

Perspectivas de docencia, aprendizaje e investigación del ciberperiodismo para una emergente sociedad en red

Jesús Miguel Flores Vivar
 Universidad Complutense de Madrid
 jmflores@ccinf.ucm.es

Data de recepció: 7/11/2007
 Data d'acceptació: 3/12/2007

Resumen

Desde hace poco tiempo, empezamos a establecer las características y los comportamientos de una nueva generación, conocida ya como Generación de Red, Ciber (Cyber) o *Net Generation* (en su denominación anglosajona), y coloquialmente llamados, *Nets*. Desde 1995, asistimos al nacimiento de una generación que empieza a expandirse en todos los estratos de la sociedad. Pero es a partir de este milenio, y concretamente, en los últimos tres años, cuando esta generación está dejando sentir su verdadera importancia.

En este contexto, el impacto que las tecnologías de la información y la comunicación generan en la profesión periodística, implica un rol fundamental al profesional de la información, quien debe asumir los nuevos retos si desea continuar ejerciendo el papel protagonista en el proceso de la información y comunicación¹. De ahí que surge una necesidad que implica un cambio sustancial en el proceso de formación de los futuros periodistas y comunicadores.

El artículo pretende analizar, por un lado, los retos de docencia y aprendizaje para la formación de ciberperiodistas que demandan las empresas de medios a una generación acostumbrada a utilizar las TIC, abanderadas por Internet; y por otro, intenta dar unos primeros trazos de líneas de investigación en periodismo online.

Palabras clave: periodismo, ciberperiodismo, virtual, tecnologías, Internet, docencia.

Abstract. *Perspectives of the teaching, learning and research of cyberjournalism for an emerging Internet society*

Since only very recently, we have begun to establish the characteristics and behavior of a new generation, now already widely known as the Cyber or Net generation. Since 1995, we have been witnessing the birth of a generation that is starting to spread throughout all layers of society. But it is as of this millennium, and specifically the last three years, that this generation's true importance has become apparent.

Against this background, the impact that information and communication technologies generate in the journalistic profession implies that the professionals that provide this information must take a fundamental role in assuming new challenges if they wish to con-

1. Las tecnologías digitales han abierto nuevas expectativas a los periodistas. Internet se ha convertido en una gran base de datos universal que alberga la información que los propios medios producen. (FLORES, J., p. 9).

tinue to play a leading role in the processes of information and communication. A need has therefore arisen that implies a substantial change in the way future journalists and reporters are trained.

The paper seeks to analyze, on the one hand, the challenges faced by teaching and learning in the training of cyber journalists in meeting the demands made by media companies of a generation that is accustomed to the use of ITC, and especially the Internet; and on the other, seeks to provide initial guidelines for lines of research into online journalism.

Key words: journalism, cyberjournalism, virtual, technologies, net, teaching.

Sumario

- | | |
|---|--|
| 1. Enseñanza y aprendizaje del periodismo para una generación «Cyber» o <i>Net generation</i> | 2. La investigación en ciberperiodismo |
| | 3. Bibliografía |

1. Enseñanza y aprendizaje del periodismo para una generación «Cyber» o *Net generation*

Don Tapscott, experto estadounidense en temas de mercados y sobre la influencia de las TIC, se refiere desde los primeros años de la década de los 90 a una nueva generación y la identifica con la letra «N» de net, en alusión a la presencia e influencia de las redes propiciadas por la informática e Internet.

Una generación que, utilizando las últimas tecnologías como los blogs y wikis y la consecuente aparición de las llamadas redes sociales, deja sentir su voz y ejerce influencia con tal contundencia y efectividad que encumbra a un personaje o simplemente hunde la imagen corporativa de una empresa, que había tardado años en ser conocida. A esta generación de red es a la que nos ha tocado enseñar, formar y educar para que sean verdaderamente competitivos en la llamada Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento o Sociedad Globalizada.

José Manuel Cerezo², en una conferencia realizada en el III Congreso de la Cibersociedad, define a una parte de la sociedad como *eGeneración* formada por los «nativos digitales», quienes perciben y afrontan los cambios debidos a la irrupción de las TIC de manera diferente que sus padres y profesores. Haciendo constar el cambio irreversible que se está viviendo por este motivo, donde desde las relaciones personales hasta la educación se han visto afectados, no cabe duda que en este contexto los jóvenes se enfrentan a nuevos retos y oportunidades, pero también a importantes riesgos e incertidumbres.

Los docentes afrontamos un difícil reto ante esta nueva generación que quiere aprender por vías no tradicionales y siempre empleando nuevas tecnologías. El ordenador, Internet y otras tecnologías emergentes propician la acti-

2. José Manuel Cerezo es gerente de Análisis y Prospectiva de la Fundación France Telecom y director-coordinador del libro *La blogosfera hispana*. Título de la conferencia: JASP 2.0.

vidad independiente, la observación, análisis, exploración y búsqueda; la comparación, organización y clasificación; la toma de decisiones y el procesamiento de la información. Pero, ¿cómo satisfacerlo todo? Más aun, ¿cómo formar y enseñar todo esto?

Otros expertos, cada vez más utilizan el término *ciber*, tratando de relacionar las tecnologías de la información con áreas y disciplinas del conocimiento, como ciberperiodismo, ciberaprendizajes, ciberespacio, etc.

La irrupción de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) ha provocado cambios tan drásticos en periodos de tiempo tan breves que lleva a muchos a plantearse que más que una época de cambios, empezamos a vivir *un cambio de época*, una nueva época social.

Aunque esperado, este acontecimiento de cambio de época sorprende por la rapidez con que se ha introducido prácticamente en todos los ámbitos y aspectos en la vida de la sociedad contemporánea.

A esto se suma que la globalización continúa *in crescendo* alimentada, en parte, por las condiciones que propician las TIC para la comunicación y el intercambio sin fronteras, sin espacio, ni tiempo.

En este entorno nace, crece, se desarrolla y se educa la *Net generation*, una generación influida por la presencia cada vez mayor de las TIC. La telemática, con el ordenador e Internet como bandera, es responsable en gran medida de un cambio de percepción de la realidad, fundamentalmente entre jóvenes en pleno desarrollo universitario.

Ahora bien, la enseñanza del periodismo y de los medios vive sus propios cambios y transformaciones. Roger Fidler³ llamó a este proceso mediamorfosis.

La era de la información que afecta a la sociedad, afecta en mayor medida a los medios, y al ejercicio del periodismo, trastocando la forma en cómo se presentan las noticias, y buscando nuevas estrategias de cómo «enganchar» a la nueva audiencia. Este proceso de transformación de los contenidos se empieza a conocer como *infomorfosis*. A esta serie de cambios, transformaciones y adaptaciones, hay que sumar los vaivenes que el conglomerado de medios está teniendo en los últimos años. Para ello, nos fijamos en los datos que se desprenden de:

- Un artículo publicado en la revista *Le Monde Diplomatique*⁴, en donde se analiza la crisis que los medios de comunicación sufren y que se traduce en la pérdida de un 2% de lectores de prensa (impresa) a nivel mundial.
- Los jóvenes pasan más tiempo con el ordenador que viendo la televisión.

Recientemente, Bill Gates⁵ ha afirmado, en la Cumbre de Davos, que «primero fue la informática y las telecomunicaciones lo que originó la expansión

3. Periodista, diseñador y experto en nuevas tecnologías; director de iniciativas tecnológicas en el Donald W. Reynolds Journalism Institute de la School of Journalism de Missouri.

4. «La crisis de los medios». *Revista Le Monde Diplomatique*, 2005.

5. Bill Gates es fundador de Microsoft y actual presidente de la Fundación Gates.

de las redes y uso de aplicaciones telemáticas. Ahora la convergencia entre la televisión tradicional e Internet, se producirá en un periodo de cinco años».

El gran interrogante que nos surge ante este panorama es: ¿estamos formando en las facultades adecuadamente a los estudiantes para dominar la parcela del periodismo y de la comunicación de este milenio?

1.1. La docencia ciberperiodística y las tecnologías de la información

La Generación de Red considera a la televisión unidireccional, como efectivamente es, ya que no permite participar en la programación o el contenido, y da un salto cualitativo al pasar de simples espectadores a usuarios con grandes posibilidades de participar, jugar, entretenerse, buscar, hacer, resolver, establecer relaciones y llevar a cabo proyectos conjuntos por encima de la distancia y el tiempo.

Introducir en la docencia el ciberperiodismo como un simple uso de la tecnología por la tecnología es absurdo, y tarde o temprano resultará un fracaso. Hay que emplearla para hacer mejor las cosas y optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje de todos sus componentes, y entre ellos, del docente, no como un técnico, sino como un profesional de la educación. Es decir, el docente del ciberperiodismo debe llegar a un estadio que implique realizar una transferencia de conocimiento de forma óptima.

En la actualidad, las TIC propician nuevas formas de aprendizaje que no sustituyen a las tradicionales sino amplían, complementan y enriquecen las posibilidades. La enseñanza del periodismo digital constituye un verdadero reto que los docentes debemos asumir. No se trata de enseñar sólo la parte conceptual, sino de convertir ese conocimiento teórico en una cuestión práctica.

Por ello, no basta con tener la mejor tecnología, acceso a Internet rápido e inalámbrico con servicio a toda hora y equipos de ingenieros y técnicos altamente cualificados, pendientes del buen «marchamo» tecnológico. Ni es válido diseñar los cursos en función de la plataforma electrónica «llenando» espacios de actividades y de participación, o estandarizar los cursos en serie. Ni sirven los cursos diseñados por personas ajenas al docente de la asignatura, sin haber realizado un trabajo académico en equipo.

Debemos buscar que los nuevos entornos de aprendizaje del ciberperiodismo sean una forma de organizar el proceso de enseñanza presencial y a distancia que implica el empleo de tecnología; pero no se reduce a ello, hay que crear una situación educativa y metodológica centrada en el alumno, que fomente su autoaprendizaje, la construcción de su conocimiento y, como parte de este proceso, el desarrollo de un pensamiento crítico y creativo. Estos aspectos son fundamentales en los procesos de enseñanza-aprendizaje del Espacio Europeo de Educación Superior y aplicable a todas las disciplinas del conocimiento, pero más en la disciplina del periodismo y de la comunicación.

Por otro lado, en concomitancia con el aspecto docente, las investigaciones demuestran que la Generación de Red, asentada en las aulas universita-

rias, no aprende de modo lineal y pone en evidencia los distintos estilos de aprendizajes, todos válidos, que posee esta generación.

Uno de los retos que los estudiantes de periodismo online presentan a sus docentes es precisamente la atención personalizada que requiere. Exige el desarrollo de una serie de competencias profesionales, metodológicas, pedagógicas y didácticas para hacer posible que la universidad cumpla su cometido a la altura de las exigencias de una generación con extraordinarias potencialidades.

Las peculiaridades de la emergente generación que se expande cada vez más parecen imbricadas con una fórmula (generacional): «Con el ordenador e Internet, todo. Sin ello, prácticamente, nada». Así de fácil o complejo resulta atender y satisfacer sus necesidades de aprendizaje y crecimiento. Quieren aprender por vías no tradicionales y siempre empleando nuevas tecnologías.

El nivel de decodificación visual o iconográfica es mayor que en generaciones anteriores, por lo que a veces rechazan los modos tradicionales de exposición, solución de problemas, toma de decisiones de la vida misma y, por supuesto, los que enfrentan en los procesos de educación formal. Prefieren modos de actuación donde las TIC estén presentes.

1.2. Aptitudes y metodologías para el aprendizaje del ciberperiodismo en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)

A grandes rasgos, la utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) debería servir para transformar la práctica educativa universitaria, aumentando de forma significativa el rendimiento del propio sistema de instrucción superior y reducir paralelamente el elevado número de fracasos y abandonos.

Según Hernando Sainz⁶, la utilización de las TIC en manos de los profesores abre nuevas expectativas para su desarrollo profesional y permite esbozar los nuevos escenarios de aprendizaje que propone el EEES. A través de las redes europeas, el profesorado podrá compartir una gran cantidad de información sobre su disciplina, sobre nuevos recursos educativos y sobre nuevas ideas para incorporar a la clase o a su proyecto de investigación.

Sobre este aspecto, cabe resaltar la labor que realizamos un grupo de docentes e investigadores de distintas universidades europeas a través de la Network Electronic Media (NEM)⁷, con sede en Bruselas, una red que se dedica a investigar y a analizar, entre otras cosas, el mercado de los medios de comunicación europeos y las plataformas tecnológicas que utilizan.

Una de las principales características de la utilización de estas tecnologías es la nueva dimensión espacio-temporal que genera, fomentando el trabajo colaborativo entre los profesores a través de las redes.

6. HERNANDO SAIZ, Felipe. «El uso de las nuevas tecnologías en el aula universitaria en el marco del EEES», p. 209.

7. Grupo de trabajo europeo: <http://www.nem-initiative.org/>

La actitud de los profesores universitarios ante la utilización de las TIC permite, según Hernando, hablar de tres perfiles diferenciales:

1. Transmisores/reproductores. Esta primera opción hace referencia a la utilización que hacen los profesores de los medios tecnológicos cuando los elementos curriculares son destinados para la presentación de temas o mensajes, soportando la información el medio elegido en cuestión.
2. Prácticos/situacionales. La segunda, hace referencia a una utilización de los medios tecnológicos que va precedida de un análisis y comprensión de los significados construidos por dichos medios. Desde esta perspectiva los medios son también contemplados como sistemas de representación.
3. Critico/transformadores. La última opción propone el uso de los medios tecnológicos como herramientas de investigación y autoformación.

La no aplicación de las TIC supone una peculiar implicación pedagógica: cada vez resulta más difícil mantener a los estudiantes atentos en una clase tradicional, con un profesor exponiendo un contenido que podrían (y de hecho lo hacen) consultar en Internet interactuando con otros. Pueden localizar distintas fuentes, elaborar mapas o visualizaciones y participar activamente en la construcción de su conocimiento.

El empleo de los ordenadores e Internet propicia la actividad independiente, la observación, la exploración y búsqueda, la comparación, el ordenamiento y la clasificación, la toma de decisiones, el procesamiento de la información y con él toda una serie de operaciones mentales como análisis y síntesis, abstracción y generalización. Más aún, implica lo visual, lo estático y en movimiento, en color, lo auditivo y además la posibilidad de la hiperescritura. Y todo con respuestas casi inmediatas.

Pero las TIC no sólo propician la actividad independiente, también la actividad con otros en tiempo real (sincrónica) y en tiempo diferido (asincrónica), lo que facilita el trabajo en equipo cooperativo y las relaciones sociales con otros para aprender. Se crean las redes sociales a gran escala.

No cabe duda que el conocimiento declarativo y expositivo del periodismo en todas sus vertientes (conceptos, leyes, modelos teóricos, clases magistrales) y toda una serie de habilidades intelectuales se prestan para el trabajo «en línea» y hay que aprovechar didácticamente el trabajo presencial en clase para desarrollar el contenido procesal (habilidades psicomotoras, sociales, actitudes y valores).

El trabajo con los ordenadores e Internet y la retroalimentación casi inmediata que reciben los condiciona a un estilo de vida en el que la inmediatez es primordial. Quizá esto explica el poco interés que muchos muestran cuando reciben la calificación de un examen siete o quince días después. Los estudiantes pertenecientes a generaciones que nacen con la red exigen una retroalimentación rápida, prácticamente en todo lo que realizan.

Otra metodología a tener en cuenta en el proceso de docencia y aprendizaje del periodismo en las facultades de comunicación consiste en la aplicación de estrategias de desarrollo organizacional. Una de estas estrategias es la mentoría

(mentoring) que, aunque apenas cuenta con tradición en España, se desarrolla de forma sistemática en la práctica totalidad de universidades de países de habla anglosajona.

Dichas experiencias demuestran que la mentoría y, en concreto, los procesos de mentoría entre estudiantes a nivel universitario constituyen una herramienta innovadora y eficaz ante los cambios que se nos avecinan. La labor de mentoring (mentoría) es un proceso de feed-back continuo de ayuda y orientación entre el mentor (alumno de un curso superior que atesora conocimientos y habilidades necesarias para ayudar), y un estudiante o un grupo de estudiantes de nuevo ingreso, con la finalidad de paliar las necesidades de estos últimos y optimizar su desarrollo y potenciar el aprendizaje⁸.

1.3. *El Proyecto WYRIWYL (What you request is what you learn) en la formación periodística*

Analizar el *status* quo del periodismo actual, la forma cómo desarrollarlo y las tendencias a las que apunta este desarrollo, es objetivo de organismos, asociaciones e investigadores relacionados con el periodismo y los medios.

Pero también, un aspecto fundamental radica en poder establecer criterios que permitan una adecuada formación de los futuros licenciados de periodismo y comunicación de las universidades españolas acordes con la demanda del mercado laboral, no sólo en el periodismo y la comunicación, sino en toda la industria de la información, desarrollada, precisamente, por los adelantos tecnológicos de esta revolución que nos ha tocado vivir.

Bajo este contexto, los docentes de las facultades de periodismo y comunicación deben implantar un modelo de enseñanza-aprendizaje que se resume en un concepto de siglas de frase anglosajona: WYRIWYL.

El WYRIWYL (*what you request is what you learn*) —«Lo que demandas es lo que aprendes»—. Es un concepto que implica enseñar, formar y dotar de recursos y de conocimientos a los estudiantes sobre un tipo de contenido que demanda el mercado de medios y la industria de la información. Es decir, formar a los futuros profesionales en función de las necesidades del entorno laboral en la nueva era de la información, aunque el alumno sienta que es él quien demanda ese tipo de formación. Para cumplir este cometido, docentes, investigadores y profesionales analizan las necesidades del mercado, las tendencias que siguen los medios, los planes de formación en las facultades de periodismo y comunicación, el tipo de perfil, las nuevas tendencias, etc., para, en función de ello, brindar a una formación idónea y competitiva.

Solo así, ejerciendo un modelo nuevo de enseñanza-aprendizaje adecuado, pensaremos que estamos formando a verdaderos profesionales y que adapta-

8. En la actualidad, la institución universitaria se halla sumergida en continuos procesos de calidad y mejora, haciéndose cada vez más necesaria la presencia de acciones y estrategias que potencien una institución de calidad, proclive al cambio y a los nuevos planteamientos que se suscitan (*La mentoría en la universidad*, p. 15-17).

mos nuestros planes formativos a lo exigido por el Espacio Europeo de Educación Superior, a fin de alcanzar un nivel de competitividad a nivel europeo y global.

Es evidente que no es posible formar a los estudiantes de ciberperiodismo sin las tecnologías de la información, abanderadas estas por las redes telemáticas, que ya las sienten como parte de su vivencia generacional. Su uso en la carrera espacial, en el comercio y en una serie de servicios, es casi un problema resuelto; pero en la docencia-aprendizaje en la mayoría de las facultades es algo aún pendiente. Constituye más un reto en lo pedagógico y en lo metodológico, que en lo tecnológico.

No se trata de insertar lo nuevo en lo viejo (una simple traslación de los contenidos de las asignaturas de la carrera de periodismo), o seguir haciendo lo mismo con las tecnologías punta, sino de diseñar *nuevos entornos de aprendizaje* acordes con el estado del arte, las ciencias y las tecnologías contemporáneas. Pasa lo mismo con las salas de redacción de los medios. No se trata de duplicar las salas (cosa que se hacía al principio como si fuese una unidad de negocio aparte), si no de complementarlas en función de un nuevo paradigma de cultura digital que ya impera en diferentes capas de la sociedad. La solución al problema no se puede reducir tan solo a «introducir» tecnología en las aulas. Más que informar, lo que hay que hacer es formar.

De ahí que la aplicación metodológica del *WYRIWYL* en el periodismo se constituya en una aportación útil para los estudiantes universitarios y extrapolable a las diferentes disciplinas del conocimiento. Su éxito depende, no solo de docentes e investigadores, sino de la aceptación de los propios estudiantes. Ese es el primer reto. Lograr su adaptabilidad a los diferentes colectivos.

2. La investigación en ciberperiodismo

La investigación en periodismo online o ciberperiodismo implica respondernos las siguientes preguntas: ¿Qué entornos de mercado laboral espera a los futuros periodistas? ¿Cómo les estamos formando? ¿Para qué entornos? ¿Sólo para entornos tradicionales? O ¿para entornos en donde impera una cultura de red?

En ese sentido tenemos que seguir analizando e investigando el mercado, estudiar las tendencias y perspectivas, realizar pruebas y estudios de prospectiva en coordinación con los diferentes actores del mercado de la comunicación (empresas de medios, administración, universidades, y los propios implicados, los profesionales).

Como antecedente que intenta responder a estas preguntas, permitidme que me remonte a 1999, con la lectura de mi tesis doctoral y, posteriormente, a 2001, con la publicación del libro (en conjunto con el Prof. Alberto Miguel Arruti) sobre ciberperiodismo⁹, en donde se daban algunos indicios sobre los perfiles que empezaba (en 1998) a demandar el mercado de la información,

9. «Ciberperiodismo, nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo info-digital».

tales como: Broker de información, Redactor-copy, *Noise killers* (asistentes de redacción), *Research web*, auditor de información, etc. Actualmente, en una continuación de análisis e investigaciones, empezamos a ponderar la aparición y la expansión de otros nuevos perfiles en la industria de la información, tales como:

- *Consultor de comunicación* (Communication Consulting)
- *Consultor de periodismo* (Journalism Consulting)
- *Infomediario* (intermediario de información)
- *Responsable de contenidos multimedia* (webmaster)
- *Influencer blogger* (blogger influenciador)
- *News moderator* (Moderador-administrador de foros, noticias)
- *Dosificador de información*

La función y el entorno específico que realiza cada uno de estos nuevos perfiles es materia de análisis, investigación, seguimiento y evolución, que está siendo llevado a través del grupo de investigación GIAIP-UCM, al cual pertenece el autor de este artículo.

Sin embargo, esto nos permite deducir que la investigación en materia de ciberperiodismo, aunque resulta atrayente y abundante, paradójicamente, da pocos resultados publicados o establecidos, que nos permitan identificar patrones a seguir en la evolución del periodismo digital. Por ello, a continuación se proponen diferentes líneas de investigación, algunas de las cuales ya figuran como líneas del Observatorio de Periodismo en Internet¹⁰, en fase de desarrollo.

2.1. Líneas de investigación que se perfilan en ciberperiodismo

- a) *La cobertura de noticias en medios digitales en la campaña electoral de 2007.* Los estudios sobre las comunicaciones e informaciones de políticos a nivel local son escasos. Una línea de investigación es la realización de análisis de contenido sobre las noticias de websites de la sección local de los periódicos durante una semana en vísperas a las elecciones de mayo de 2007, con el objetivo de entender cuánta información se carga y se actualiza diariamente y cuántas veces al día. La información adicional determinada incluye los suplementos en línea de los periódicos locales con noticias nacionales sobre las elecciones de mayo. El área sugerida de la investigación adicional incluye un análisis de la tensión entre el sensacionalismo y lo verdaderamente político y los posibles efectos sobre las audiencias de Internet.
- b) *El fenómeno del Podcasting sobre las audiencias, la publicidad y el periodismo.* Esta investigación examina el fenómeno reciente conocido como pod-

10. El Observatorio de Periodismo en Internet (OPEI) fue constituido en 2005, mediante convenio de investigación por representantes de periodismo y comunicación de las universidades Autónoma de Barcelona, Antonio de Nebrija, Carlos III de Madrid y Complutense de Madrid, y las instituciones Fundación Telefónica y Red.Es. El OPEI está reconocido como proyecto de investigación por el MITYC.

casting y cómo afecta a la industria periodística en España, particularmente en las áreas de audiencias y publicidad del periódico. Analiza el podcasting desde la perspectiva de los redactores del website de los periódicos que producen los podcasts. Este estudio puede utilizar entrevistas a partir de 10 redactores procedentes de periódicos medios y grandes de todo el país. Los resultados demostrarán qué periódicos han aprendido o están intentando aprender sobre la nueva audiencia, su grado de tentativa de moverse desde la perspectiva de la nueva generación de red, y cómo sus periodistas están haciendo frente a una nueva forma de contar historias no enseñada en las facultades de periodismo.

- c) *Periodismo ciudadano, activismo ciudadano y tecnología.* Esta investigación intenta representar un gravamen cualitativo de los esfuerzos del periodismo y del activismo ciudadano. Concretamente, se trata de analizar cómo los medios están promoviendo la interactividad de los ciudadanos a través de fórmulas como la puesta en práctica del llamado periodismo cívico o ciudadano. Algunos medios de comunicaciones de prensa en España, aprovechando la cobertura digital, no dudan en atraer la atención de los lectores con fórmulas como: «Conviértase en periodista de este medio». Esta fórmula, que ya ha funcionado en Estados Unidos y que es aplicada por medios europeos y asiáticos, busca rentabilizar sus contenidos digitales con estrategias nuevas de negocios que se basan en la mayor cantidad de tráfico en la red. Para ello, los ciudadanos pueden utilizar una serie de recursos que los propios medios digitales ponen a disposición de los interesados en «convertirse en periodistas».
- d) *El impacto de Internet en el periodismo: una aproximación al análisis del Blogging.* Partimos de la siguiente premisa: ¿puede un blogger ser periodista? O ¿puede un periodista ser blogger? Esta es una de las disyuntivas que se debaten en diversos foros de periodismo y comunicación. Esta investigación tiene por objeto profundizar en cada una de estas figuras, unas tradicionales y otras motivadas por el creciente influjo de las TIC y de las redes de banda ancha.

Sin embargo, la escritura profesional en el desarrollo de noticias, sucesos actuales y cultura para el consumo público, mueve un segmento de bloggers en el reino del periodismo. Los medios, en su proceso de *mediamorphosis*, se encuentran en una encrucijada. Por un lado, no saben si deben abrazar a esta nueva casta de informadores e influenciadores de opinión o, por otro, si deben permanecer de espaldas a ellos, considerándolos una simple moda, y que como tal, pasará.

- e) *La producción de noticias sin periodistas. El caso de Google, Yahoo y MSN.* La información empieza a presentarse sin interfaces humanas detrás. Dicho en argot periodístico, las noticias ya no son proporcionadas por periodistas sino por simples agregadores. Es el caso de Google¹¹, Yahoo¹² y MSN¹³.

11. Google News: <http://news.google.es/nwshp?hl=es&tab=wn&q>

12. Yahoo News <http://es.news.yahoo.com/>

13. MSN: <http://www.msn.es/noticias/>

En Estados Unidos, los ciudadanos cada vez más reciben noticias que proceden de estos buscadores, según un estudio realizado por el Pew Internet en 2005.

Teniendo en cuenta que el uso de estas herramientas y recursos son posteriormente utilizados por los internautas a nivel mundial, es lógico pensar que también afectará a los internautas españoles.

De ahí que este estudio busca analizar cómo se enmarcan las imágenes que representan la tecnología los agregadores de las noticias, tanto de Google, Yahoo y MSN y cuál es la tendencia que se vislumbra en el contexto de la población española.

3. Bibliografía

- FIDLER, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- FLORES, J. (2005). «El *Status quo* del periodismo en la red», p. 7-9. En: FLORES, J.; AGUADO, G. (coord.). *Actas de ponencias y comunicaciones del III Congreso Internacional de Ciberperiodismo*. Madrid: Fundación Antonio de Lebrija.
- FLORES, J.; MIGUEL ARRUTI, A. (2001). *Ciberperiodismo: nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*. Madrid: Ediciones 2010.
- GARCÍA NIETO, Narciso (dir.); OLIVEROS, Laura; GARCÍA, Mercedes; RUIZ, Covadonga; VALVERDE, Andrés (2005). *La mentoría*. Instituto de Ciencias de la Educación.
- HERNANDO, Felipe (2005). «El uso de las nuevas tecnologías en el aula universitaria en el marco del EEES». En: CHAMORRO, María; SÁNCHEZ, Primitivo (coords.). *Iniciación a la docencia universitaria*. Instituto de Ciencias de la Educación. ICE-UCM, p. 209.

Jesús Miguel Flores Vivar es profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Periodista especializado en Nuevas Tecnologías. Es director del Grupo de Investigación Internet-UCM y coordinador del Observatorio de Periodismo en Internet. Doctor en Ciencias de la Información por la UCM, *Master* en Información y Documentación (Universidad Carlos III), y *experto* en multimedia y comunicación digital (UPM).
