régimen anual resulta más conveniente, ayuda a redondear mejor los contenidos y a evitar su fraccionamiento. Permite al alumno un tiempo de mayor reflexión y asimilación.

El régimen anual fomentó desde entonces una mayor interacción entre alumnos y profesores, lo que abrió espacio para que también durante las horas de clase en el año académico los profesores contaran con más tiempo para poder experimentar nuevas formas creativas de impartir los conocimientos exigidos.

A partir de entonces se imparte en la Universidad Monteávila un programa de estudios de Comunicación Social anual que incluye las siguientes materias:

Licenciatura en Comunicación Social

PRIMER AÑO	
Código	Asignatura
40111	Redacción y Estilo

40112	Teoría de la Comunicación e Información
40113	Investigación documental
40114	Tecnología de la Información
40115	Introducción a la Imagen
40216	Fundamentos de Antropología
40217	Realidad y Conocimiento
40218	Historia de la Cultura
40319	ODP I: Inglés
Segundo año	
40121	Géneros Periodísticos
40122	Teoría y Práctica de la Radio
40123	Estadística aplicada
40124	Diseño gráfico
40125	Historia de la Comunicación
40226	Literatura
40227	Historia de Iberoamérica
40328	ODP II: Inglés
Tercer año	
40131	Teoría y Práctica de la Televisión
40132	Fundamentos de Economía
40133	Publicidad y mercadeo
40134	Sociología de la Comunicación
40235	Instituciones Jurídicas y Políticas
40236	Fundamentos del Mundo Moderno
40137	Historia de Venezuela
40338	ODP III: Inglés Electivas: Periodismo deportivo, Taller de publicidad, Comunicación aplicada a los

	negocios en Internet, Reportaje
Cuarto año	
40141	Opinión pública y Comunicación Política
40142	Ética y Comunicación
40143	Comunicación Corporativa
40144	Historia contemporánea
40145	Servicio comunitario
40146	Prácticas Profesionales
40147	Electiva II: Coordinación de noticieros televisivos, Mercadeo, Taller de publicidad
Quinto año	
40151	Teoría y Práctica del Cine
40152	Empresa informativa
40153	Proyecto
40254	Relaciones internacionales
40255	Antropología Cultural
40256	Pensamiento y Literatura Iberoamericanos
40157	Temporalidad y trascendencia
40158	Electiva III: Crisis, responsabilidad social y relación con los medios; Crítica, estética y antropología cinematográfica; Cultura del Sonido; Taller de Crónica

2.3.2. Una revisión breve de las materias sobre periodismo

La profesora González escogió cinco materias del programa de estudios de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila cuando se trata de observar cuales de ellas son claves en la formación de los estudiantes para ejercer el periodismo en los medios de comunicación social. La formación en *Redacción Periodística, Investigación documental, Tecnología de la Información*, en el primer año de estudios; *Géneros periodísticos y Teoría y Práctica de la Radio*, en segundo año y *Teoría y Práctica de la Televisión* en tercer año.

En el primer año de estudios los estudiantes mejoran sus conocimientos de redacción y aprenden las premisas básicas para escribir textos periodísticos, a la par que reciben formación para llevar adelante una investigación periodística.

En la observación de los programas de estudio de cada materia para determinar si existe algún contenido relacionado con periodismo digital, González menciona la cátedra de Tecnología de la Información. Sus objetivos se han ido actualizando en los últimos años y es a su juicio "bien ambicioso". El objetivo general de esta materia, según explicó González, es introducir a los estudiantes en el manejo de las herramientas tecnológicas para poder comprender y trabajar en la nueva sociedad de la información.

Conviene advertir que a lo largo de los años han ido perfeccionando el programa de estudios de esta materia, ya que al principio fue impartida por diseñadores, que se enfocaban en que los estudiantes aprendieran a usar nuevas herramientas tecnológicas para trabajar en formatos digitales. González asegura que "ahora la Facultad quiere que sea la puerta de entrada al periodismo digital", por lo que esta materia la dictan periodistas con conocimiento sobre el ejercicio del periodismo en la era digital.

En el programa de estudios más reciente los objetivos de la materia son los siguientes:

- Valorar los aportes de la Sociedad de la Información y la era digital a la comunicación humana, así como también apreciar el impacto de las nuevas tecnologías en la persona y la sociedad actual.
- Conocer, explorar y valorar las posibilidades del periodismo digital, así como también de la tecnología multimedia como lenguaje al servicio de los medios digitales.
- Proyectar la creación de un medio de comunicación digital. En este proyecto el estudiante deberá demostrar las destrezas, habilidades y criterios aprendidos con relación al periodismo digital.
- Ejecutar el proyecto de medio digital planteado y publicarlo en la Internet.

La periodista Solángel Rodríguez, quien dictó esta cátedra en 2007, observó a partir de su experiencia, que los estudiantes logran obtener una primera iniciación en el uso de las herramientas para buscar y producir contenidos en Internet. Sin embargo, considera que los alumnos no tienen aún suficiente formación sobre cómo ejercer el periodismo para conseguir comprender y aprovechar también estas herramientas tecnológicas en la producción y difusión de información.

3.2.3.2. Experiencia de investigación periodística con soporte digital en segundo año

En la materia de Géneros Periodísticos que se imparte en segundo año los estudiantes reciben 8 horas semanales de formación para comprender cómo difundir cualquier acontecimiento que ocurra en la realidad asumiendo un criterio periodístico y utilizando los diversos géneros informativos e interpretativos que existen.

Durante el año académico el estudiante va adquiriendo el dominio para investigar, evaluar, organizar y escribir una información desde el más directo y esencial lenguaje de la noticia, hasta ser capaz de elaborar textos periodísticos más complejos como las entrevistas, perfiles, crónicas y reportajes de investigación para contar lo que sucede en el país con una visión precisa, profunda, noticiosa, creativa y orientadora.

Desde hace dos años, los profesores de la materia de Géneros Periodísticos añadimos un objetivo final al programa de estudios que consistía en el ejercicio práctico de elaborar un reportaje final de investigación. La tarea de los estudiantes era investigar de forma colectiva desde mediados del año académico para preparar este reportaje final. El tema a investigar sería el mismo para las diferentes secciones por lo que los resultados de este proceso real de investigación periodística podría compararse entre los cuatro cursos que dictan esta materia, de tal forma que los estudiantes tendrían incluso la posibilidad de observar cómo compiten en buena lid los diferentes medios de comunicación en el esfuerzo de contar con la mejor calidad y precisión lo que sucede en la comunidad.

Al escoger el tema, los profesores decidimos coordinar una labor de investigación colectiva entre los estudiantes de la cátedra para abordar en profundidad los principales problemas que afectan a la ciudad de Caracas, en las áreas de la salud, el tráfico, la basura y la seguridad.

En estos dos años los profesores se preocuparon porque la labor de investigación y documentación de todos los estudiantes fuera lo más precisa y completa posible, por lo que decidieron que la labor de recolección de datos debía hacerse y presentarse en los diferentes formatos, es decir, sería multimedia. Es por ello que los estudiantes debían esforzarse por aportar entrevistas grabadas en video, audio, fotografías, así como todo tipo de documentos estadísticos que soportaran su trabajo de observación como periodistas de lo que sucede en la capital de Venezuela. Todo el material era publicado luego en un blog que los estudiantes alimentaban de forma colectiva y podían luego observar en cualquier momento

para soportar su reportaje final. A ese mismo blog se incorporarían luego los mejores reportajes escritos que cada estudiante debió preparar, de forma individual y utilizando el material recolectado, como trabajo final del año.

La experiencia que se mantiene desde entonces sirvió para comenzar a estimular a los estudiantes a recolectar información con todas las herramientas multimedia posibles, pero sin embargo, el esfuerzo principal de la cátedra de géneros periodísticos no dejó de concentrarse en formar a los estudiantes para aprender a investigar y relatar de la mejor manera posible una noticia, a través de los diferentes géneros periodísticos que se utilizan en los medios de comunicación impresos.

Si bien los profesores se interesaron por enseñar a los alumnos a buscar información en Internet y a recolectar en todos los formatos de audio o video los datos necesarios para poder relatar las historias, la enseñanza teórica y práctica de cada género periodístico ocupa la mayor cantidad de horas de trabajo en la cátedra y deja poco espacio para incorporar nuevos contenidos durante el año de estudios.

Es cierto que estos géneros periodísticos se refuerzan también en las cátedras de radio y televisión que se imparten en segundo y tercer año, donde los estudiantes aprenden a buscar y contar las noticias para los determinados medios radioeléctricos.

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1. Estrategia:

Este trabajo puede considerarse dentro de la clasificación de investigación-acción, por cuanto busca investigar cual es la condición actual de formación de los periodistas que laboran en los medios de comunicación venezolanos, y también los conocimientos que reciben los estudiantes de la Universidad Monteávila para poder ejercer el periodismo en medios digitales; para luego determinar si es necesario incorporar nuevos conocimientos al programa de estudios de Comunicación Social de esta casa de estudios que permita preparar a los futuros periodistas para investigar y producir contenido en las plataformas digitales y proponer la mejor forma de añadirlos.

3.2. Enunciado del problema de estudio:

¿Cómo debe ser la propuesta de formación de comunicadores sociales de la Universidad Monteávila para que sus egresados sean capaces de conocer y difundir información en el mundo digital?

3.2.1. *Objetivos:*

3.2.1.1. Objetivo general:

- Proponer contenidos sobre comunicación y periodismo digital para ser incorporados al plan de estudios de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila.

3.2.1.2. *Objetivos específicos:*

- Conocer las necesidades de formación más urgentes que tienen las empresas periodísticas para contar con periodistas capaces de participar en los procesos de convergencia que se adelantan en medios locales.
- Conocer algunas de las iniciativas en otras escuelas de periodismo de América Latina para formar estudiantes en el manejo de las herramientas del periodismo digital.
- Evaluar cuál es la visión de la directora y de los profesores que hacen vida en la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila sobre la necesidad de actualizar el programa de estudios de la carrera.
- Identificar qué contenidos que podrían incorporarse al programa de estudios de acuerdo a las consultas hechas y determinar la mejor forma de incorporar esos conocimientos sobre el mundo digital.

3.3. Estrategia de recolección de información:

Nuestro primer esfuerzo fue consultar a periodistas que están trabajando en periódicos nacionales y regionales de Venezuela para determinar cómo ha influido Internet en sus rutinas profesionales, comprobar si han necesitado y requieren adquirir nuevos conocimientos para ejercer su profesión en la era digital y si consideran necesario ampliar el contenido de los programas de estudio en las universidades para que sus futuros colegas puedan trabajar en las nuevas plataformas digitales.

La siguiente estrategia del trabajo especial de grado fue entrevistar a profesores que laboran en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Montevila, así como a profesores de periodismo invitados por la Coordinación de Postgrado de la Especialización de Periodismo Digital de la Universidad Monteávila a debatir durante el año 2010. La idea era consultarles a todos si es necesario actualizar los programas de estudio de Comunicación Social y cuál es la mejor forma de incorporar conocimientos útiles para que los estudiantes puedan ejercer el periodismo en los medios digitales una vez que se gradúen de la Universidad Monteávila.

También nos propusimos revisar planes de estudio que algunos de los profesores consultados nos suministraron para conocer cómo han actualizado el programa de estudios otras escuelas de Comunicación Social de habla hispana.

3.4. Población y muestra:

Se dividieron las consultas en 3 grupos:

- Periodistas que trabajan en medios de comunicación venezolanos.
- Profesores que laboran en otras escuelas de Comunicación Social invitados por la Universidad Monteávila durante el año 2010.
- Profesores y autoridades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información.

3.5. Procedimientos:

Elaboramos un cuestionario básico de preguntas para los profesores a entrevistar. (Ver anexo)

Se organizaron entrevistas con ellos, utilizando como referencia ese listado de preguntas y luego dejamos opción a los profesores consultados para que respondieran ese cuestionario con más detenimiento por correo electrónico. También se hizo una sesión de trabajo con Mercedes González, la directora de la

Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información, y ella también respondió un cuestionario por correo electrónico. En total se entrevistaron a 10 periodistas que se dedican a impartir clases de periodismo en las escuelas de Comunicación Social de habla hispana, de forma directa en la mayoría de los casos, y a través de chats y correos electrónicos. Las respuestas al cuestionario que algunos profesores enviaron a través del correo electrónico se ofrecen en un documento adjunto a esta investigación.

Los profesores que participaron en esta investigación fueron:

- Ramon Salaverría
- Víctor García
- Mercedes González
- Armando Avellaneda
- Jeanne Gabriele Liendo
- Alda Da Silva
- Luis Carlos Díaz
- Solangel Rodríguez
- Francisco Sánchez
- Mauricio González

Se transcribieron las entrevistas y sus opiniones sirvieron para definir si es necesario y cómo incorporar nuevos contenidos al programa de estudios para que los futuros comunicadores puedan ejercer el periodismo en los medios digitales.

En el mes de octubre decidimos que la mejor forma de consultar la opinión de la mayor cantidad de periodistas venezolanos posible era a través de una encuesta. Si bien en un primer momento analizamos la posibilidad de entrevistarlos, las limitaciones de tiempo obligaron a cambiar de estrategia para consultar a una mayor cantidad de profesionales.

La Coordinación de la Especialización de Periodismo Digital tenía dos modelos de encuestas que habían ido utilizando entre los periodistas que participan en cursos dictados por la Universidad Monteávila en algunos medios de comunicación. Como el propósito de esas encuestas era investigar cuál es el perfil del periodista venezolano que se forma para ejercer el periodismo en medios digitales y

averiguar cuáles son las demandas más importantes de nuevos conocimientos y destrezas para ejercer el periodismo en medios digitales, el esquema del cuestionario nos pareció adecuado.

Escogimos una de ellas para emprender esta investigación en los diarios El Universal y el diario El Mundo. Pero además la Coordinación de la Especialización de Periodismo Digital nos permitió tener acceso a los resultados de otras encuestas que durante 2010 habían distribuido entre periodistas de los periódicos 2001, Meridiano y el diario regional Sol de Margarita, quienes participaron en cursos *in company*.

Conviene advertir que en todos estos periódicos adelantan proyectos para desarrollar nuevos contenidos en las plataformas digitales que ellos tienen y a raíz de esa decisión, sus periodistas han participado en programas de entrenamiento que dicta la Coordinación de la Especialización en Periodismo Digital de la Universidad Monteávila. Algunos incluso planean o ya iniciaron procesos para integrar las redacciones de la versión impresa con la digital.

Durante los meses de octubre y noviembre de 2010 se obtuvieron en físico o por correo electrónico las respuestas de 93 periodistas que trabajan en estos medios de comunicación a dos cuestionarios muy similares, que luego fueron interpretados de modo conjunto (ver anexos).

Se diseñó una matriz para compilar la información que nos suministraron los periodistas y se elaboró un análisis con las opiniones que recolectamos de los profesores sobre la necesidad y mejor vía de actualizar el plan de estudios de Comunicación Social. A continuación presentaremos los resultados de la investigación que se adelantó entre julio y noviembre del año 2010.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION Y PROPUESTA FINAL

4.1. Internet y los periodistas venezolanos

El objetivo del presente capítulo será exponer los resultados de la investigación que se adelantó para determinar si es necesario y cuál es la mejor manera de incorporar nuevos contenidos en el programa de estudios de Comunicación Social de la Universidad Monteávila para formar a los periodistas en la era digital.

Nuestro primer esfuerzo fue acercarnos a los periodistas que están trabajando en cinco periódicos de Venezuela para comprender de qué manera la llegada de Internet ha influido en las rutinas profesionales de los periodistas que allí laboran y comprobar si para ellos ha sido y es necesario adquirir nuevos conocimientos para ejercer su profesión en la era digital. Conviene advertir que en todos estos periódicos se desarrollan proyectos para mejorar la difusión de información en plataformas digitales y en algunos de ellos ya se iniciaron procesos para buscar la integración entre las redacciones de la versión impresa y digital. En ese proceso, líderes y periodistas de estos medios han tenido alguna relación con la Coordinación de Postgrado de la Universidad Monteávila y los profesores de la Especialización de Periodismo Digital.

Las preguntas que hicimos buscaban averiguar en primer lugar cuál ha sido la formación que han recibido para ejercer el periodismo, cual es la percepción que tienen sobre el impacto que ha provocado Internet en sus funciones profesionales, cuáles han sido los esfuerzos que han hecho para adaptarse a estos cambios tecnológicos y, en este contexto, consultamos su opinión sobre la necesidad que existe de adquirir nuevos conocimientos para ejercer su profesión en el futuro.

Si bien consideramos que la dimensión de esta muestra es importante, queremos advertir que el resultado no pretende ser representativo de lo que sucede en todos los medios de comunicación en Venezuela, así como tampoco las respuestas sirven para definir exactamente cuál es el perfil del periodista venezolano. Es necesario emprender una investigación mucho más exhaustiva para determinar cómo Internet ha modificado la vida profesional de los periodistas que laboran en medios nacionales y regionales en Venezuela y determinar cuán preparados están para asumir los nuevos retos de la convergencia digital que, según observamos, ya comenzó en algunos medios venezolanos.

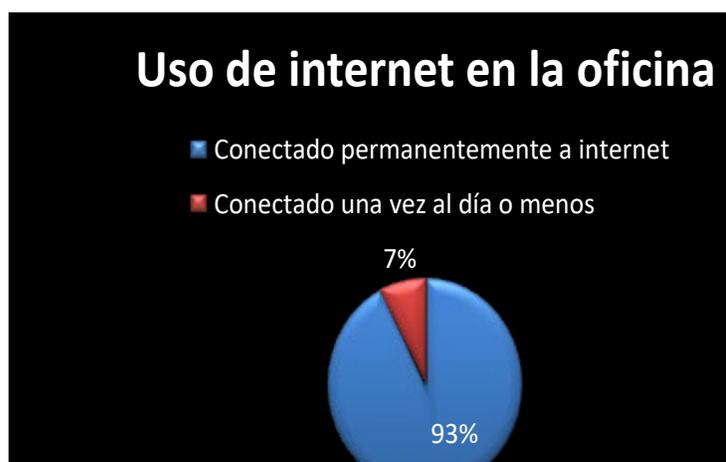
4.1.1. Perfil de los periodistas encuestados

Los comentarios de los periodistas en cada uno de estos cuestionarios sí evidencian que Internet penetró en las rutinas profesionales de los periodistas y existe entre ellos preocupación por adquirir nuevos conocimientos para

aprovechar las posibilidades que las nuevas herramientas tecnológicas les ofrecen para mejorar su perfil profesional.

Según los datos recogidos, 92% de los periodistas consultados usa internet de forma permanente en su trabajo diario y en el cuestionario incluso algunos periodistas se quejaron de tener limitaciones tecnológicas en los medios en los que trabajan para poder usar aplicaciones o acceder a redes sociales. Es decir, los periodistas demandan tener acceso a Internet para trabajar.

Gráfico 1:



Al consultarles cuáles son los cambios que Internet ha provocado en sus rutinas profesionales y cómo valoran el impacto que han tenido en el periodismo esos cambios tecnológicos, la totalidad (100%) de las respuestas abiertas ofrecían argumentos positivos sobre la llegada de Internet. Muy importante fue observar que para ninguno de ellos el periodismo ha resultado inmune a la llegada del mundo digital y las nuevas tecnologías.

Los periodistas celebran la rapidez con la que ahora pueden obtener y difundir información, también muchos se entusiasman con el contacto más directo que tienen con sus lectores, cómo es más fácil gracias a la interactividad estar en contacto con nuevas fuentes de información; y ya observan como un desafío la posibilidad de preparar contenidos periodísticos utilizando audios, videos y nuevas herramientas distintas a las que antes usaban. "Internet nos va a permitir evolucionar", dijo un periodista consultado.

Es cierto que en sus respuestas los periodistas mostraron preocupación por la rapidez con la que deben trabajar ahora y la mayor precisión que hay que tener, en vista de que esas noticias circulan a mucha más velocidad y llegan a más consumidores de información que antes. "Debemos agudizar nuestra capacidad

de procesar, filtrar y editar información para hacer mejor periodismo", contestó otro periodista.

Las encuestas reflejaron que la mayoría de los periodistas que laboran en estos cuatro medios de comunicación nacionales y uno regional son profesionales jóvenes. Conviene advertir que 66% de los que participaron son menores a 35 años de edad, 69% dijo tener un máximo de 10 años de experiencia y la mayoría (77%) cuenta con una licenciatura. Si conviene advertir que solo 9% de los profesionales encuestados cuenta con estudios de postgrado.

Se puede observar que la mayoría de los periodistas consultados tiene no más de 10 años alejados de la academia. Por ello consideramos revelador el siguiente dato: cuando se les consultó si durante sus años de estudio recibió específicamente formación sobre periodismo digital, 83% dijo no haber cursado materias o talleres sobre el tema. Entre el 17% restante de periodistas que sí recibieron conocimientos mientras estudiaban su carrera, se observa que solo mencionaron haber recibido formación que estuviera relacionada con el uso de herramientas tecnológicas o periodismo digital en una sola materia dentro del programa de estudios.

Gráfico 2:



4.1.2. Conocimientos sobre el uso de herramientas para la era digital

En las respuestas abiertas quedó claro que existe interés entre los periodistas por aprovechar las nuevas herramientas tecnológicas para mejorar sus rutinas profesionales, pero la mayoría (58%) reconoció que los conocimientos que posee sobre ellas los adquirió en cursos dentro de sus empresas o se los han enseñado sus compañeros de trabajo en entrenamientos informales. Son minoría (42%) los profesionales que dijeron haber buscado por su cuenta aprender el uso de las nuevas herramientas y aplicaciones digitales para usarlas en su rutina diaria. Este resultado deja ver que los periodistas han tenido que comenzar a usar en el

trabajo herramientas distintas a las que han aprendido y de alguna manera existe una preocupación por las empresas periodísticas en formar a sus empleados para adaptarlos a los cambios tecnológicos, sin menospreciar el sentimiento autodidacta de muchos profesionales.

Gráfico 3:

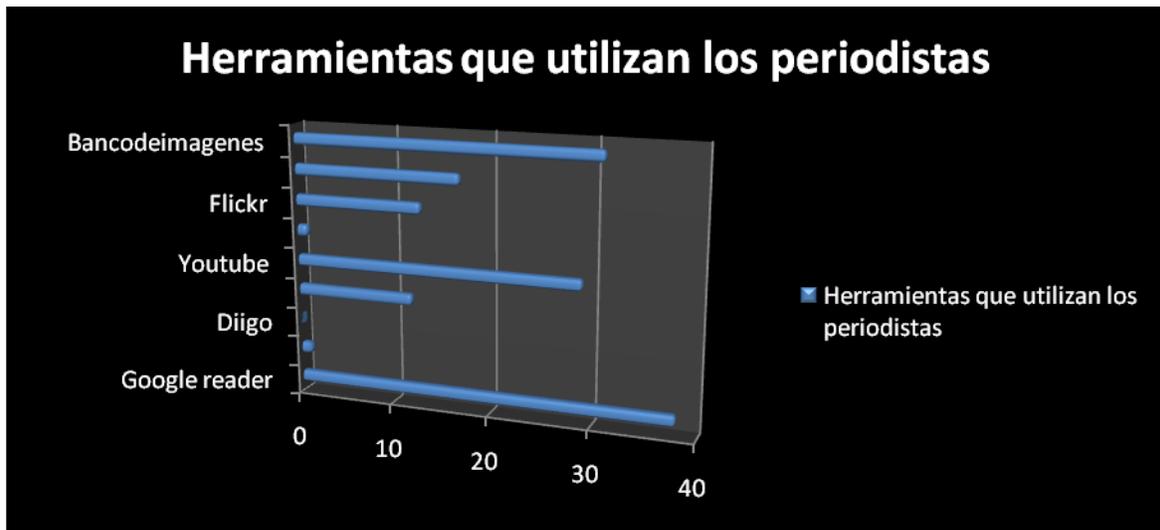


Al preguntar si ha tomado cursos sobre periodismo digital, la mayor cantidad de periodistas (67%) dijo no haber asistido todavía a cursos, ni estudios de postgrado con la intención de prepararse formalmente para trabajar en las nuevas plataformas digitales. Hay que advertir que 84% de ese 33% que sí ha participado en cursos de formación, lo ha hecho dentro de Venezuela.

El uso de Internet, a la mayoría de los periodistas consultados, les facilita estar al día con las noticias, la búsqueda de información, las labores de documentación y el acceso a imágenes gratuitas. También aprecian el contacto con las fuentes durante el proceso de elaboración de la información y después de difundirla. Pero si bien en las redacciones el uso de Internet es generalizado, apenas 12% de los consultados dijo usar las herramientas para desarrollar contenidos específicos para plataformas digitales. Este dato evidencia que todavía es un grupo reducido el de periodistas que piensan y trabajan en formatos multimedia.

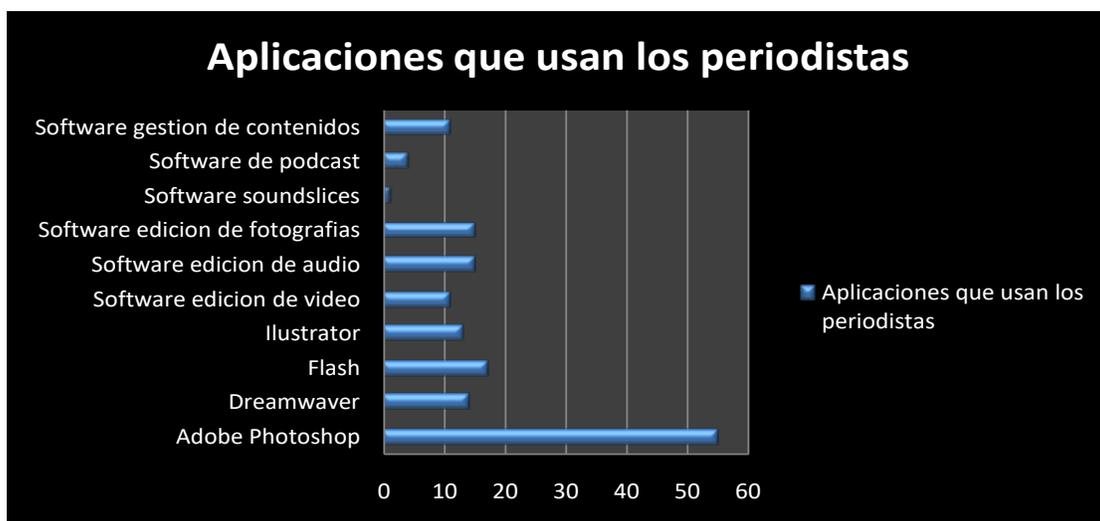
Quizás pueda esta situación estar relacionada con el poco conocimiento que tienen para producir este tipo de contenidos multimedia. La mayoría (57%) de los periodistas aseguró que usa herramientas como Google Reader en sus labores diarias y más del 40% consulta youtube.com o accede a bancos de imágenes digitales en el trabajo. Hay que advertir que algunos pudieron confundir el uso del buscador de Google con la herramienta Google Reader. Ahora bien, menos del 20% de los consultados dijo usar wikis, bases de datos o sitios de almacenamientos de fotos como Flickr para elaborar contenidos periodísticos.

Gráfico 4:



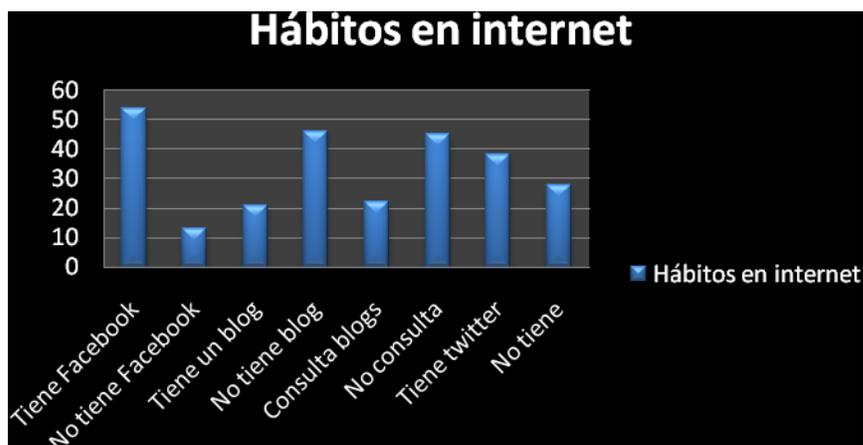
De igual forma, 58% de los periodistas aseguró saber manejar Adobe Photoshop, la aplicación más popular que se mencionó en las encuestas. Otro 18% de los consultados mencionó usar Flash. Pero fue menor a ese porcentaje la proporción de periodistas que está familiarizado con el uso de softwares para la edición de videos, audios o fotografías. Sólo 1 de los 93 periodistas dijo saber producir soundslices y 4 mencionaron hacer podcast.

Gráfico 5:



Es cierto que la mayoría de los periodistas consultados están presentes en las redes sociales, ya que 82% dijo tener activa una cuenta de Facebook, son menos (58%) los que usan Twitter y quienes tienen un blog que actualizan con cierta frecuencia son 3 de cada 10 periodistas consultados. De igual forma, 32% comentó tener algunos blogs entre sus sitios de consulta en Internet. Sí mencionan todos algún medio de comunicación de referencia que consultan a través de Internet. Los más populares son periódicos nacionales o portales informativos venezolanos (en este orden: eluniversal.com, el-nacional.com, noticias24.com). También mencionan periódicos de España, de Colombia y Estados Unidos. Entre las televisoras sólo apuntaron los portales del canal de noticias venezolano Globovision, del canal deportivo ESPN y la cadena de noticias CNN.

Gráfico 6:



4.1.3. Necesidades de formación de los periodistas

A pesar de no reflejar este estudio empírico que los periodistas están listos para producir contenidos multimedia, sí se puede decir que reina el optimismo entre ellos de cara al futuro. Fue mayoría (57%) el grupo que respondió afirmativamente a la siguiente pregunta abierta: ¿Estima que en su medio están dadas las condiciones y se cuentan con las herramientas para el desarrollo de un periodismo digital de calidad?

En esta investigación resultó evidente el interés que tienen por aprovechar las ventajas que aporta Internet y el proceso de aprendizaje en el que muchos están dentro de sus empresas para aprender nuevas herramientas tecnológicas. Eso, según se observó en sus comentarios, influyó en las respuestas positivas a esta pregunta.

Sin embargo, no es conveniente menospreciar que otro 43% dijo que no hay condiciones para desarrollar el periodismo digital en los medios de comunicación en los que trabajan, que como ya advertimos adelantan procesos de integración para sumar esfuerzos entre los periodistas que laboran en la versión impresa y la digital. A continuación presentamos algunos de los comentarios que hicieron periodistas que se muestran menos optimistas sobre este nuevo reto:

"Hace falta avanzar en la práctica de las herramientas tecnológicas", dijo un periodista consultado.

"Falta mucho por hacer. Hay que invertir en nuevas computadoras, se deben delimitar claramente las funciones, hay que practicar más", mencionó otro.

"No. Hacen falta más recursos y conocer mejor las herramientas de trabajo", fue otra respuesta.

"No. Creo que falta personal para desempeñar esta labor. También conviene cambiar un poco la estructura de trabajo. El reportero que sale a la calle no puede escribir o editar videos o audios", dijo otro.

Al leer este y otros comentarios se percibe cierta preocupación entre los periodistas sobre cuáles serán las responsabilidades de cada quien y en relación a ellas muchos sienten que no tienen suficiente entrenamiento para asumirlas.

Esta impresión se refuerza cuando 96% de los consultados reconoció que hace falta más formación para poder producir contenidos en la web del medio en el que trabaja. Esa fue la principal necesidad que los periodistas advirtieron tener, ahora que deben comenzar a trabajar para la edición digital.

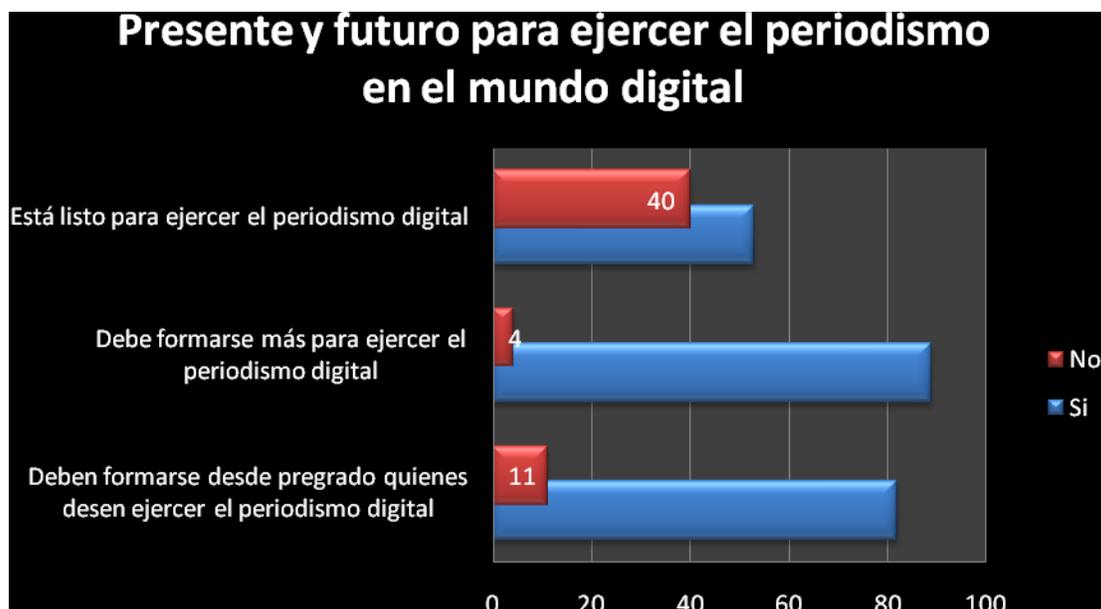
Aprender a manejar nuevas herramientas tecnológicas es específicamente la demanda más urgente que argumentaron los periodistas en sus respuestas y en segundo lugar otros mencionaron en sus comentarios estar interesados por formarse para escribir en la web.

Hubo mucho menor interés por saber cómo difundir información a través de redes sociales o conocer la forma de usar el teléfono para cubrir eventos periodísticos o interactuar con los lectores. Menos del 10% de los periodistas que participaron mencionaron estas necesidades específicas.

Al consultarles su opinión en torno al objetivo específico de este trabajo de grado, 88% de los consultados dijo estar de acuerdo en incorporar conocimientos sobre

las nuevas herramientas del periodismo digital en los estudios de pregrado para responder a las necesidades que existen entre los periodistas que ejercen el periodismo en Venezuela. Conviene mencionar que entre los periodistas (12%) que no consideraron necesario incluir estos conocimientos en los programas de estudio, hay quienes advirtieron que lo conveniente era especializarse para ejercer el periodismo digital en estudios de postgrado.

Gráfico 7:



En conclusión, los periodistas consultados, que son en su mayoría jóvenes profesionales entusiasmados con el desafío que impone la era digital para el periodismo, han revelado que desean y necesitan formarse para aprovechar las nuevas tecnologías y hacer un mejor periodismo en los medios digitales. Hasta ahora, el entrenamiento la mayoría lo ha recibido en sus sitios de trabajo y al menos 4 de cada 10 periodistas teme no estar preparado para el reto de ejercer su profesión en los medios digitales. Comparten 8 de cada 10 profesionales consultados que se deben incorporar más conocimientos sobre periodismo digital en los programas de estudio de periodismo, porque ya ellos reconocen que deben adquirir más destrezas para ejercer su trabajo.

La decisión de hacer estas consultas entre los periodistas que laboran en los medios la consideró acertada el doctor en periodismo, profesor de la cátedra de Cyberperiodismo de la Universidad de Navarra y director del Departamento de Proyectos Periodísticos de esa casa de estudios, Ramón Salaverría, quien estuvo de visita en Venezuela en noviembre de 2010.

La Universidad de Navarra modificó su programa de estudios hace dos años. Salaverría formó parte del comité que se creó para concretar esta tarea y le tocó asumir la responsabilidad de incorporar los cambios en los estudios de periodismo de la Facultad. Para cumplir con ese objetivo dijo haber consultado cuáles eran las demandas que tenían los medios de comunicación en ese momento y de esta forma pudo definir luego cómo debe ser el perfil del periodista del siglo XXI, qué es lo que necesita saber.

Salaverría advirtió que "no se trata de incluir en los programas de estudio todo lo que demandan los medios de comunicación"... "Los profesores dentro de las universidades deciden luego qué contenidos incorporar y cómo hacerlo". (comunicación personal, Noviembre 29, 2010) Ese será el objetivo de la segunda parte de este capítulo.

4.2. Hacia un modelo de formación para periodistas en la era digital

El siguiente paso de esta investigación se concentró en consultar a profesores de periodismo, de la Universidad Monteávila y otras casas de estudio dentro y fuera de Venezuela, sobre la conveniencia de incorporar nuevos conocimientos al programa de estudios y cómo sería posible hacerlo.

Ante la pregunta "¿Cree que los programas de estudio de las escuelas de periodismo deben incorporar conocimientos para que los futuros profesionales puedan difundir información en medios digitales o estos conocimientos deben aprenderse en estudios posteriores?", la respuesta fue unánime: Todos los profesores respondieron que sí es necesario revisar los programas de estudio en las escuelas de Comunicación Social para que los futuros profesionales puedan difundir información a través de las nuevas plataformas digitales. Se trata para algunos de ellos de una responsabilidad urgente que tiene la academia en este momento.

El profesor de periodismo en la Universidad de la Sabana en Colombia, Victor García fue muy enfático al asegurar:

"es una gran responsabilidad la que tienen las facultades y escuelas de periodismo de incorporar conocimientos para que los futuros profesionales puedan difundir información a través de las nuevas plataformas digitales. Cerrar las estructuras curriculares y no abrirlas para explicar la revolución informativa que experimentan los medios y la información, es desconocer la relevancia histórica del momento. Una de las labores de la facultad es interpretar los avances de la profesión a través de la divulgación de nuevo conocimiento" (comunicación personal, Agosto 15, 2010).

Salaverría consideró que así como existe una urgente necesidad de los editores y periodistas de medios tradicionales por entrenarse para hacer buen periodismo en múltiples plataformas digitales, en las escuelas de Comunicación Social también debe hacerse una revisión permanente de los programas de estudio para actualizar los contenidos y formar periodistas en la era digital.

El profesor de la Universidad de Navarra apuntó que "no ha muerto ni un solo medio de comunicación en la historia. Así que no creo que veré desaparecer el periódico en los próximos 40 años". Sin embargo, Salaverría está convencido de que la prensa o la televisión van a reducir la hegemonía editorial y comercial que tenían hasta ahora, producto del impacto que tuvo Internet en el ecosistema informativo. "Internet será el nuevo eje central que permitirá integrar a los demás medios de comunicación, porque funciona como una esponja que permite difundir audio, video y texto en una misma plataforma".

Es por ello que el profesor Salaverría considera que en el siglo XXI no tiene sentido formar periodistas bajo el eje de un medio determinado. Se opone a graduar periodistas especializados para trabajar en radio, en televisión, en la prensa escrita o incluso en Internet. "Lo que tiene sentido es formar periodistas integrales, con una cualificación muy avanzada en redacción, que tengan conocimientos de narrativa audiovisual y destrezas en la producción y edición digital".

El profesor de Géneros Periodísticos de la Universidad Monteávila, Armando Avellaneda, apuntó tres razones por las que considera oportuno actualizar los programas de estudio para formar periodistas en la era digital. En primer lugar considera indispensable formar a los estudiantes para que desarrollen las mismas destrezas que ya están adquiriendo quienes ejercen el periodismo:

"Todavía no creo aquello que nos dicen desde 1994 sobre la cercana desaparición de la prensa escrita, pero los cambios en la forma de hacer periodismo son innegables. Hay una multiplicidad de plataformas digitales que proveen información y también se han convertido en nuevos canales para difundir más información. Los periodistas estamos aprendiendo a manejarlas y considero que los estudiantes también deben hacerlo, porque de lo contrario estarán desconectados de la realidad" (comunicación personal, octubre 2010).

En segundo lugar Avellaneda también mencionó el hecho de que se están abriendo nuevos puestos de trabajo para trabajar en medios digitales y esa es una oportunidad que no pueden desaprovechar los estudiantes. "No incorporar nuevos conocimientos para que los futuros profesionales sepan hacer periodismo digital implica dejarlos fuera de ese nuevo mercado laboral".

Por último el profesor de Géneros Periodísticos mencionó la necesidad de fomentar la actitud emprendedora de los futuros profesionales. "Si buscamos que los periodistas graduados de la Universidad Monteávila adquieran destrezas para crear y liderar nuevos medios de comunicación, es en el mundo digital donde más oportunidades tienen de hacerlo. Basta con observar experiencias en Brasil, Europa y en Estados Unidos en donde creadores de blogs se han convertido en líderes de sus propios medios, por que logran hacerlos rentables y subsistir con ellos".

4.2.1. *Cómo se debe formar a un periodista en la era digital*

4.2.1.1. La tecnología al servicio de la información

Salaverría asegura que la sociedad ya vive en la era digital, y si bien es cierto que los estudiantes son nativos digitales y acostumbran a estar conectados a internet de forma permanente, bien sea en la computadora o el teléfono celular, los jóvenes usan sólo algunas herramientas y probablemente son aquellas que tienen la menor utilidad profesional. "Los alumnos no saben aprovechar las herramientas digitales para hacer periodismo".

En ese sentido, el esfuerzo que considera Salaverría debe hacer la universidad no es precisamente concentrarse en lograr que los estudiantes sepan utilizar la última versión de algún programa. Prefiere enseñar a los jóvenes a utilizar el potencial que aportan las nuevas tecnologías para generar un mejor periodismo. "Nuestro objetivo es que de las aulas salgan periodistas que estén capacitados para trabajar en todas las plataformas y generen contenidos digitales multimedia. El desafío de las universidades está en experimentar en los laboratorios las nuevas narrativas multimedia".

El profesor de periodismo de la Universidad de Navarra, Francisco Sánchez, fue el creador y editor del website de la Facultad de Comunicación de esa casa de estudios y también trabajó en el diseño de una asignatura que se imparte en el tercero de los 5 años de la carrera de Comunicación Social. La definieron como Tecnología de la Información y hace dos años se transformó en Ciberperiodismo. "Al diseñar los contenidos de esa cátedra asumimos que a las escuelas de comunicación se viene con la intención de aprender a informar, por lo que la tecnología está al servicio de esa tarea". (comunicación personal, julio, 2010)

Sanchez explicó que durante la cátedra les enseñan el manejo de las herramientas básicas para que adquieran habilidades mínimas que les permitan contar una buena historia de forma lo suficientemente autónoma y la puedan difundir sin necesidad de mucha ayuda en las plataformas digitales. "Es un error especializar a los estudiantes de comunicación en el manejo de las herramientas.

Si usted quiere saber más sobre un programa como *Adobe Photoshop* porque le gusta mucho, puede tomar un curso en una academia. La tecnología no hace el periodismo, la profesión se sigue haciendo mientras se tengan historias que contar”.

En ese sentido, Sánchez coincide con su colega Salaverría en que se debe formar periodistas para la era digital y no periodistas que sepan trabajar en la web. Para él "los adjetivos detrás de la palabra periodista son absurdos. La idea será siempre formar a los estudiantes para que sean periodistas, no importa el medio donde tengan que hacerlo. Usted antes que ser periodista radial o periodista deportivo, es periodista, esa es la palabra principal”.

Salaverría aceptó que los periodistas que ejercen el periodismo en los medios de comunicación muestran mucho interés por adquirir conocimientos prácticos, pero en las universidades no se debe únicamente cubrir esas necesidades de formación que revelan los periodistas en ejercicio. En la academia prefiere que se abran espacios para experimentar con las nuevas narrativas digitales y reflexionar en torno a ellas.

El profesor Víctor García también sostiene que un currículo orientado sólo a las simples labores instrumentales que se centran en el manejo por parte de los estudiantes de aplicaciones o programas específicos se quedará corto frente a los nuevos desafíos, porque cuando los alumnos salgan al mercado laboral, encontrarán herramientas distintas a las que han aprendido.

"Es importante que el currículo se centre en lo instrumental y en lo fundamental al mismo tiempo. Las estructuras convergentes deben ser un factor fundamental a la hora de construir la cátedra. Los espacios físicos en los que los estudiantes pueden realizar tareas prácticas tales como publicar contenidos en tiempo real, emitir un programa de radio a través del streaming o realizar una emisión en vivo de televisión a través de la red son vitales en la facultad de comunicación. Estos laboratorios por sí mismos no son suficientes y deben tener un sustento teórico tan sólido que el estudiante sale al final de su carrera con habilidades en el hacer, en el ser y en el pensar" (comunicación personal, agosto 15, 2010).

4.2.1.2. Lo fundamental es el periodismo

El periodista y profesor de la cátedra de Antropología Visual de la Universidad ICESI (en Cali, Colombia), Mauricio González, consideró fundamental que los periodistas comiencen a formarse en las universidades para tener una mirada visual y manejar herramientas tecnológicas que les permitan narrar historias usando fotos, audios o videos. Pero reitera que eso no es suficiente. "He trabajado

con periodistas que manejan muy bien los programas, pero cuando salen a la calle a investigar resulta que les da pena hablar con la gente. No saben cómo abordar a personas de una comunidad para tratar un tema delicado o investigar una denuncia. Por eso es fundamental comprender la tecnología sin olvidar las bases del periodismo, la investigación y el contacto con la gente. (comunicación personal, julio, 2010).

¿Qué debe saber un periodista para ejercer el periodismo en los medios de comunicación digitales? La respuesta de Salaverría a esta pregunta no parece apostar por un profundo cambio en los programas de estudio en la enseñanza del periodismo.

"Antes que nada un periodista digital debe escribir bien. Es necesario luego que tenga criterio para decidir qué es noticia, qué es importante y que pueda informar con precisión. También debe tener capacidad de síntesis y por último es necesario que tenga destrezas para poder sacar provecho a las nuevas tecnologías y difundir la información con claridad en la plataforma escogida y el espacio asignado".

Para intentar explicar cómo definió la Universidad de Navarra la forma de conseguir incorporar nuevos conocimientos sobre periodismo digital, Salaverría recuerda sus comienzos como profesor de la asignatura de Tecnología de la Información que asumió en 1993. Llegó allí para sustituir a una profesora formada en estudios de ingeniería de telecomunicaciones. "La profesora hacía más énfasis en impartir conocimientos sobre nuevas tecnologías. Yo preferí usar la tecnología al servicio de la información y no viceversa".

En 1995 Salaverría fundó el laboratorio de comunicación multimedia de la Universidad de Navarra. Explicó que ese laboratorio desde el punto de vista tecnológico era muy humilde, pues comenzó con unas computadoras, una impresora y una cámara digital. A su juicio esto puede ser suficiente para experimentar con las nuevas narrativas digitales en las universidades, pues lo más importante es que profesores y estudiantes desarrollen técnicas para aprender a pensar cómo hacer mejor periodismo. "Es más bien un observatorio para la reflexión y análisis de lo que pasa en los medios. Desde el principio nos dimos cuenta que allí no íbamos a desarrollar tecnologías, sino que nos dedicamos a investigar cómo hacer uso de esas tecnologías para experimentar con el desarrollo de nuevas narrativas, formas creativas de hacer periodismo".

Jeanne Liendo, otra profesora de la cátedra de Géneros Periodísticos de la Universidad Monteávila, considera que las escuelas de periodismo deben intentar apurar el ritmo para ir al paso que va el mundo, no uno más atrás. "Creo en la necesidad de convertir a los estudiantes de hoy en los periodistas integrales de

mañana". Liendo cree que la academia debe ayudar a romper esos viejos paradigmas de que el reportero es reportero y el fotógrafo es fotógrafo. "El periodista de hoy tiene, antes que nada, que saber escribir bien, pero también debe conocer cómo utilizar todas las herramientas tecnológicas para difundir una información. Será necesario entonces que los estudiantes aprendan a usar la cámara de fotos (la nikkon o la del celular de primera generación), la cámara de videos y hasta las redes sociales para contar historias y hacer buen periodismo" (comunicación personal, octubre 2010).

La directora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, Mercedes González, estuvo de acuerdo en que el estudiante adquiera los conocimientos necesarios para producir y difundir noticias en plataformas digitales.

"El periodista no puede mantenerse al margen de la revolución tecnológica. Internet se ha convertido en una especie de gran medio que permite tener en un solo lugar recursos propios de medios audiovisuales y escritos, por lo que un mismo periodista debe estar preparado para poder cubrir y publicar una información o una investigación en esas plataformas, añadiendo a su texto, recursos de audio y video" (comunicación personal, octubre 2010).

González consideró además vital también desarrollar conocimientos para saber investigar en la web. "El futuro periodista debe saber buscar información en la red con criterios de veracidad y responsabilidad y tener la destreza de identificar las informaciones que los propios ciudadanos están circulando por la red. Ahora el periodismo es mucho más dinámico".

La preocupación de la directora es que en los programas de estudio sólo se haga el esfuerzo por impartir conocimientos sobre el uso de la tecnología. González prefiere advertir que:

"El reto no debe reducirse a enseñar estas destrezas de manejo técnico. Lo más importante es que el comunicador sea un profesional capaz de atender las demandas sociales, de conectar con la información real, veraz y relevante para la comunidad. Es fundamental formar la sensibilidad y el criterio noticioso, ya que sin eso, ninguna destreza técnica servirá para hacer buen periodismo".

4.2.1.3. Nuevos conocimientos sobre el periodismo en la era digital

A la hora de definir qué conocimientos adicionales debe adquirir un periodista integral, el profesor Salaverría puede establecer tres grandes áreas de estudio. El primer objetivo será enseñar a los periodistas a buscar en Internet, luego deberán saber cómo escribir y producir contenido para las plataformas digitales; y por

último deben conocer cómo difundir la información en Internet, porque el potencial informativo que existe en redes sociales como Twitter o en las plataformas de teléfonos celulares, este profesor lo califica de "abrumador".

Ahora bien, Salaverría consideró que el criterio para reconocer la excelencia en la profesión no ha cambiado. "Un buen periodista sigue siendo aquel que se caracteriza por difundir con claridad una información completa en el espacio o tiempo asignado". El objetivo será entonces entrenarlo para ejercer el periodismo en todos los medios disponibles.

Su colega García desde Bogotá afirmó que el periodista esencialmente debe desarrollar la capacidad de utilizar las herramientas tecnológicas gratis disponibles en Internet para producir contenidos y establecer diálogos con sus audiencias.

El profesor menciona cuatro áreas de estudio claves para conseguir este objetivo.

"Es responsabilidad del periodista:

- Aprender técnicas de documentación a través de la web.
- Saber escribir para la web. Las plataformas digitales tienen ciertos elementos que la hacen distinta a la escritura tradicional, pues no es lo mismo que escribir para medios impresos o la televisión.
- Asumir el entorno digital, entender cuáles son los ciclos de la información, que ya no corresponden a los antiguos cierres o emisiones pausadas, y salirse del reducido espacio de la textualidad para pensar multimedialmente.
- Manejar las redes sociales, porque este espacio que antes parecía tan alejado del periodismo, está cada vez más integrado a la labor informativa. Hay que reconocer que las redes sociales son el nuevo espacio en el que las audiencias se informan".

Para García es oportuno entender que en los medios digitales una historia puede ser ahora mucho más rica, porque ofrece formas de documentarla mucho más amplias. Al menos, el hecho de que las plataformas reciban cualquier formato de audio, video, gráfico o mapa, modifica, a su juicio, la forma de contar las historias. Sin contar además que otro elemento fundamental de este cambio es luego la participación cada vez mayor de las audiencias en la producción de contenidos en la red. Como se ha roto esa línea entre el emisor y el receptor, las posibilidades de que la audiencia actúe frente a los contenidos y tome sus propias decisiones para poder consumirlos, modifica sin duda el mensaje.

En reiteradas oportunidades García hizo hincapié en que todos estos elementos deben estar presentes en los currículos de las facultades para que los estudiantes

entiendan los retos que afrontan y la responsabilidad que tienen en la creación de nuevos formatos narrativos.

Sánchez por su parte coincidió al insistir en que "el periodismo es una actividad creativa. Si tenemos algo que contar debemos compartirlo de la mejor manera que sea posible. La tecnología no hace el periodismo, la profesión se sigue haciendo mientras se tengan historias que contar".

Los profesores de la Universidad de Navarra hicieron mucho énfasis en estimular en el plan de enseñanza que los estudiantes investiguen y se atrevan a proponer novedosas formas de contar las historias. Sanchez dijo que: "las actuales tecnologías de la información y de la comunicación nos permiten a los periodistas ser más creativos, más ágiles, y además es nuestra obligación aprovechar todos los géneros y todos los formatos para servir en cada ocasión la historia en el modo que más convenga y atraiga al ciudadano. La suma de una buena historia que contar y la forma de hacerlo es la que nos dará la categoría de exclusivos".

4.2.2. Cuando se deben incorporar nuevos conocimientos a la formación

A raíz de las entrevistas, tuvimos oportunidad de tener acceso al programa de estudios de dos cátedras que se imparten en las escuelas de periodismo de la Universidad de Navarra en España, y en la Universidad de la Sábana, en Colombia. La primera se llama Ciberperiodismo (hasta hace dos años se llamaba Tecnología de la Información) y la segunda se define como Redacción de Noticia y se subdivide en 4 módulos (radio, televisión, prensa e internet).

Los profesores Salaverría y Sánchez en España; y García en Colombia presentaron estos programas de estudio como buenos ejemplos del esfuerzo que esas universidades comenzaron a emprender para incluir conocimientos que permitan formar periodistas integrales.

Ciberperiodismo lo definen como "una asignatura que ofrece una aproximación a los fundamentos teóricos del ciberperiodismo y es una introducción a las técnicas de producción y edición de contenidos periodísticos en Internet".

A Redacción de Noticia la presentan como "un taller que ha sido estructurado de manera modular para que el estudiante aprenda a elaborar noticias para prensa, radio, televisión e Internet, de manera que reconozca las características de lenguaje y producción de mensajes para los cuatro medios de comunicación".

Es importante señalar que ambas materias se integraron al programa de estudios para ser impartida a todos los estudiantes de forma obligatoria. Las dos cátedras

se incluyeron a la mitad de la carrera de Comunicación Social, en el tercero de los cinco años de estudio.

Sánchez, uno de los profesores de Ciberperiodismo explicó las razones de esta decisión:

"Consideramos que el aprendizaje de las herramientas digitales debe entrar más tarde en el programa de estudios, después de que el periodista tiene claro su labor principal. Comparo esto con los entrenamientos para jugar al fútbol. Al principio los jóvenes corren y hacen ejercicios físicos, a la vez que practican técnicas, pero están siempre sin el balón de fútbol. Los futboleros comienzan a tocar el balón al final del entrenamiento, luego que se esforzaron por estar en forma para poder correr 90 minutos. En el periodismo ocurre algo similar. Primero deben tener las ideas claras de lo que es periodismo".

Sánchez advirtió lo peligroso que puede ser enseñar a los estudiantes a difundir información, por ejemplo, a través de blogs, antes que estos adquieran los conocimientos básicos sobre qué es noticia y cuál es la responsabilidad que asume el profesional al difundirlas. "Los blogs suelen ser un territorio para poder opinar. Pero eso lo puedes hacer una vez que tengas claro los deberes y responsabilidades que adquieres como periodista".

Al parecer, es muy conveniente decidir cuándo impartir determinados conocimientos y Sánchez hace en ese sentido una recomendación: "Mi consejo para formar periodistas es promover menos opinión y más la intención de investigar, viajar y contrastar una buena historia. Estamos en este mundo demasiado saturados de opinión y ávidos de información".

La profesora de la Universidad Monteávila, Alda Da Silva, a quien le correspondió diseñar la cátedra Tecnología de la Información, que se imparte en el primer año de la carrera de Comunicación Social, está de acuerdo con incluir nuevos conocimientos en el programa de estudios que se imparte en la universidad. Para ella "es oportuno que los contenidos que se incorporen sobre el quehacer comunicacional y, en especial, el periodístico, se hagan utilizando las nuevas plataformas digitales de comunicación". A su juicio, el alumno debe estar en contacto permanente con estas herramientas digitales a lo largo de toda la carrera, para facilitar el proceso de aprendizaje.

Da Silva asegura que los estudiantes desde primer año deben reflexionar sobre los conceptos teóricos en torno a la Teoría de la Comunicación e Información, y comenzar a adquirir destrezas en el uso de las herramientas para la investigación documental. "En segundo año tendrán que continuar practicando y conociendo los elementos de la comunicación digital en medio del aprendizaje de los géneros

periodísticos, así como en las cátedras de radio y de diseño. En tercer año, debe hacer lo propio en la cátedra de televisión y así toda la carrera".

El profesor de la Universidad Católica Andrés Bello, Luis Carlos Díaz, participó entre 2004 y 2005 en la reforma curricular del pensum de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Lamentó que en ese momento no lograron concretar una actualización curricular debido a que apenas se asomaba el fenómeno de Internet. Díaz tiene la idea de que este cambio tomó ahora por asalto a muchas escuelas de periodismo en Venezuela y ha sido a raíz de que algunos medios de comunicación le han pedido preparar cursos, charlas y conferencias, que la academia ha comenzado a reflexionar sobre estos temas para colaborar tanto con los profesionales de la comunicación como los ciudadanos interesados puedan aprovechar los nuevos recursos tecnológicos que están al servicio de la información (comunicación personal, agosto, 2010).

Díaz sugirió incorporar el uso de la tecnología desde el primer día de clases de periodismo. "Los espacios digitales deben funcionar como cajas de arena para los estudiantes de periodismo, que, en la medida en que producen contenido periodístico, cuentan con un espacio para publicar los resultados de sus trabajos". Este periodista considera que mientras empiecen a publicar desde temprano en la web y se arriesguen a recibir comentarios públicos, podrán participar de la conversación global y tendrán un aprendizaje verdadero sobre cuál puede ser la repercusión de sus informaciones y la importancia que tiene para un periodista cuidar el rigor de lo que difunde.

A la hora de determinar qué contenidos agregar al programa de estudios, la profesora Da Silva considera que al actual pensum que se imparte en la Universidad Monteávila le hace falta incorporar nuevos contenidos, que principalmente permitan al estudiante adquirir las siguientes destrezas:

- Conocimientos sobre los géneros periodísticos en medios digitales.
- Reflexiones sobre los conceptos de hipertextualidad, arquitectura de la información y usabilidad.
- Formas para publicar en plataformas digitales.
- Métodos para hacer seguimiento del posicionamiento de los contenidos publicados y de los comportamientos de los usuarios.

La profesora Liendo coincide con los profesores de Colombia y España en pulir las nociones más elementales del periodismo antes de impartir conocimientos sobre la forma de ejercer el periodismo en los medios digitales. Hace, sin embargo, una observación al programa de estudios actual de Comunicación Social. "Los

estudiantes de la escuela una vez que cursan la asignatura de Géneros Periodísticos en el segundo año, no vuelven a practicar o estar en contacto con labores de producción de contenidos periodísticos hasta el cuarto año. Considero que se pierde así el esfuerzo porque es principalmente con mucha práctica que los estudiantes encuentran su propio estilo para redactar y contar historias".

García propuso que el tema de los formatos, la estructura y las narrativas digitales tenga un hilo conductor desde los primeros semestres hasta los semestres finales. "Se debe ir avanzando con las materias en el entendimiento de la escritura, los formatos y los conceptos fundamentales de la era de la información. Al final, se podrá entonces adelantar hasta escrituras y producciones multimedia utilizando herramientas de publicación que permitan integrar las clases a la producción de contenidos".

La directora de la escuela para el momento de esta investigación, Mercedes González, fue partidaria de formar a los estudiantes en el ejercicio del periodismo para la era digital en el tercer año de carrera. Con el conocimiento que tiene del programa de estudios, observa que es a ésta altura del programa de estudios cuando los estudiantes están listos para recibir estos nuevos conocimientos. Lo dice porque en ese momento ya ellos han adquirido destrezas y conocimientos fundamentales desde la perspectiva teórica y práctica de la profesión. "Sin primero consolidar los pilares fundamentales que forman el criterio del estudiante, no se puede hacer buen periodismo ni en medios tradicionales, ni digitales".

González consideró oportuno recordar que la Facultad de Ciencias de la Información y la Comunicación de alguna forma ya comenzó a revisar el programa de estudios para incorporar conocimientos sobre la comunicación digital en el plan de enseñanza. Mencionó como ejemplo la actualización que se hizo de la materia Tecnología de la Información que se imparte en primer año. (Ver marco contextual). "Pero sí es cierto que tenemos la idea de que las nuevas tecnologías de la información atraviesen transversalmente los programas de estudio de la carrera. En este sentido queremos incentivar a los profesores a incluir su uso y reflexión dentro de las cátedras, especialmente en materias como géneros periodísticos, teoría de la comunicación y sociología de la comunicación".

Comprende, sin embargo, González lo oportuno que sería pensar en la posibilidad de plantear "un seminario sobre periodismo digital o sobre el uso de las nuevas herramientas digitales" dentro del programa de estudios de Comunicación Social en el tercer año de carrera, en el marco de una materia de Orientación y Desarrollo Profesional.

La directora juzgó oportuno volver a explicar en qué consiste este tipo de materias y por qué entonces sugiere que se ajuste este formato al objetivo de mejorar la formación de conocimientos y destrezas para que pueden ejercer el periodismo en medios digitales:

"Normalmente las cátedras de Orientación y Desarrollo Profesional están planteadas como materias de corte más práctico que teórico. El objetivo es conseguir con ellas la formación integral del estudiante en áreas fundamentales para el desarrollo personal y profesional de los egresados. Tienen la flexibilidad de incluir o modificar sus contenidos y programas dependiendo de las necesidades que el entorno vaya delineando y que la Universidad determine necesario para la formación de sus alumnos".

4.3. Justificación de la propuesta final

Esta investigación determinó que sí existe preocupación entre los profesionales que laboran en algunos de los medios de comunicación social en Venezuela y también entre los profesores involucrados en la formación del periodismo por actualizar los programas de estudio de Comunicación Social.

Antes de pensar que el paso del mundo analógico al digital es una catástrofe para los medios o que sólo requiere aprender el uso de herramientas tecnológicas fuera del ámbito académico, los profesionales del periodismo asumen la llegada de Internet como un desafío. Un cambio definitivo en la forma de ejercer la profesión. En ese sentido, comprenden que frente a este reto, es necesario formarse desde los primeros años de estudio para aprovechar las nuevas herramientas tecnológicas en su labor de recolección, presentación y difusión de la información.

La investigación que hizo Guillermo Franco en América Latina demostró que hay necesidad por adquirir destrezas para poder producir contenidos utilizando las nuevas narrativas digitales. Los periodistas y profesores consultados en esta investigación también sugieren que se debe enseñar a los periodistas cómo usar los recursos de audio y video para contar historias en los medios digitales, sí se busca hacer buen periodismo en la red. Son muy pocos los periodistas de los medios de comunicación consultados que aseguran estar produciendo ya contenidos multimedia y la mayoría de los periodistas admite haber aprendido cómo aprovechar desde el punto de vista periodístico las aplicaciones y herramientas digitales en la empresa de medios donde trabaja o de forma autodidacta. Son pocos los que han recibido estos conocimientos en la Universidad.

Pero la investigación documental y las entrevistas a profesores evidencian que lo importante es reflexionar y experimentar en la academia sobre el uso de las herramientas tecnológicas para desarrollar un mejor periodismo. No basta con buscar que el estudiante esté al día con determinadas herramientas o aplicaciones digitales. Es necesario aprovechar las nuevas tecnologías para fortalecer la preparación de periodistas integrales, así que será clave diseñar un programa de estudios que combine lo instrumental y lo fundamental al mismo tiempo.

Se propone entonces avanzar en la creación de un laboratorio multimedia en el que se fomente la enseñanza aplicada de las tecnologías al servicio de un periodismo de mejor calidad, que sepa estar cerca de su audiencia y por supuesto, cuente las historias de forma más rigurosa y creativa en los nuevos medios digitales. Será objeto de próximos estudios determinar cómo se debe diseñar ese espacio y qué formación necesitan adquirir los profesores para dirigir esas áreas de reflexión y experimentación.

El estudio de Cochie, M (2008) determinó que entre las universidades consultadas en Estados Unidos que comenzaron a evaluar cambios en el programa de estudios, la mayoría (64%) había decidido mantener un "programa de estudios mixto", en el que se continúa formando a los periodistas para trabajar en los medios tradicionales, y a la par, se ofrecen talleres y electivas para dar entrenamiento en plataformas multimedia.

A la luz de esta investigación, sugerimos entonces sentar los pilares fundamentales del periodismo en los primeros años de estudio y avanzar en la formación de periodistas integrales para la era digital, antes que periodistas especialistas en trabajar para la web. Se trata de periodistas capaces de trabajar en cualquiera de los medios de comunicación y en las múltiples plataformas que los medios usen para difundir el contenido periodístico que investigaron.

Conviene sugerir que en todas las materias que se imparten desde el inicio de la carrera se debe reiterar la necesidad de promover el uso de nuevas tecnologías en el quehacer diario de los estudiantes. La investigación que se hizo para elaborar el marco contextual determinó que ya en la escuela de Comunicación Social los profesores han incorporado conocimientos sobre el entorno digital a sus prácticas iniciales de periodismo.

Consideramos, sin embargo, que es necesario ir más allá y en tercer año abrir un espacio en el programa de estudios para que los jóvenes puedan adquirir destrezas que les permitan escribir en la web, potenciar el uso de los formatos de audio, video y texto en la creación de nuevos contenidos digitales y saber difundir una información en los medios digitales e interactuar con sus audiencias.

El objetivo será aplicar los conocimientos que han ido aprendiendo sobre tecnologías de la información en el primer año de estudios y géneros periodísticos para medios impresos y radio en el segundo año de carrera y aplicarlos en un taller donde podrán reflexionar y experimentar con la preparación de nuevos contenidos periodísticos para medios digitales.

Al seguir el ejemplo de las universidades de habla hispana consultadas; y analizar las posibilidades de actualización que dispone la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila se propone la incorporación de una materia obligatoria, en el marco de las cátedras teórico-prácticas de Orientación y Desarrollo Profesional, que permita preparar a los estudiantes para ejercer el periodismo en los medios digitales en el tercer año de estudios.

4.4. Propuesta de la nueva materia

La periodista y profesora de periodismo Helga Serrano propuso en su libro *Técnicas de Enseñanza del Periodismo* (2007) un método para elaborar un plan de estudios para cada una de las materias dedicadas a la formación de periodistas. La fórmula de Serrano, H. hace hincapié en dos premisas fundamentales. Antes de planificar el bosquejo del trabajo de una cátedra es importante que el profesor, una vez que conoce el nivel de conocimiento de los alumnos, defina cuales son los objetivos que busca con este programa de estudios y decida cuál será el plan de evaluación de la materia. (p. 29). La recomendación de Serrano, H. (2007) es que los objetivos no deben ser demasiado ambiciosos, ni ambiguos y el plan de evaluación ideal será aquel que verifique que esos objetivos se han cumplido.

En ese sentido, presentaremos en este trabajo de grado el plan de estudios utilizando el siguiente esquema que propone Serrano, H. (2007: p.29):

- Breve descripción del curso
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- La metodología que se utilizará
- Cómo se evaluará al estudiante
- El temario con su calendario de temas
- Las lecturas o libros de texto que servirán de soporte para la formación

Conviene apuntar que este esquema es muy similar al que usaron los profesores: Francisco Sánchez, de la Universidad de Navarra en España ; y Víctor García, de

la Universidad de la Sabana en Colombia, para construir el programa de estudios de las materias que usamos como referencia en este trabajo de grado. También este esquema lo utiliza la Facultad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Información de la Universidad Monteávila al presentar un resumen de las materias hoy vigentes en el programa de estudios y a continuación presentaremos todos estos detalles en el formato que utiliza la Universidad Monteávila para mostrar al estudiante la descripción de la asignatura.

PLANTILLA DEL TALLER DE NUEVAS NARRATIVAS DIGITALES

	Teoría:	Práctica:	Créditos:	III año
--	---------	-----------	-----------	---------

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de los medios de comunicación en Internet demanda una mayor formación de los profesionales del periodismo y la comunicación. El periodista en la era digital debe ser capaz de aprovechar las nuevas herramientas tecnológicas para ejercer la labor de recolección, presentación y difusión de la información en los medios digitales, con la misma habilidad que hasta ahora desarrolló para preparar noticias y reportajes en los medios tradicionales. Las consultas que se han hecho a periodistas de América Latina y Venezuela demuestran que hay necesidad por adquirir estas destrezas para poder producir contenidos utilizando las nuevas narrativas digitales, porque los medios donde trabajan viven un proceso de convergencia entre las redacciones tradicionales y las que han creado para difundir información en las ediciones digitales. Los periodistas deben entonces conocer cómo usar los recursos de audio y video para contar, en las versiones digitales de los medios donde laboran, las historias que hasta ahora difundían en la prensa, radio o televisión. El objetivo será saber cómo presentar las noticias para tener igual o más éxito al captar el interés de la audiencia en Internet.

Esta asignatura busca entrenar a los periodistas que ya han adquirido conocimientos de redacción y estilo, así como también se han acercado a las nuevas tecnologías en el primer año de estudios; y luego en el segundo año de carrera, han internalizado los géneros periodísticos fundamentales y hecho prácticas en formatos radiales, para que apliquen a partir de ahora las herramientas tecnológicas en la generación de contenidos periodísticos de calidad para los medios digitales. La intención es que al finalizar el tercer año del programa de Comunicación Social, sean capaces de trabajar en cualquiera de los medios de comunicación y en las múltiples plataformas que los medios usen para difundir el contenido periodístico que investigaron.

MARCO CONCEPTUAL

Este curso considera que la llamada "Sociedad de la Información" ha cambiado la manera de relacionarse de las personas y el consumo que hacían de las noticias. Era lógico entonces esperar que también las rutinas de trabajo de quienes investigan, elaboran y difunden información hayan sido modificadas con la llegada de Internet y los medios digitales, porque no es lo mismo elaborar contenidos periodísticos para la prensa, radio o televisión, que escribir y preparar reportajes multimedia a difundir en Internet.

La asignatura parte de la premisa que el periodista en esta era digital debe adquirir otras destrezas para cumplir con el objetivo fundamental de todo buen periodista, que será siempre el de difundir con claridad una información completa en el espacio o tiempo asignado. Ahora bien, el periodista no debe únicamente conocer las nuevas tecnologías y entrenarse en el manejo técnico de programas o aplicaciones nuevas. El objetivo será que en este taller aprenda a usar esas herramientas digitales para producir contenidos periodísticos. Lo fundamental es enseñar al estudiante a usar la tecnología al servicio de la información y no viceversa. Para ello la asignatura ofrece una aproximación de los fundamentos teóricos del periodismo digital y luego incorpora una serie de prácticas para formarlo en la producción y edición de contenidos periodísticos utilizando las nuevas narrativas que permite Internet. Nuestro objetivo es que de las aulas salgan periodistas que estén capacitados para trabajar en todas las plataformas y generen contenidos digitales multimedia y el desafío dentro de la universidad está en experimentar en los laboratorios las nuevas narrativas multimedia que se ensayan en diversos medios del mundo.

El curso nunca abandonará la idea de que un buen periodista debe antes que nada escribir bien para cualquier medio o plataforma. Es necesario luego insistir en la formación para que adquiera criterio periodístico y sepa decidir qué es noticia, qué es importante y pueda informar con precisión. También deberá seguir desarrollando su capacidad de síntesis y por último tiene que adquirir las destrezas necesarias para poder sacar provecho a las nuevas tecnologías y difundir la información en cualquier plataforma.

Breve descripción del curso:

Durante la asignatura el estudiante conocerá los nuevos géneros periodísticos que se desarrollan en Internet y aprenderá de forma práctica a elaborar contenidos, aprovechando los recursos de texto, audio y video, para difundir mensajes periodísticos claros que sean atractivos para los usuarios de medios digitales. El objetivo general es que el profesor le otorgue al alumno la formación teórica necesaria y lo guíe para que aprenda de forma práctica a producir contenidos periodísticos de calidad que pueda luego publicar en medios digitales.

OBJETIVOS:

1. Conocer los cambios y los retos que ha impuesto la era digital a la forma de hacer periodismo.

2. Describir las diversas herramientas mediante las cuales puede acceder a la información.
3. Buscar que el alumno reflexione sobre las nuevas formas de recolectar información en diferentes formatos de audio, texto y video. Los cambios en la interacción entre el periodista y las fuentes de información, su manera de abordarlas; y ante todo la manera de interpretar la información obtenida. Es importante advertir que en la cátedra de investigación documental que se imparte en el primer año de estudio puede reforzar estos conocimientos para que en este taller sólo se refuercen estas prácticas de investigación en diversos formatos.
4. Entrenar al alumno para que redacte y produzca noticias a difundir en Internet.
5. Introducir al alumno en el uso del lenguaje en Internet y los nuevos géneros ciberperiodísticos.
6. Formar al alumno para que tenga criterio periodístico al investigar, producir y planificar la forma de presentar contenidos en los cibermedios.
7. Conocer las diferentes formas de difundir los contenidos publicados en medios digitales a través del uso eficiente de las redes sociales y cómo debe manejar el periodista la interacción con sus lectores.

Módulos	Contenido	Metodología didáctica y evaluación	Bibliografía
1	Concepto de periodismo en Internet y sus principales diferencias con el periodismo en medios tradicionales.	Clase magistral	Salaverría, Franco, http://tallerdeinternet.wordpress.com/ Millison, Doug, www.online-journalist.com
2	Noticias para la Web: ¿Qué es una noticia multimedia?	Taller teórico práctico	Franco, Nielsen's , Jacob, Invertid Pyramids in Cyberspace (1996) http://www.useit.com/alertbox/9606.html García, Juan Carlos. Escribir noticias para la Web: dos enfoques. http://www.webestilo.com/guia/articulo.phtml?art=51
3	Cómo buscar información en Internet.	Taller teórico práctico	Wikipedia.org Motores de Búsqueda http://es.wikipedia.org/wiki/Motor_de_b%C3%BAqueda Reliable Sources http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Reliable_sources
4	Cómo hacer títulos y desarrollar las noticias para la web.	Taller teórico-práctico	Franco, Webreference.com Writing headlines people will read http://www.webreference.com/content/writing/headlines.h

			<p>tml</p> <p>Marren , Joe. Writing for the web. http://www.poynter.org/uncategorized/11672/writing-for-the-web/</p> <p>Red Internacional de Bosques Modelo. Cómo escribir para la Web. http://www.idrc.ca/es/ev-48407-201-1-DO_TOPIC.html</p> <p>Bernstein , Mark. 10 Tips on Writing the Living Web. http://www.alistapart.com/articles/writeliving/</p>
5	<p>Presentación de los nuevos géneros periodísticos en Internet.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rasgos del lenguaje ciberperiodístico: 2. Hipertextualidad 3. Multimedialidad 4. Interactividad Otras características: multidireccionalidad y policronismo <p>Preparación de guiones multimedia para elaborar infografías interactivas, videos interactivos, audiogalerías y reportajes multimedia.</p>	Taller teórico-práctico	<p>Stevens, Jane. Five Steps to Multimedia Reporting. http://journalism.berkeley.edu/multimedia/</p> <p>Florida Gulf Coast University – Faculty Development and Support . Multimedia elements. http://www.fgcu.edu/online/sign/mediadevc.html</p> <p>Glick, Jeff (Traducido por Guillermo Franco) Cuando y cómo contar historias con texto y con recursos multimedia. http://www.poynterextra.org/evetrack2004/jeffglick-spanish.htm</p>

6	Aprendiendo de los errores: análisis de los medios online y sus principales errores en la cobertura de las noticias.	Taller teórico-práctico	Manchón, Eduardo. Usabilidad mal entendida http://www.webestilo.com/guia/articulo.phtml?art=37
7	¿Cómo difundir noticias en las redes sociales? Aprender a sintetizar la información de acuerdo a cada herramienta digital al difundir contenidos publicados en la web. Repasar los principios éticos del periodista en la era digital.	Taller teórico-práctico	
8	El reportaje multimedia. Definición, estructura y modelos de lectura. Preparación para la entrega del reportaje de investigación multimedia final.	Taller teórico práctico	Bedoya, A. ¿Qué es interactividad? http://soluciones-del-valle.net/archivos/concepto-interactividad.pdf

Estrategias de enseñanza y aprendizaje: El curso combina las conferencias del profesor o personalidades invitadas con la discusión de los alumnos y el taller práctico en el que se observarán los mejores ejemplos de las nuevas narrativas que se abren en los cibermedios y se harán prácticas para desarrollar las destrezas de redacción y producción de contenidos en Internet.

Estrategias de evaluación: Los estudiantes serán evaluados de acuerdo con su desempeño en las siguientes tareas:

20% Participación y búsqueda de buenos ejemplos de periodismo en Internet durante la materia

20% Ejercicios especiales de redacción periodística en Internet

20% Trabajos de búsqueda, producción y presentación de contenidos periodísticos en formatos multimedia.

30% Planificación y elaboración de reportaje multimedia final

BIBLIOGRAFÍA

FRANCO, Guillermo. (2008) *Como escribir para la web*, Iniciativa del Centro Knigth para el periodismo en América, Universidad de Texas, Austin.

SALAVERRÍA, Ramón. (2005) *Redacción periodística en Internet*, Editorial Eunsa.

SALAVERRÍA, Ramón. (2005) *Cibermedios*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.

DÍAZ NOCI, J. *La escritura digital*, Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Gipuzkoa, s7f.

NIELSEN, Jacob, *Be succinct! Writing for the web*, s/f, en: <http://useit.com/alertbox/9703b.html>

Nombre del elaborador: María Corina Rodríguez Pons.

CONCLUSIONES

¿Le han subido entonces el estándar a la profesión del periodista?

Las reflexiones que recolectamos de algunos profesores de diversos países de América y España para esta investigación hacen ver que el perfil del periodista de alguna forma sí se ha renovado y exige de los profesionales de la información mayor capacitación para ejercer su rol en la era digital. La opinión que los académicos y periodistas aportaron a esta investigación pareciera sugerir lo conveniente que es abrir el debate en torno a esta pregunta en las escuelas y medios de comunicación en Venezuela.

Los medios los quieren multiplataforma

Los académicos consultados sugieren que se debe formar a un periodista integral, con habilidades para ejercer su profesión en la radio, la televisión, en la prensa escrita y también en Internet, porque si bien es cierto que el objetivo de informar con claridad y precisión sigue siendo la premisa fundamental de un comunicador, ahora las empresas de medios demandan profesionales capaces de trabajar para múltiples plataformas y no es lo mismo escribir para un medio impreso que para la web.

El perfil del egresado de la Universidad Monteávila sugiere ir acorde con los tiempos

La idea de los profesores es que un periodista desarrolle las destrezas para ejercer su profesión también en los medios digitales con el mismo rigor en la investigación de los hechos y el compromiso ético que exigían en la producción de contenidos periodísticos para los medios tradicionales. Un objetivo que va en sintonía con las premisas fundamentales de la Universidad Monteávila cuando diseñó el programa de estudios para la escuela de Comunicación Social, con el objetivo claro de actualizar el programa para promover que los estudiantes dominen los conocimientos teóricos y desarrollen habilidades necesarias que les permitan desempeñarse con eficacia en todos los medios de comunicación social.

Hay interés por aprender nuevos conocimientos para ejercer el periodismo

Al resumir las cualidades fundamentales de un periodista integral, los profesores consultados incluyen una capacidad muy avanzada en redacción, tal como se exige hasta ahora a un comunicador social. Pero consideran que también los jóvenes deben adquirir conocimientos de narrativa audiovisual y destrezas en la producción y edición digital para poder contar las historias en Internet.

En 2009 una encuesta que elaboró el profesor Guillermo Franco hacía ver cuán conscientes están los periodistas de América Latina sobre la necesidad de formarse para presentar con éxito productos periodísticos en los medios digitales, porque necesitan nuevos conocimientos para poder escribir y elaborar contenidos multimedia. En esta investigación también 96% de los periodistas de medios de comunicación venezolanos que respondieron las encuestas manifestaron que hace falta mayor formación para poder producir piezas periodísticas en la web del medio en el que trabajan. Pero entre ese grupo de profesionales, aún 67% dijo no haber asistido todavía a cursos o estudios de postgrado con la intención de prepararse formalmente para trabajar en las nuevas plataformas digitales.

Los periodistas consideran conveniente incluir nuevos conocimientos en los estudios de pregrado sobre periodismo digital

Los periodistas que participaron en la encuesta que nutre esta investigación tienen en su mayoría menos de 35 años, y de todas formas 83% de ellos aseguraron que en los estudios de pregrado en Venezuela no recibieron formación para ejercer su profesión en medios digitales. Se trata de las escuelas de periodismo que abandonaron hace menos de 15 años. En ese sentido, al menos 88% de ellos cree que sí es conveniente incluir estos conocimientos para que los futuros periodistas comiencen a utilizar las nuevas tecnologías a la hora de generar contenidos periodísticos de calidad en Internet.

Los profesores creen que llegó la hora de repensar la enseñanza del periodismo

Así como los periodistas parecen estar conscientes que se necesita mayor entrenamiento para trabajar en la era digital, los profesores entrevistados en esta investigación hicieron ver que es oportuno reflexionar sobre cómo adecuar los programas de estudio en las escuelas de periodismo para hacer frente al reto de la era digital, y formar así periodistas integrales capaces de desarrollar nuevas destrezas que les permitan trabajar en Internet.

La directora y algunos profesores de las cátedras de formación en el área de periodismo de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila también se mostraron de acuerdo con actualizar el programa de estudios, por lo que podemos decir que tal como nos propusimos logramos saber que periodistas, profesores y autoridades consideran que es tiempo de abrir espacios en los programas de estudio para la formación del estudiante en el uso periodístico de la tecnología.

La premisa es usar las nuevas herramientas tecnológicas al servicio de la información

Los profesores insistieron en lo imprudente que sería promover simplemente una capacitación instrumental de los periodistas, añadiendo cursos cortos o talleres opcionales para que sepan manejar algunas aplicaciones tecnológicas, con el objetivo de que puedan trabajar en los medios que ahora adelantan procesos de convergencia entre sus redacciones tradicionales y los equipos periodísticos de sus ediciones digitales. Lo que recomiendan es que las escuelas de comunicación revisen sus planes de estudio con el objetivo de enseñar a los estudiantes a aprovechar la tecnología para aplicarla con fines periodísticos sin menospreciar el momento histórico.

La visión académica es que el conocimiento tecnológico no es relevante, lo importante será abrir espacios para experimentar con las herramientas tecnológicas en la producción de piezas periodísticas y en torno a estas prácticas, que van más allá de apretar botones u operar máquinas, reflexionar y avanzar en la elaboración de buenos métodos para ejercer el periodismo en la era digital.

Es prudente incorporar en el tercer año de estudios conocimientos sobre periodismo digital

A la luz de estas premisas, cumplimos también con el objetivo de observar, junto con algunos profesores de la escuela de Comunicación y la directora de la escuela, el actual programa de estudios y a propósito de estas consultas decidimos sugerir abrir un espacio en el tercero de los cinco años de estudio de esta carrera para poder conseguir que los alumnos pongan en práctica las herramientas tecnológicas que han ido aprendiendo en los años anteriores para la elaboración de productos periodísticos en medios digitales.

Al observar asignaturas similares que dictan escuelas de universidades en Colombia y en España, consideramos que a esta altura del programa, los estudiantes ya han adquirido las bases fundamentales del periodismo y pueden experimentar con nuevas narrativas al contar sus historias en la web. Existe la opción de incorporar estos contenidos en el marco de una materia de Orientación y Desarrollo Profesional obligatoria prevista en el actual programa de estudios de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, tal como sugirió la directora de la escuela.

Logramos tener acceso a los programas de estudio de dos cátedras de periodismo digital que universidades aliadas a la Universidad Monteávila imparten en este

momento y detectamos que ambas asignaturas se incluyeron después de una adecuación de los programas de estudio de esas escuelas de periodismo, motivadas por los desafíos que la era digital impone. Estos ejemplos sirvieron de base para sugerir entonces una propuesta concreta que deberá ser revisada por las autoridades y sometida a las evaluaciones de especialistas en el área educativa, pues únicamente proponemos aquí cuáles contenidos debería incluir esta cátedra y la intención de combinar las reflexiones teóricas con prácticas constantes para desarrollar piezas periodísticas de calidad en Internet.

Lo ideal es una asignatura teórico práctica obligatoria

Un taller de nuevas narrativas digitales en el transcurso de un año, que sea de carácter obligatorio para los estudiantes, podría ser un primer paso para ir adecuando el plan de estudios y poder entonces cumplir así con el objetivo principal que se propuso la escuela de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, de formar profesionales para ejercer la profesión en todos los medios, ahora que la era digital ya comenzó a contar una nueva historia del periodismo en Venezuela.

RECOMENDACIONES

Algunas escuelas de Comunicación Social en Estados Unidos han demorado más de un año en la revisión de los programas de estudio para incorporar nuevos conocimientos sobre periodismo digital. En ese sentido consideramos que las consultas hechas para este trabajo sirven únicamente como un punto de arranque o reflexión primera para que los profesores de todas las cátedras comiencen a revisar sus programas de estudio y comprueben si es necesario incorporar nuevos contenidos para que los estudiantes logren ejercer el periodismo en todos los medios, aprovechando la posibilidad que tiene el pensum de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila de ir actualizándose continuamente.

Por ejemplo, podemos indicar que durante las consultas se observó interés por saber más sobre la forma de utilizar Internet como fuente documental, al igual que se expresó el deseo de aprender a manejar bases de datos y aprovechar las redes sociales para obtener noticias y hasta corroborar la información recibida. Los periodistas quieren adquirir habilidades para buscar información en el mundo virtual, por lo que se recomienda entonces revisar el programa de estudios de la asignatura de Investigación Documental a la luz de estas inquietudes.

Otros profesores sugirieron la importancia de que el alumno se involucre con las nuevas herramientas digitales desde el comienzo de la carrera y una vez que comience a generar productos periodísticos los publiquen en Internet para que interactúen con la audiencia. Será objeto de otros estudios comprobar si esta recomendación es útil y cómo conseguir que los estudiantes apliquen la tecnología para una constante práctica del periodismo, sin necesidad de esperar a trabajar en medios formales para difundir sus investigaciones.

Si bien es cierto que existe una curiosidad básica entre los periodistas consultados por aprender a elaborar productos multimedia y un reconocimiento de los profesores sobre la necesidad de crear nuevos laboratorios de periodismo digital para experimentar con estas narrativas, que son de alguna forma diferentes a las que hasta ahora se han enseñado en las escuelas de periodismo, falta mucho por reflexionar sobre ellas. Así que además de hacer hincapié en que esta propuesta de asignatura que sugerimos debe ser revisada por los especialistas en el diseño de programas de estudio antes de incluirla en el plan, consideramos que si logra integrarse al programa de la escuela será bueno evaluar un año después que se dicte si cumple los objetivos de formar a los estudiantes para ejercer el periodismo en la era digital en otra investigación posterior. En realidad lo prudente es que sea sometida a una revisión constante en los próximos años.

Advertimos desde el inicio de esta investigación que únicamente nos concentramos en revisar qué conocimientos se deben incorporar en el programa de estudios de Comunicación Social sobre periodismo digital. Pero somos conscientes de que Internet también ha roto paradigmas en las áreas de la publicidad, del mercadeo y el manejo de las comunicaciones en el mundo corporativo, así que otros estudios pueden profundizar cómo actualizar las otras cátedras para que el estudiante se gradúe con herramientas para enfrentar todos los retos que impone la era digital.

FUENTES CONSULTADAS

Libros:

FRANCO, Guillermo. (2008) *Como escribir para la web*. Iniciativa del Centro Knight para el periodismo en América. Universidad de Texas, Austin.

FRANCO, Guillermo. (2007) *Periodismo 2.0*. Centro Knight para el periodismo de las Américas. Universidad de Texas, Austin.

SALAVERRÍA, Ramón. (2005) *Cibermedios*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla.

FOGEL, Jean Francois. AGREGA A BRUNCO PATIÑO QUE TAMBIEN ES AUTOR DE ESTE LIBRO. (2005) *La Prensa sin Gutenberg*. Editorial Punto de Lectura.

YEZERS'KA, Lyudmyla. (2008) *Ciberperiodismo en Perú*. Universidad de Piura. Facultad de Comunicación.

Estudios y conferencias

FRANCO, Guillermo; GUZMÁN, Julio César; ROMERO, Mauricio. (2007) *Situación del periodismo digital y de los sitios Web de periódicos de América Latina*. Publicado por el Pynter Institute.

FRANCO, Guillermo. (2009) *Investigación sobre necesidades de formación para medios digitales en América Latina*. Trabajo no publicado. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)

SALAVERRÍA, Ramón. (2005) *Criterios para la formación de periodistas en la era digital*. Ponencia presentada en I Congreso Nacional de Periodismo Digital. <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm>

ESPINOSA, María de Jesús. (2009) *El periodismo digital ¿un nuevo campo de investigación para las universidades?* Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, Veracruz, México.

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION. (1999) *Propuesta de programa de estudios de la escuela de Comunicación Social ante el Consejo Universitario*. Trabajo No publicado. Universidad Monteávila.

COCHIE, Meredith. (2008) *A Curriculum Evolution: How Journalism Programs are Dealing with Convergence*. Trabajo presentado en el encuentro anual de la Asociación de Instituciones Educativas de Periodismo y Comunicación Social, Chicago, Estados Unidos. http://www.allacademic.com/meta/p272330_index.html

BALDESSAR, Maria José; SAAD, Elizabeth. (2007). *Consideraciones sobre las mudanzas necesarias en el periodismo y en la formación profesional a partir de Internet. Global Media Journal.*

ARIAS, María Eugenia. (2010) *Perfil del periodista digital.* Seminario de la Información.

FOGEL, Jean Francois. (2009) *Ciberperiodistas. ¿Somos capaces de reinventarnos?* Fundación de Nuevo Periodismo Iberoamericano.

ANEXOS

Cuestionario básico de preguntas a los profesores consultados

¿Cree que los programas de estudio de las escuelas de periodismo deben incorporar conocimientos para que los futuros profesionales puedan difundir información en medios digitales o estos conocimientos deben aprenderse en estudios posteriores?

¿Qué nuevas herramientas debe aprender a manejar el periodista que en estos momentos deba difundir información también por medios digitales?

¿En la carrera por adaptarnos a las nuevas narrativas, qué conocimientos no deben dejar de impartirse en las escuelas de periodismo?

Si considera conveniente revisar el programa de estudios de pre grado, ¿En qué etapa del programa de estudios de periodismo cree usted que el estudiante estará preparado para aprender a escribir o elaborar material periodístico para medios digitales?

¿Cree pertinente que los alumnos manejen algunas herramientas (cuales) desde que comienzan la carrera en diferentes cátedras? ¿Cuáles?

¿Estaría de acuerdo con una cátedra electiva que permita en el tercer año de carrera que los alumnos aprendan a contar historias usando nuevas narrativas multimedia?

Por último me gustaría conocer sus sugerencias sobre cualquier material que considera puede ser útil para avanzar en este proyecto.

Modelo de encuesta para (indicar aquí nombre del medio)

Los datos de este cuestionario tienen carácter confidencial y serán solamente utilizados en análisis estadísticos con estrictos fines académicos. Por favor, no se identifique.

1. Sexo:

Masculino___ Femenino___

2. Edad:

Menos de 25___ Entre 25 y 35 ___ Entre 36 y 45 ___ Más de 45 ___

3. Nivel académico

TSU_____ Licenciatura_____ Postgrado (especifique)_____ Otro
(especifique)_____

Título obtenido:_____

4. En cuál institución estudió:_____

5. Si estudió Comunicación Social, indique en cuál mención:

Audiovisual___ Periodismo impreso___ Publicidad___ Relaciones Públicas___ Corporativa___
Desarrollo Social___ Sin mención ___ Otra (especifique)_____

6. ¿Durante sus estudios recibió formación específica en periodismo digital?

Sí____ Especifique_____

No_____

7. ¿Ha asistido a cursos o seminarios sobre periodismo digital o herramientas para trabajar en medios digitales?

Sí____ No_____

¿En qué institución/es? _____

¿Nombre del curso? _____

¿País dónde realizó el curso? _____

8. ¿Cuántos años de experiencia tiene en periodismo?

Hasta 5 años____ De 6 a 10____ De 11 a 15____ de 16 a 20__ Más de 20____

9. ¿Cuál es el cambio más importante que a su juicio ha introducido Internet en sus rutinas periodísticas?

10. ¿Cómo valora usted los cambios tecnológicos que se han introducido en el periodismo en los últimos años?

11. ¿Qué fuente cubre?

12. ¿Con que frecuencia usa Internet para desarrollar tu trabajo? Estoy conectado permanentemente_____ Varias veces al día____ Una vez al día ____ Otra_____

13. ¿Para qué la usa?

14. ¿Cuáles de estas herramientas usa?

(Marque todas las opciones que considere necesarias)

a. Google Reader _____

b. Delicious _____

c. Diigo _____

- d. Bases de Datos_____
- e. Youtube_____
- f. Vimeo_____
- g. Flickr_____
- h. Wikis_____
- i. Bancos de imágenes____

15. ¿Cuáles de estas aplicaciones usa?

(Marque todas las opciones que considere necesarias)

- a. AdobePhotoshop _____
- b. Dreamweaver _____
- c. Flash _____
- d. Illustrator _____
- e. Software de edición de video_____
- F. Software de edición de audio _____
- g. Software de edición de fotografías
- h. Software para creación de soundslides_____
- i. Software para creación de podcast _____
- e. Software para gestión de contenido_____

16. ¿Cómo aprendió a usar estas herramientas?

A través de cursos _____

Le enseñaron sus compañeros de trabajo_____

De forma autodidacta_____

Otro_____ Especifique_____

17 ¿Tienes un blog?

Si___ ¿Con qué frecuencia lo actualiza? _____

No___

18. ¿Cuáles son los 5 blogs que más consulta?

19. ¿Tiene perfil en Facebook?

Si___ ¿Con qué frecuencia lo revisa? _____

No___

20. ¿Tiene cuenta en Twitter?

Si___ ¿Con qué frecuencia publica? _____

No___

21. ¿Cuáles son las cuentas que sigue con más interés?

22. ¿Cuáles medios digitales considera una referencia a seguir y por qué?

23. ¿Estima que en su medio están dadas las condiciones y se cuenta con las herramientas para el desarrollo de un periodismo digital de calidad?

24.¿ Cree que se debe formar a los estudiantes de pregrado en las Escuelas de Comunicación Social para poder ejercer el periodismo en medios digitales?

24¿Qué necesitaría para producir información tanto para el impreso como para la web del medio en que trabaja?

Justificacion porque la materia en el plan de estudios

Marco conceptual: sociedad de la información impacto de las tecnologías en los géneros periodísticos, cambios del perfil profesional

Encuesta número: ____

Fecha de aplicación _____

Agosto, 2010

MATRICES DE LA ENCUESTA HECHA A PERIODISTAS DE MEDIOS VENEZOLANOS

Matriz de la encuesta I parte: Perfil de periodistas consultados						
	El Universal	2001	El Mundo	Meridiano	Sol de Margarita	Total
Hombres	16	8	12	26	31	93
Mujeres	5	3	5	20	12	45
	11	5	7	6	19	48
Menos de 25	1	1	1	4		7
25-35	9	5	5	16	19	54
36-45	5	1	6	2	6	20
Mas de 45	1	1	0	4	6	12
Licenciatura	12	6	11	22	21	72
Con postgrado	4	2	1	0	1	8
TSU	0	0	0	4	9	13
Caracas	15	5	11	23	15	69
Interior	1	2	0	3	15	21
Exterior	0	1	1	0	1	3
Recibio	4	2	2	4	4	16
No recibió	11	6	10	22	27	76
Ha asistido	9	0	9	7	6	31
No ha asistido	7	8	3	19	25	62
En Venezuela	8		9	6	3	26
En el exterior	1		0	1	3	5
0-10 años trabajo	9	6	4	21	24	64
11-20 años o mas	7	2	8	5	7	29
Posición positiva Internet	16	8	12	26	31	93
Posición negativa Internet	0	0	0	0	0	0
Conectado permanente	16	6	12	26	26	86
No se conecta a diario	0	2	0	0	5	7
Usa para buscar informacion	15	6	10	25	26	82
usa para generar contenido	1	0	2	1	5	9
Autodidacta	2	3	4	16	14	39
Aprendizaje en el trabajo	13	5	8	10	17	53

Matriz de la encuesta II parte: Usos de Internet

	El Universal	2001	El Mundo	Sol de Margarita	Total
Uso aplicaciones:					
Adobe					
Photoshop	12	2	4	20	38
Dreamwaver	1	2	1	6	10
Flash	4		1	4	9
Illustrator	2		2	6	10
Software edicion de video	4		2	5	11
Software edicion de audio	4	1		3	7
Software edicion de fotografías	6		2	7	15
Software para creacion de soundslices	1				1
software de podcast	1	1	2		4
software para gestion de contenidos	9	1	1	13	24

Matriz de la encuesta II parte: Usos de Internet					
	El Universal	2001	El Mundo	Sol de Margarita	Total
Uso herramientas					
Google reader	10	2	10	16	38
Delicious	1				1
Diigo					
Bases de datos	8	1		3	12
Youtube	11		7	11	29
Vimeo	1				1
Flickr	3		5	5	13
Wikis	3	1	6	7	17
Banco de imágenes	10	1	8	12	31

Matriz III parte: Usos redes sociales					
	El Universal	2001	El Mundo	Sol de Margarita	Total
Blog:					
Tiene	3	0	6	12	21
No	13	8	6	19	46
Consulta blogs					
No	5	2	3	12	22
No	11	6	9	19	45
Facebook:					
Tiene	14	1	12	27	54
No	2	7	0	4	13
Twitter					
Tiene	10	0	11	17	38
No	6	8	1	14	28

Matriz de la encuesta IV : El futuro

	El Universal	2001	El Mundo	Meridiano	Sol de Margarita	Total
Hay condiciones para ejercer el periodismo digital	4	2	10	16	21	53
No hay	12	6	2	10	10	40
Falta formación para ejercer	16	8	12	26	27	89
No falta	0	0	0	0	4	4
Hay que formarse desde pregrado	16	7	12	20	27	82
Despues de pregrado	0	1		6	4	11