

Internet

## Nuevas competencias, habilidades y destrezas del ciberperiodista

Santiago Tejedor Calvo

En 1963, el diario *Daily Oklahoma* de EEUU utilizaba una computadora IBM 1620 para la composición del número correspondiente al 5 de marzo. Por primera vez, el ordenador se introducía en las salas de redacción de un periódico impreso. El ciberperiodismo todavía tardaría en nacer. Los textos sitúan al rotativo norteamericano *Chicago Tribune* como el primero que adquirió una presencia diaria en la Red. Era el año 1992. Sin embargo, el profesional del periodismo debía, ante la irrupción de este nuevo aparejo (el ordenador) en su quehacer profesional, reciclarse y ampliar sus habilidades y competencias. Los periodistas seguían desempeñando una labor estrictamente informativa: cubrir eventos noticiosos y adaptarlos a las directrices pautadas por los denominados géneros periodísticos. Aun así, muchos —ora por voluntad propia, ora por exigencias o por presión de sus superiores— adquirieron conocimientos de maquetación, de diagramación o, incluso, de tratamiento de imágenes.

Con la red de redes se ha producido un fenómeno similar, pero con un alcance muy diferente. Los periodistas de todos los medios ¿analógicos y digitales? necesitan Internet. Y la Red necesita periodistas. Pero ¿cuáles son las directrices que definen el perfil del profesional de los cibermedios?

Por un lado, los periodistas tradicionales han de adquirir las habilidades y las destrezas necesarias para poder manejarse por la telaraña mundial en el desempeño de su quehacer informativo cotidiano. Por otro, los profesionales de la información que trabajan en los llamados cibermedios<sup>1</sup> encuentran en Internet una herramienta y, al mismo

**Desde la concepción del ciberperiodista como un periodista ‘orquesta’, se ha pasado a la de un periodista que actúa como gestor de contenidos, orientador y filtro.**

tiempo, un escenario de trabajo (en el que ejercen su labor periodística). La metamorfosis experimentada por el periodista en la última década nos permite afirmar que asistimos a la aparición de un nuevo perfil del profesional de la información: aquel que trabaja desde y para Internet. Son muchos los autores que han propuesto diferentes maneras para designar a estos nuevos profesionales. Ignacio Ramonet habla del “instantaneísta” o “inmediatista”; David A. Patten lo denomina “tecnoperiodista” o “teleperiodista”; Fernández Hermana lo define como “cartógrafo” y Mc Cullagh lo llama “periodista *cybords*”<sup>2</sup>.

La reflexión en torno al perfil del trabajador de los cibermedios ha cambiado progresivamente. Desde la concepción del ciberperiodista como un periodista *orquesta* (capacitado para asumir tareas de producción en prensa, radio, televisión, etcétera), se ha pasado a la de un periodista que actúa como gestor de contenidos, orientador y filtro en un escenario marcado por la sobreabundancia de información y por la existencia de usuarios *infixicados*.

### Hacia una definición del ciberperiodista

Con el ciberperiodismo, los roles tradicionales han cambiado y han aparecido otros,

hasta el momento, inauditos en el escenario periodístico. El periodismo se diseñó y se ha construido para una época radicalmente diferente a la actual. Se hizo grande en una etapa donde lo importante era llevar información donde no la había. Ahora hay que llevar información donde hay mucha información.<sup>3</sup> El acceso a las fuentes ya no es exclusivo del periodista. Su papel como mediador queda relegado a un segundo plano. Esta *democratización* ha generado también una serie de temores en torno al proceso informativo. Si los usuarios pueden acceder directamente a las fuentes informativas, ¿cuál es el papel que debe realizar el periodista? ¿Los profesionales de la información han de asumir nuevas funciones? ¿Debe el periodista digital convertirse únicamente en un asesor, guía u orientador de los internautas?<sup>4</sup>

<sup>1</sup> En 2000, María Teresa Sandoval Martín, de la Universidad Carlos III de Madrid, aludía a dos tipos de profesionales del periodismo que trabajan con contenidos de la Red: los que recurren a la red de redes para elaborar las noticias de los medios tradicionales o para medios que existen únicamente en la Red, y aquellos que desempeñan diferentes tareas utilizando los recursos de Internet (Sandoval, María Teresa. “Los periodistas en el entorno digital: hacia el periodista multimedia”. en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2 de noviembre de 2000 (<http://www.saladeprensa.org/art168.htm>), 23 de noviembre de 2004). Por su parte, María Bella Palomo Torres, de la Universidad de Málaga, advierte de que la primera consecuencia negativa que puede derivarse del panorama mediático que inaugura Internet es la convivencia entre periodistas de dos velocidades, en alusión a los que estén capacitados para utilizar Internet de manera crítica y eficiente, y aquellos que rechacen o no estén en condiciones de hacerlo (Palomo, M<sup>a</sup> Bella. *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Comunicación Social, Sevilla, 2004, p. 14).

<sup>2</sup> La aparición de Internet y, por ende, de los denominados cibermedios (y ciberperiodistas) no significa, sin embargo, que la mayoría de las cualidades que definen a un buen periodista desaparezcan. “sólo se han visto ampliadas ante la irrupción de importantes y sofisticados avances tecnológicos” (en Palomo, M<sup>a</sup> Bella. *Op. cit.*, p. 56).

<sup>3</sup> Entrevista a Pepe Cervera, director de *Reitaria*, diciembre de 2005, en Tejedor Calvo, Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo en las facultades de Periodismo de España*. Tesis doctoral. Departamento de Periodismo de la UAB, Bellaterra, 2006.

El componente interactivo que acompaña al ciberperiodismo introduce un nuevo tipo de intercambios entre medios de comunicación (periodistas) y usuarios (lecto-autores), cuyas implicaciones y cuyo alcance están todavía por definir.<sup>5</sup> Unos afirman que el rol del periodista ha entrado en crisis. Otros aseguran que se ha revalorizado. Para aquellos que están interesados en las implicaciones que estos cambios pueden ocasionar en la formación de los futuros profesionales de la información *on-line*, un simple consejo: los ciberperiodistas deberán ser conscientes de que la información ya no es su monopolio exclusivo. Y, por tanto, deberán cultivar la virtud de la humildad y ese peculiar rol del que *aconseja, orienta, guía, asesora* y (no lo olvidemos) *informa* de manera clara, precisa y concisa.

Docentes, investigadores y periodistas en activo esgrimen diferentes definiciones del profesional que labora en los cibermedios.<sup>6</sup> Entre ellas, es posible extraer una serie de conclusiones generales que, sin duda, constituyen un provechoso aporte en el proceso de definición del conjunto de competencias que ha de presentar el periodista *on-line*. Algunos opinan que “es un periodista sin más”. Otros, en esta línea, matizan que se trata “sobre todo, de un periodista”. Por su parte, la gran mayoría reconoce la aparición de un nuevo profesional dotado de unas nuevas habilidades y destrezas. Así, a partir del conjunto de propuestas es posible

elaborar una definición que esboce a grandes trazos cuáles son las cualidades que definen al periodista *on-line*:

Trabaja en los cibermedios; conoce las características de la cultura-red; produce información (especialmente, en tiempo real); utiliza los recursos informativos existentes en las redes telemáticas; conoce y utiliza herramientas técnicas en la producción de mensajes informativos; elabora mensajes adaptados a las características y las posibilidades del medio *on-line*; gestiona grandes cantidades de información; posee capacidad creativa y de innovación; conoce

como interactuar con otros periodistas, usuarios, fuentes, etcétera, a través de las redes telemáticas.

Se trata, por una lado, de funciones propias del ejercicio periodístico, pero adaptadas a las nuevas posibilidades comunicativas que inaugura Internet. El alcance de estas demandas formativas exige una serie de cambios que no se limitan al escenario laboral. Las universidades serán, en gran parte, las responsables de que en el escenario ciberperiodístico laboren profesionales dotados de las competencias que exige la Red.

## TI Cambios formativos en la formación del ciberperiodista

Cambio	Objetivo perseguido
Cambio de mentalidad	El ciberperiodista debe tomar conciencia del alcance de la red de redes desde el punto de vista informativo: las novedades que introduce, los cambios que inaugura respecto a los anteriores sistemas de medios, etcétera.
Conocimiento de la estructura mediática	El ciberperiodista debe conocer las características que definen la estructura de medios que introduce la Red: tipología de medios <i>on-line</i> , relaciones entre ellos, etcétera.
Conocimiento de las posibilidades del nuevo medio	El ciberperiodista debe ser consciente de las posibilidades informativas que ofrece Internet (hipertextualidad, multimedia, interactividad, gran capacidad documental, virtualidad, etcétera).
Conocimiento y dominio de Internet	El ciberperiodista ha de conocer la Red y saber cómo utilizarla en aras de enriquecer su trabajo periodístico: las posibilidades que ofrece, los servicios que presta a los internautas, etcétera.
Conocimiento y dominio de las nuevas rutinas de producción	El ciberperiodista debe familiarizarse con las nuevas rutinas productivas que inaugura la red de redes, conociendo sus diferentes etapas y ejercitándose en la aplicación de las mismas.
Manejo de las principales herramientas telemáticas	El ciberperiodista debe conocer y manejar las principales herramientas vinculadas con su trabajo periodístico. Docentes e investigadores aluden a software de diseño web, gestión de contenidos, bases de datos, tratamiento de vídeo y audio, de retoque de imágenes, etcétera. Con relación a este punto, algunos expertos subrayan que, en ningún caso, el ciberperiodista ha de convertirse en un experto en el manejo de estos instrumentos. Según ellos, únicamente debe poseer un conocimiento de las principales herramientas y tener nociones básicas sobre su uso. <sup>7</sup>

<sup>4</sup>“Así como la *novedad* de la radio era escuchar sonidos y la de la televisión era la de ver imágenes, sin duda, la gran aportación del nuevo soporte que está naciendo es la interactividad. Ahora, el periodista ya no tiene el poder absoluto como único emisor del mensaje. Gracias a las nuevas tecnologías, el lecto-autor tiene la posibilidad de acceder directamente a las fuentes informativas sin la mediación del periodista ni de ningún tipo de intermediario, y con la misma facilidad que accede a la propia información periodística: un simple movimiento de muñeca. Si bien esto se pudiera entender como una democratización de la información, ¿hasta qué punto esto no supone una tergiversación de los hechos?” (López, Xosé; Pereira, José; Gago, Manuel. “¿Llegó la hora del lecto-periodista?”, en Actas del Congreso “Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001, nº 7, p. 109).

<sup>5</sup> “En un medio como Internet llegar a la audiencia resulta la parte más complicada. Siempre se requiere la atención y la disposición exclusivas del usuario para atender al mensaje. Es el navegante el que primero debe llegar al sitio. La gran ventaja: es el sitio el que puede ir a buscarlo luego” (Zalcberg, Ana. “El ciberperiodismo”, en Actas del Congreso “Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2001, nº 7).

## La formación del periodista digital

En el VI Congreso Nacional de Periodismo Digital, celebrado en Huesca entre el 20 y el 21 de enero de 2005, se presentaron en la revista *Sensor: Cuadernos del Congreso de Periodismo Digital*,<sup>8</sup> los resultados de una encuesta<sup>9</sup> realizada a los responsables de la edición electrónica de diferentes medios de comunicación españoles. La encuesta establecía que el periodista digital español tiene entre 26 y 30 años de media, es licenciado y lleva trabajando en su medio menos de tres años.<sup>10</sup> La ecuación parece muy sencilla: si la mayoría de los profesionales que trabajan en este campo son jóvenes y con una formación académica que se limita a los estudios de licenciatura, se plantea la necesidad de formar a los estudiantes de Periodismo en

las competencias propias del ciberperiodismo. Por un lado, el periodismo *on-line* se presenta como un ámbito laboral en alza<sup>11</sup> y, por otro, el currículo de la licenciatura de Periodismo debe contemplar la necesidad de dotar a los estudiantes de las competencias necesarias para desenvolverse de manera eficaz en este nuevo ámbito.

El estado actual de la enseñanza del periodismo *on-line* en España se encuentra todavía en una fase inicial de su desarrollo.<sup>12</sup> Sin embargo, es posible prever los cambios más importantes que, desde el punto de vista formativo, exige. Se trata de una decena de transformaciones en la formación de los estudiantes que permitirían alcanzar con mayores garantías profesionales su preparación para ejercer con eficiencia el ejercicio ciberperiodístico (tabla 1).

**El ciberperiodista es, ante todo, un periodista. Aun así, por el singular ‘escenario’ en el que se desenvuelve y en el que se difunden sus mensajes, requiere de una formación específica que le capacite para responder a las nuevas demandas de un escenario laboral edificado en torno a Internet.**

### TI Cambios formativos en la formación del ciberperiodista. *Continuación*

Cambio	Objetivo perseguido
Dominio del manejo de fuentes en Internet	El ciberperiodista ha de conocer las estrategias de búsqueda y consulta de fuentes <i>on-line</i> más eficaces y seguras. En este punto, los expertos hacen especial hincapié en la importancia de que conozcan mecanismos de contraste y verificación de los datos que hallen en la Red.
Capacidad de crear mensajes adaptados a la Red	El ciberperiodista deberá dominar las posibilidades de los diferentes atributos informativos (imagen estática o en movimiento, audio y texto) y tendrá que ser capaz de idear mensajes que exploten las posibilidades de Internet y, especialmente, adaptarse, en muchos casos, a las particularidades del público receptor.
Capacidad de trabajo en equipo	El ciberperiodista tendrá que saber organizarse y trabajar en equipo en el desempeño de las diferentes tareas que introducen las rutinas de producción propias del ciberperiodismo.
Capacidad de reciclaje formativo constante	El ciberperiodista tendrá que mentalizarse de la importancia de una actualización constante de sus conocimientos, debido al acelerado ritmo de cambios que experimenta la Red y, por ende, los instrumentos y los servicios vinculados a la misma.

<sup>6</sup> Las conclusiones y otros datos presentados a lo largo del artículo son el resultado de la investigación realizada en el marco de la tesis doctoral *La enseñanza del ciberperiodismo en España*, elaborada por Santiago Tejedor Calvo, bajo la dirección del catedrático José Manuel Pérez Tornero. En la citada tesis, se ha contado con la colaboración de un grupo de docentes e investigadores de universidades españolas que han aportado sus propuestas y recomendaciones sobre la inclusión curricular del periodismo *on-line*.

<sup>7</sup> Vicent Partal se muestra tajante con relación al dominio de herramientas técnicas por parte de los ciberperiodistas: “En las facultades se debería despertar el interés de los estudiantes por la tecnología, pero no se debería enseñar tecnología. Un periodista digital, si no tiene curiosidad por descubrir qué se puede hacer con la tecnología, no funcionará”. Ver: Tejedor Calvo, Santiago. *Op. cit.*, p. 318.

El ciberperiodista es, ante todo, un periodista. Aun así, por el singular escenario en el que se desenvuelve y en el que se difunden sus mensajes, requiere de una formación específica que le capacite para responder a las nuevas demandas de un escenario laboral edificado en torno a Internet. Las características de este profesional de los cibermedios son las siguientes:

**Conoce la estructura informativa:** es un profesional que conoce características de la estructura de los medios digitales.

**Produce información en tiempo real:** es un periodista capacitado para producir información en tiempo real (aspecto que introduce amplias diferencias respecto a medios como la prensa escrita o la televisión). En este sentido, presentaría un perfil cercano al periodista radiofónico, capaz de reaccionar de manera rápida en la cobertura informativa de acontecimientos de última hora.

**Asume varios roles:** es un periodista que no sólo actúa como emisor de mensajes infor-

mativos, sino que adquiere también los roles de filtro de información y de orientador de los usuarios.

**Domina la Red como fuente de información:** es un experto en el manejo de las redes telemáticas, especialmente, de Internet. Es capaz de utilizar la Red como fuente de información y como fuente de noticias. Conoce cómo encontrar, verificar y contrastar informaciones a través de Internet.

**Gestiona información:** es un gestor de información dotado de amplias capacidades para la clasificación, el almacenamiento y la distribución de ingentes cantidades de información de diferente naturaleza.

**Redactor ciberperiodístico:** es un profesional capaz de generar mensajes informativos adaptados a las características de la Red y según las rutinas de producción de los medios *on-line*.

**Utiliza herramientas de software:** es un profesional familiarizado con las características, las aplicaciones y el uso de las herramientas

de *software* relacionadas con el ciberperiodismo, aunque no sea un especialista y/o un experto en ellas.

**Es creativo:** es un periodista con gran capacidad creativa.

**Trabaja en equipo:** es un profesional que conoce y aplica con éxito dinámicas de trabajo en equipo.

**Explota la interacción:** es un periodista que explota, de manera constante, en su quehacer diario las posibilidades interactivas del medio *on-line*.

**En continuo reciclaje formativo:** es un profesional abierto a una renovación o reciclaje continuo de conocimientos.

### De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística

Sin que el problema del analfabetismo haya sido resuelto, la sociedad del conocimiento, con el conjunto de innovaciones tecnológicas que conlleva, ha originado un nuevo tipo de alfabetización: la alfabetización digital.<sup>13</sup> Aparecen así nuevos conceptos como el de *brecha* o *fractura* digital, utilizados para hacer alusión a aquellos colectivos que quedarán excluidos del acceso y del uso de las nuevas tecnologías de la información.<sup>14</sup> En el escenario ciberperiodístico, es posible hablar de la necesidad de otro tipo de alfabetización. No es suficiente con que los periodistas *on-line* estén *alfabetizados digitalmente*.

Ellos también necesitarán conocer los mecanismos de acceso y utilización de las nuevas herramientas tecnológicas. Sin embargo, a diferencia del resto de los ciudadanos, deberán ¿tanto por sus exigencias profesionales como por su compromiso deontológico? disponer de una serie de capacidades que les permitan *seleccionar, acceder, evaluar, integrar, gestionar, crear y comunicarse* en el seno de la sociedad-red, aplicando criterios, adoptando decisiones y siguiendo pautas de trabajo de naturaleza puramente periodística. Sus funciones, sus responsabilidades y sus tareas diarias en los cibermedios les exigen, por así decirlo, una *alfabetización* que más allá de la *digital* para convertirse en *ciberperiodística*.<sup>15</sup>

<sup>8</sup> Sensor. Cuadernos del Congreso de Periodismo Digital. VI Congreso Nacional de Periodismo Digital. Huesca, 20 y 21 de enero de 2005, n.º 1.

<sup>9</sup> La encuesta se realizó mediante el envío de un cuestionario electrónico a los responsables de la página de Internet de 70 medios de comunicación españoles. De ellos, respondieron un total de 39. Los datos de las encuestas se basan en las respuestas obtenidas de *El País*, *La Razón*, *20 Minutos*, *Metro Directo*, *Marca*, *As*, *Expansión*, *Cinco Días*, *Gaceta de los Negocios*, *Sur*, *Diario de Málaga*, *Diario de Cádiz*, *Ideal*, *Diario de Almería*, *Diario Montañés*, *El Periódico de Catalunya*, *La Vanguardia*, *El Mundo Deportivo*, *El Diario Vasco*, *La Voz de Galicia*, *La Verdad*, *Heraldo de Aragón*, *El Periódico de Aragón*, *Diario del Altoaragón*, *Diario de Mallorca*, *El Norte de Castilla*, *El Adelantado*, *El Periódico de Extremadura*, *Diario de Navarra*, *Las Provincias*, *Cadena Ser*, *Catalunya Ràdio*, *Onda Cero*, *Libertad Digital*, *Madridiario*, *Andalucía 24 Horas*, *Aragón Digital* y *Canarias Ahora*. La encuesta se llevó a cabo entre el 1 y el 17 de enero de 2005.

<sup>10</sup> Tal y como señala Bella Palomo, de la Universidad de Málaga, "la mayoría de las empresas se muestran reticentes a la hora de invertir en la formación y la reestructuración de sus plantillas, que supondría dar por bueno el reto que plantea el periodismo en línea. Ello es motivo de crítica por parte de los profesionales. En nuestro país, por ejemplo, donde la práctica totalidad de los diarios se encuentran en la Red, sólo la mitad de los periodistas reconocen tener correo electrónico en la redacción, si bien la mayoría asegura el uso frecuente de Internet para el ejercicio de su trabajo" (Palomo, M<sup>a</sup> Bella. *Op. cit.*, p. 56).

<sup>11</sup> La investigadora Virginia Luzón apunta: "Es un hecho que sin la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación el trabajo será más lento y posiblemente menos elaborado. Y, además, se suma el agravante de que más de la mitad de las actuales ofertas de trabajo para el periodista provienen de medios digitales, donde saber aplicar correctamente los criterios de utilización de las nuevas tecnologías es imprescindible. Por ello, en el ámbito laboral podemos diferenciar entre aquellos periodistas formados y capacitados para trabajar con las nuevas tecnologías y aquellos cuya formación ha quedado anticuada, al ser anterior a la implantación de las nuevas tecnologías en el ámbito español" (Luzón, Virginia. "Periodista digital: de McLuhan a Negroponte", en *Investigar para el siglo XXI*. Actas de las VII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Santiago de Compostela, Asociación Internacional de Jóvenes Investigadores en Comunicación. Universidad Santiago de Compostela, 2001, 22 y 23 de marzo de 2000, p. 17).

<sup>12</sup> El análisis del panorama actual de la enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España desemboca en una serie de conclusiones alarmantes: apenas existe una veintena de materias dedicadas exclusivamente al estudio del periodismo *on-line* en el conjunto de las universidades españolas, no hay homogeneidad entre los contenidos ofrecidos, la distribución por ciclos de estudios resulta extremadamente dispar, etcétera. Ver: Tejedor Calvo, Santiago. *Op. cit.*

<sup>13</sup> "Si la imprenta estableció una fuerte separación entre las personas que sabían leer y, por tanto, podían acceder al conocimiento que se distribuía a través de ella (que, reconozcámoslo, ha sido durante bastante tiempo, y aún hoy en día lo es, la fuente principal de distribución de la información), lo mismo pasa en la actualidad con la telemática, el multimedia y todas las tecnologías digitales, que se están convirtiendo en el elemento básico de distribución y acceso a la información, de forma que las personas que no sean capaces de utilizarlas se van a ver claramente marginadas" (Cabero, Julio; Llorente, M<sup>a</sup> del Carmen. *Dominios tecnológicos de las TIC por los estudiantes*. Grupo de Investigación Didáctica, Universidad de Sevilla. Sevilla, 2006, p. 9).

<sup>14</sup> "Para nosotros, no cabe la menor duda de que ser libres en la sociedad del conocimiento requiere estar capacitado para saber codificar y decodificar los mensajes que se generan por los múltiples medios de comunicación y las tecnologías que en ella se movilizan, y evitar de esta forma la manipulación, el cautiverio, que originan". (Cabero, Julio; Llorente, M<sup>a</sup> del Carmen. *Op. cit.*, p. 9).

<sup>15</sup> "Rodríguez Illeras utiliza el término de multialfabetizaciones para referirse a la necesidad que vamos a tener de no sólo contemplar un tipo de alfabetización oral y escrita, sino a cualquier forma de manifestación comunicativa y cultural. Esa ampliación supone resituar el lenguaje dentro de otros sistemas de comunicación" (Cabero, Julio; Llorente, M<sup>a</sup> del Carmen. *Op. cit.*, p. 10).