

**EL PERIODISMO
COMO DISCIPLINA
DEL
CONOCIMIENTO Y
EL VALOR
ACADEMICISTA
PARA UNA
PROFESIÓN DE
CALIDAD**

**THE JOURNALISM AS
DISCIPLINE OF
KNOWLEDGE AND
ACADEMIC VALUE FOR
A QUALITY
PROFESSION**

**Jesús Miguel
Flores Vivar**

Universidad
Complutense de
Madrid, Facultad
Ciencias de la
Información, Madrid,
España

RESUMEN

El presente trabajo, partiendo desde una contextualización analítica, pretende reflexionar acerca del periodismo, no sólo como profesión, sino, fundamentalmente, como disciplina científica, avalada y justificada su enseñanza en las Facultades de Comunicación. En los tiempos actuales, los estudios de periodismo deben formar e instruir a los estudiantes, en primer lugar, acerca de la manera de identificar las noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos, opiniones y caos informacional que subyace en la red; y, en segundo término, realizar investigaciones periodísticas sin menoscabo de la ética de la información y de la calidad en la redacción, en las ilustraciones, correcciones y producción de materiales en los diversos formatos de los medios de comunicación -periódicos y revistas, radio y televisión, Internet y multimedia.

Palabras clave

Periodismo; Unesco; Disciplina; Universidad; Planes de estudio; Tecnologías.

ABSTRACT

This paper, beginning from an analytical contextualization, some thoughts about journalism, not only as a profession, but mainly as a scientific discipline, supported and justified his teaching in the Faculty of Communication. In times, journalism studies should train and instruct students, first, on how to identify and recognize the fact news newsworthy in a complex data environment, reviews and informational chaos that underlies the network; and, secondly, journalistic research without compromising the information ethics and quality in the writing, in pictures, corrections and production of materials in various formats of media-newspapers and magazines, radio and TV, Internet and multimedia.

Key words

Journalism; Unesco; Discipline; University; Plans of studies; Internet; Technologies.

1. Introducción

Cuando un campo del conocimiento es reconocido como disciplina científica, es un indicador de avance y evolución cultural de una sociedad. Así, por ejemplo, la Medicina que empezó siendo una práctica empírica y que alcanzó su mayor conocimiento en las aulas universitarias hasta convertirse en lo que hoy constituye, es sólo una muestra de ese avance.

Obviamente, los estudios de la Ciencia médica no son comparables con los estudios de Periodismo o Comunicación. Pero, lo que no podemos dejar de lado es que ya nadie duda de que el periodismo se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de la democracia, tal y como afirma Abdul Waheed Khan¹ en el prologo del estudio titulado "Model Curricula for Journalism Education": *"El periodismo y los programas educativos que permiten a las personas utilizar y mejorar sus destrezas periodísticas constituyen instrumentos esenciales para sustentar principios democráticos clave que son trascendentales para el desarrollo de todos los países"* (Unesco, 2007)

Bajo este prisma, se debe debatir el estado actual de los estudios de periodismo y, específicamente, la idoneidad de los planes de formación que se dan en las Facultades de Comunicación. Para empezar, debemos partir del hecho de que el periodismo ha dejado de ser un oficio para convertirse en una profesión reglada (como la del abogado, sociólogo, filósofo o psicólogo) aunque muchos persisten en signarlo aun como oficio, que cualquier persona con estudios en este campo o sin ellos, puede ejercerlo, ignorando que la UNESCO² lo tiene identificado como disciplina del conocimiento. Por ello, es necesario adaptar la "receta comunicativa" de la formación

¹ Abdul Waheed Khan es Subdirector General de Comunicación e Información, UNESCO.

² Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

periodística al cambio de paradigma como consecuencia de la evolución constante de Internet y otras tecnologías digitales o nos resignaremos a languidecer. Según Félix Ortega (2013) profesor de Comunicación audiovisual en la Universidad de Salamanca, los tiempos han cambiado y la profesión de comunicador y periodista debe adaptarse al cambio de los hábitos de consumo y de rentabilidad de la nueva industria que se derivan de las tecnologías de la información y la comunicación. Renovarse y adaptarse, o languidecer y morir.

El presente trabajo, forma parte del análisis de una investigación más amplia sobre formación y servicios que se desarrolla dentro del proyecto competitivo "Cybermedia II: Desarrollos e innovaciones del periodismo en las redes sociales en Internet y telefonía móvil. Convergencias, modelos de negocios, servicio y formación"³.

2. Hipótesis y Objetivos

Desde hace algunos años, cada vez más voces, tanto académicas como profesionales, se alzan para poner en entredicho el futuro del periodismo como profesión por las consecuencias del impacto tecnológico. Junto a estas afirmaciones, en algunos casos, acertadas aunque exageradamente alarmistas, surgen los debates sobre la idoneidad de los planes de formación en las facultades de comunicación, circunstancia que obliga a una reestructuración o un giro radical de ciento ochenta grados en los contenidos curriculares. En contrapartida, emergen profesionales con nuevos conocimientos, adquiridos de forma autodidacta, quienes comienzan a diseñar

³ MINECO-Plan Nacional de I+D+i- Referencia: CSO2011-25235.

su propio futuro, ilusionados con proyectos que permiten que la profesión siga existiendo más allá de los grandes medios.

En este contexto, la universidad juega un papel fundamental y de vital importancia en la formación de periodistas de nuevo perfil, con un tipo de conocimientos que obliga a una revisión permanente de los planes de estudio. Pero, ¿Cuáles son los contenidos de esos planes de estudio para la formación de nuevos perfiles profesionales? Una primera hipótesis se desprende de las acertadas iniciativas que vienen haciendo instituciones de prestigio como la Universidad de Columbia de Nueva York, la City University of New York (CUNY), el Poynter Institute de Florida (EE.UU.), la City University de Londres o la Universidad de Birmingham (GB), en cuyas escuelas de periodismo se han adoptado cambios estructurales en los planes de formación incorporando asignaturas hasta hace poco impensables en la formación periodística.

Pese a los cambios de estas instituciones de referencia, surgen algunas incógnitas tales como ¿Es suficiente el cambio estructural en los planes de formación de los estudiantes de periodismo?, ¿Qué tipo de conocimientos se han de considerar en la nueva estructura de los estudios periodísticos?, ¿Cómo adaptamos las características de la cultura de datos a la nueva realidad mediática? ¿Cómo visualizamos los datos con herramientas multimedia? De ahí que, una segunda hipótesis es que las facultades de comunicación deben cumplir y asumir nuevos roles en la formación de periodistas que demanda, a escala global, una sociedad hiperconectada. Por ello, el objetivo que persigue este análisis contempla no solo estudiar y describir el funcionamiento del esquema formativo y los roles que han de asumir las facultades de comunicación españolas, sino, también, proponer contenidos que implique nuevos conocimientos que

los estudiantes de periodismo han de poseer para crecer profesionalmente en la industria de las organizaciones de noticias (Flores, 2011: 28).

3. Metodología

La metodología para realizar este estudio se basa en la emergente, aunque aun escasa bibliografía existente sobre la formación periodística para una industria de la información en donde impera lo multimedia y digital. Se ha escogido esta técnica puesto que la investigación bibliográfica es la etapa de la investigación científica donde se explora qué se ha escrito en la comunidad científica sobre un determinado tema o problema: ¿Qué hay que consultar y cómo hacerlo? En un segundo plano, no menos importante, nos basamos en el método de la observación de sitios web de universidades de referencia que tienen publicados sus programas de estudio lo que induce a pensar que el cambio, aunque gradual, se viene realizando. La observación como método científico ha de lograr una comprensión objetiva de la realidad al garantizar la recogida de información de todos y cada uno de los indicadores de los conceptos. Como técnica de investigación, la observación directa tiene amplia aceptación científica. El propósito en su uso es múltiple: permite al analista determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuando se lleva a cabo, cuánto tiempo toma, dónde se hace y por qué se hace. Según Sierra Lombardía (1998), "La observación, como procedimiento, puede utilizarse en distintos momentos de una investigación más compleja: [...] En el transcurso de la investigación puede convertirse en procedimiento propio del método utilizado en la comprobación de la hipótesis. Al finalizar la investigación, la observación puede llegar

a predecir las tendencias y desarrollo de los fenómenos de un orden mayor de generalización".

Con los resultados obtenidos esperamos ofrecer reflexiones sobre la formación periodística para una nueva sociedad en donde los ciudadanos atienden a una definición distinta de las anteriores y que consolida nuevas vivencias como algo especialmente nuevo, conocido ya como los "nuevos nuevos medios" (Levinson, 2012).

4. El valor de la titulación académica en Periodismo

Quienes consideran o afirman que el periodismo no necesita de títulos universitarios y que cualquiera puede ejercerlo, lo hacen únicamente movidos por intereses creados. Son muchos los factores que hacen que una persona que no ha estudiado periodismo, de pronto, se vea inmersa en este entorno. Una de las razones es porque después de haber estudiado cualquier carrera, encuentran su "vocación tardía" en el ejercicio del periodismo. Para muchos de los profesionales que si han realizado estudios en comunicación o periodismo, eso sólo tiene un nombre y se llama intrusismo profesional. Por otra parte de las empresas periodísticas han visto un nicho de negocio en el ámbito de la formación creando sus propios cursos magister, experto o especialista, ofertando a cualquier interesado/a para que estudie en sus "escuelas" (cuyo coste de matrícula asciende, en muchos casos, al gasto generado de cinco años de carrera en una universidad) y puedan trabajar como periodistas. En este contexto, una primera disyuntiva que surge es: ¿Quién otorga el título de periodista, una empresa o una universidad?

En 2007, la UNESCO, emitió un informe titulado “Plan Modelo de Estudios de Periodismo” (Model Curricula for Journalism Education), que se dio a conocer en el Congreso Mundial sobre Enseñanza en Periodismo, en Singapur, en junio de ese año. En dicho informe se recoge que:

“El periodismo desempeña diversas funciones en la sociedad contemporánea como fuente de información, análisis y comentario de los hechos de actualidad. No obstante, el objetivo básico de la mayoría de los periodistas es servir a la sociedad informando a la ciudadanía, interrogándose sobre el modo en que se ejerce el poder, favoreciendo el debate democrático y, con ello, contribuyendo al desarrollo político, económico, social y cultural” (Unesco, 2007).

Por ello, resulta incomprensible como algunas veces se han escuchado afirmaciones, incluso de algunos profesionales de medios, que el periodismo se basa sólo en aprender algunas técnicas de redacción, algo de ética o identificar los géneros. Esta afirmación, que no deja de ser una opinión sin fundamento, se ve argumentada por el resultado que se tiene -en la actualidad- en la gran cantidad de errores de redacción, de locución, de minutado, de contexto, de interpretación, de cultura, contraste de fuentes, de cibercultura, etc., que se cometen a diario en los medios independientemente del formato, lo que trae como consecuencia una degradación del entorno profesional periodístico cuya formación se imparte en muchas universidades del mundo.

En este contexto, los estudios de periodismo en la universidad están obligados a tornarse cada vez más necesarios. ¿Podría, por ejemplo, una persona conocedora de leyes ejercer la abogacía sin haber adquirido previamente un título en la facultad de Derecho? ¿Podría cualquier ciudadano ejercer de psicólogo con el conocimiento que le

proporciona sólo Internet, sin haber obtenido una titulación en la facultad correspondiente? En ambos caso, no. ¿Por qué entonces en periodismo no se hace igual? Algunos opinan que existen intereses creados. De hecho, si pudiésemos saber cuántos de los profesionales que ejercen el periodismo en un medio son titulados en periodismo, la respuesta podría sorprendernos no satisfactoriamente.

4.1. Perspectivas en la evolución de las Facultades de Comunicación

Hemos entrado en una era de cambios vertiginosos en todos los ámbitos de la información: desde las fuentes a los públicos, desde los géneros tradicionales a las nuevas tecnologías. Asistimos a ver cómo emergen los nuevos medios, en donde el protagonista es también el usuario como parte de la nueva audiencia. Los blogs, wikis, aplicaciones para dispositivos táctiles y las redes sociales están dando paso a un nuevo modelo comunicacional que revoluciona el paradigma del mercado de la información y comunicación, de la industria de los contenidos.

La narrativa transmedia, el periodismo móvil, el periodismo de datos y el periodismo emprendedor, por citar sólo algunos entornos del nuevo periodismo, configuran un panorama en donde es necesario proponer nuevos esquemas formativos en las facultades de comunicación, aunque sin que esto afecte a la concepción esencial del periodismo.

Desde su creación, en las facultades de comunicación españolas que incluyen estudios de periodismo, los estudiantes han venido adquiriendo competencias y

habilidades que les ha permitido desarrollar su labor en un entorno analógico. Pero, los entornos analógicos o tradicionales han dado paso a un nuevo ecosistema basado en lo tecnológico, en lo digital y multimedia (Cebrián, 2005). En este entorno de cambio y de revolución, la universidad, los docentes e investigadores se encuentran en una situación en la que los cambios tecnológicos y los hábitos de consumo de los usuarios están evolucionando a una velocidad superior a la que difícilmente pueden adaptarse los contenidos curriculares de los programas académicos. La velocidad del mercado es superior a la de los procesos administrativo-burocráticos de la academia y sus ministerios y agencias de evaluación y acreditación.

Según el Plan Modelo de Estudios de Periodismo (Unesco, 2007), los estudios de periodismo:

[...] tendría que aportar a los estudiantes los conocimientos y la formación necesarios para reflexionar sobre la ética periodística y las mejores prácticas en el periodismo, además de la función del periodismo en la sociedad, la historia del periodismo, el derecho periodístico y la economía política de los medios de comunicación (la propiedad, la organización y la competencia, entre otros). Debería enseñarles cómo informar sobre cuestiones políticas y sociales de especial alcance para su propia sociedad mediante cursos concebidos en colaboración con otros departamentos de la escuela universitaria o la universidad. Tendría que garantizar que adquieren tanto conocimientos generales amplios como las bases de un saber especializado en un ámbito importante para el periodismo. Debería asegurar que adquieren la capacidad lingüística necesaria (o que cuentan con ella como prerrequisito) para el ejercicio del periodismo en su país, lo cual

exige, en algunos casos, poder trabajar en idiomas indígenas o vernáculos locales. Y debería prepararlos para adaptarse a las transformaciones tecnológicas y a otros cambios en los medios de comunicación e información.

En este contexto, la enseñanza actual del periodismo tendría que formar e instruir a los estudiantes acerca de la manera de identificar las noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos, opiniones y caos informacional que se desprende de la red; de realizar investigaciones periodísticas y de redactar, ilustrar, corregir y producir material en diversos formatos de medios de comunicación (periódicos y revistas, radio y televisión e Internet y multimedia) para un público propio de esos formatos.

4.2. La disrupción en la enseñanza del periodismo

En España, donde existen más de cuarenta facultades de periodismo y comunicación, los estudiantes se vienen preguntando si ellos encontrarán trabajos o prácticas profesionales (pasantías) cuando se gradúen. Otros, lamentan la profesión que eligieron. ¿Quién puede culparlos? Desde que empezó a implantarse el grado (sustituyendo a la licenciatura) en las universidades españolas hace unos cuatro a seis años, la industria se ha convertido tan inestable como arenas movedizas. Desde empresas periodísticas a seleccionadores de personal pasando por orientadores profesionales, están de acuerdo en que los estudiantes de periodismo, particularmente aquellos que están en el último año de carrera, se enfrentarán a extraordinarios desafíos consiguiendo trabajos en un terreno que ha sido altamente

competitivo, incluso, antes de la caída de la economía. Sin embargo, estos mismos orientadores profesionales dicen que hay claras tendencias en la industria de los medios que ofrecen oportunidades e información para que los jóvenes buscadores de trabajo en periodismo permanezcan competitivos y formados en nuevas técnicas.

La detección de nuevos perfiles obliga a emprender nuevas líneas de formación, por ejemplo, en el ámbito de las redes sociales. Para ello, hace falta un análisis de los planes de estudios actuales de grado y posgrado con el fin de detectar las necesidades formativas no cubiertas. Esto reclama, por una parte, una concepción transversal: aspectos incluidos en el conjunto de asignaturas aunque no aparezca en su denominación referencia a las redes sociales y, por otra, una concepción focalizada exclusivamente en redes sociales y que puede aparecer en el título de la asignatura. Las líneas de enseñanza deben estar profundamente relacionadas con los perfiles profesionales emergentes y los que puedan apreciarse en el transcurso del tiempo. Los perfiles profesionales y la necesidad de enseñanza para cubrirlos forman tal unidad que reclaman mayor interrelación (Flores y Salinas, 2012). Reconociendo esta tendencia, programas de periodismo en las universidades de distintos países, incluido España, han estado tratando de renovar sus currículos de estudio con la intención de ofrecer cursos que enseñen, por ejemplo, a escribir para la Web y familiarizar a los estudiantes con software utilizado en el entorno multimedia tales como Adobe Premiere Pro (para editar video), Flash (para presentar video online y crear presentaciones interactivas), Dreamweaver (para la construcción de sitios Web) o los cada vez más usados Gestores de contenidos (CMS).

Ernest Sotomayor⁴, asistente del decano de servicios profesionales de la Graduate School of Journalism de la Columbia University, dice que todos los estudiantes de su programa de *Master of Science* de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, se gradúan con destrezas multimedia básicas por lo que cara al entorno laboral “lo multimedia puede significar muchas diferentes cosas”. En algunos casos, ello sólo significa el ser capaz de grabar sonido. En otros, significa ser capaz de producir una noticia de radio con todas las técnicas necesarias. Independientemente de estas situaciones, esto significa poder salir a la calle y traer la noticia, escribir en formato online, filmar video, editar desde el mismo sitio en donde ocurre un hecho y actualizar contenidos para la edición impresa.

Pero, no todos los programas de periodismo han puesto en marcha sus programas de enseñanza multimedia. En esta línea, Joe Grimm (2010), un columnista de Poynter Institute⁵ y antiguo reclutador de periodistas por más de 18 años en Detroit Free Press, en su artículo⁶ titulado “Columbia’s New Dual Degree Program Aims to ‘Redefine Journalism As We Know it’” afirma que los estudiantes no necesitan esperar hasta que sus facultades les ofrezcan cursos sobre tecnología, puesto que ellos pueden fácilmente hacerlo solos. Para Eldra Gillman, directora de contrataciones y educación para CBS Corp., citado por Grimm (2010) “cualquier estudiante con destrezas tecnológicas se encuentra muy por encima de quien necesita entrenamiento”.

⁴ <http://www.journalism.columbia.edu/profile/287-ernest-sotomayor/10>

⁵ <http://www.poynter.org/author/jpgrimm/>

⁶ <http://www.poynter.org/how-tos/career-development/ask-the-recruiter/104901/columbias-new-dual-degree-program-aims-to-redefine-journalism-as-we-know-it/>

4.3. Repensar el periodismo. Una llamada a la innovación

Howard I Finberg⁷ (2013), director de formación del Poynter Institute, en su artículo titulado "Repensar el periodismo. Una llamada a la innovación" publicado en el sitio web del Poynter a raíz del Informe sobre el Estado de la Educación en Periodismo⁸, hace un diagnóstico de la situación de la formación periodística (2013):

Lo que da miedo de una ruptura es que no sabe a dónde irá. Hace cuarenta años, no nos dábamos cuenta que la primera llamada de teléfono móvil llevaría todo lo móvil a la informática y los teléfonos inteligentes. Hace veinte años, no nos dimos cuenta de que Amazon transformaría compras al por menor. Hace diez años, no existía Facebook, ni Twitter. Usted simplemente no sabe a dónde nos conducirá la innovación disruptiva. Lo que sí sabemos, sin embargo, es que el futuro de la enseñanza del periodismo se encuentra en una situación crítica.

Finberg, señala dos razones para argumentar su reflexión:

1. El tiempo se agota. La disrupción, impulsada por la economía y la tecnología, está realizándose mucho más rápido que la mayoría de los administradores del sistema universitario.
2. La educación en Periodismo sufrirá cambios fundamentales, sobre todo, en la forma como se enseña el periodismo y quien enseña. Los que no innovan en el aula, se habrán quedado atrás, al igual que los que optaron por no innovar en la sala de redacción.

⁷ Director of Training Partnerships and Alliances The Poynter Institute for Media Studies

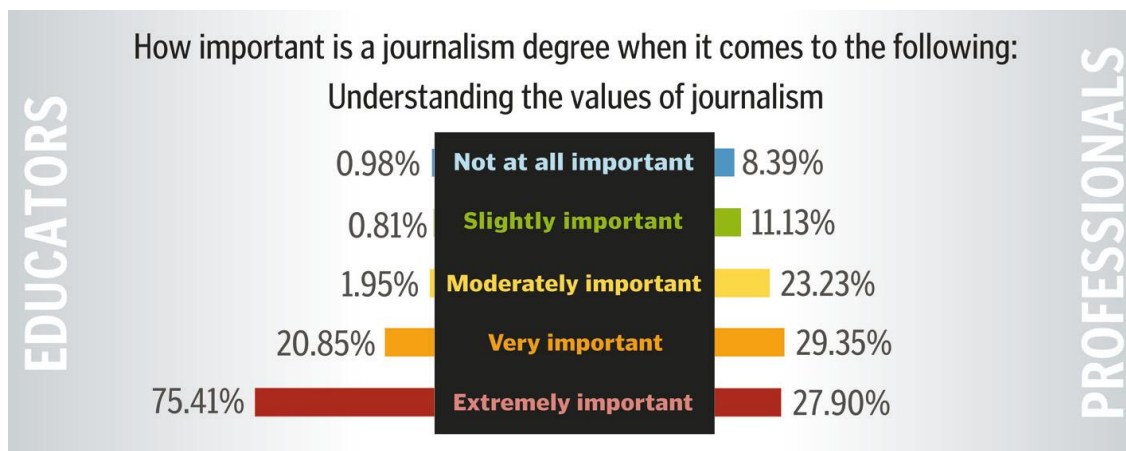
⁸ El Estado de la Educación en Periodismo es el informe que anualmente elabora el University News del Poynter Institute. Florida, EE.UU.

Desde hace algunos años, se han desatado discusiones sobre el futuro de la formación en periodismo en las escuelas universitarias. Académicos y profesionales aun siguen debatiendo como se verá el futuro de la educación en periodismo, al igual que los profesionales de la información vienen discutiendo sobre cómo será el futuro del periodismo. El resultado de una encuesta del Poynter News University llevada a cabo en la primavera de 2012, destacaba que “muchos podemos sentirnos decepcionados, pero no sorprendidos de que las posiciones tanto para los educadores y los profesionales no han cambiado mucho en el último año”. Una nueva encuesta realizada por la misma institución (a finales de ese año), no muestra cambio alguno en las actitudes de ambos grupos. Con más de 1.800 respuestas, dividido entre profesionales y académicos, aun hay una gran distancia [más de 40 puntos] entre los dos grupos de encuestados.

Pese a no esperar ver un cambio masivo en las opiniones de los encuestados, si se esperaba ver un poco movimiento, especialmente entre los académicos. De los resultados de dicha encuesta del Poynter, se destaca:

1. Hoy en día, el 96 por ciento de los que se identifican como educadores (profesores) del periodismo creen que un grado en periodismo es muy importante. Y, extremadamente importante cuando se llega a la comprensión del valor del periodismo. Este resultado es casi idéntico al resultado de 2012. Los profesionales [editores, periodistas y otros relacionados] tienen una opinión menos favorable (57 por ciento) afirmando que un título sólo es valioso cuando se trata de entender el valor de periodismo. Este es el mismo porcentaje que en la encuesta de 2012.

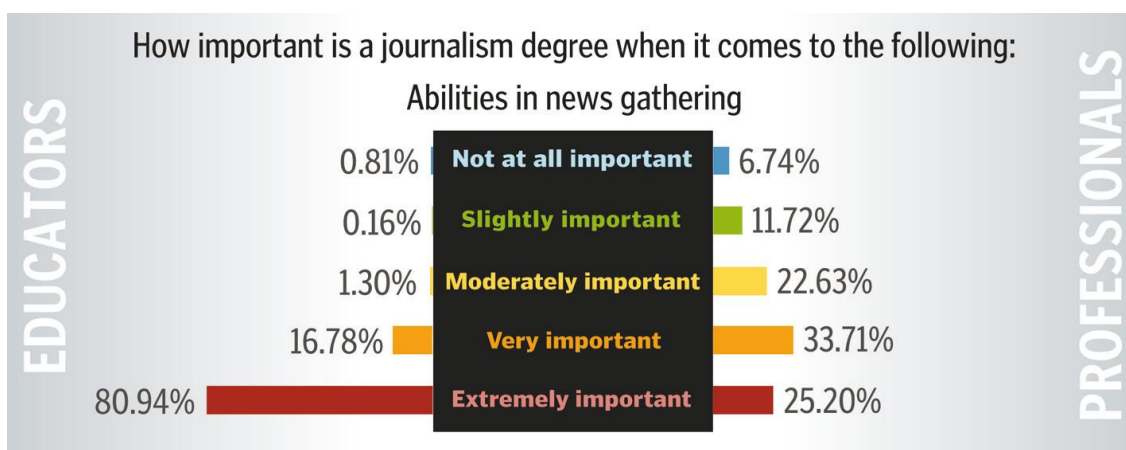
GRÁFICO 1.- Importancia de un grado en periodismo cuando se trata de entender los valores del periodismo



Fuente: Poynter News University (2013)

2. Tampoco se perciben cambios en la brecha entre docentes y profesionales acerca de su visión sobre la importancia de un grado en periodismo cuando se trata de "habilidades en la recopilación de noticias, edición y presentación de las noticias". Casi todos los educadores (98 por ciento) dicen que un grado es extremadamente importante cuando se trata de las habilidades en la recolección de noticias. Pero sólo el 59 por ciento de profesionales comparte esta opinión, ya que casi uno de cada cinco dice que un título no es del todo importante o es sólo ligeramente importante en términos de recopilación de información de noticias. Existe una gran desconexión entre la profesión y la comunidad académica. Incluso, los docentes ven con preocupación de que la formación en periodismo no está a la par con lo que se hace en la profesión.

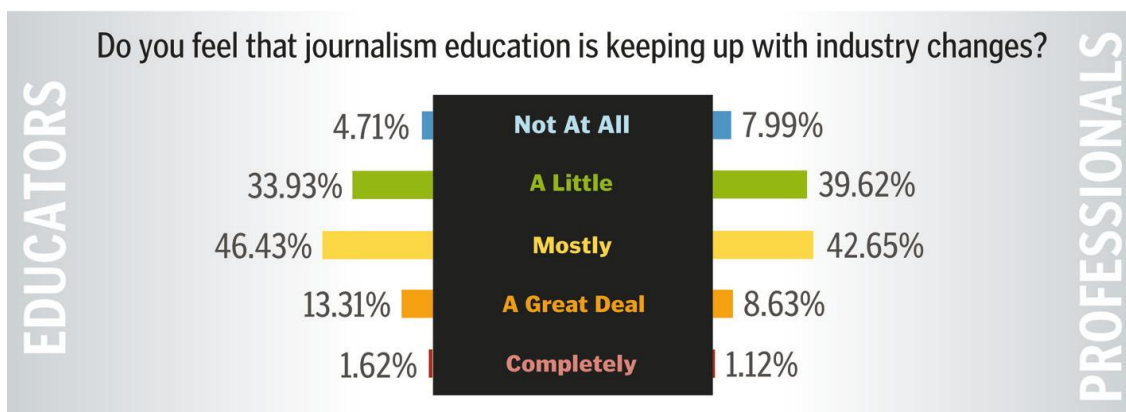
GRÁFICO 2.- Importancia de un grado en periodismo para docentes y profesionales cuando se trata de recopilar noticias



Fuente: Poynter News University (2013)

3. El treinta y nueve por ciento de los docentes ha manifestado que la educación en periodismo que busca mantenerse al día con los cambios de la industria hace nada o muy poco. Los líderes de las salas de redacción y miembros del personal son aún más críticos, con 48 por ciento, diciendo que la academia no está al día con los cambios que el campo del periodismo demanda.

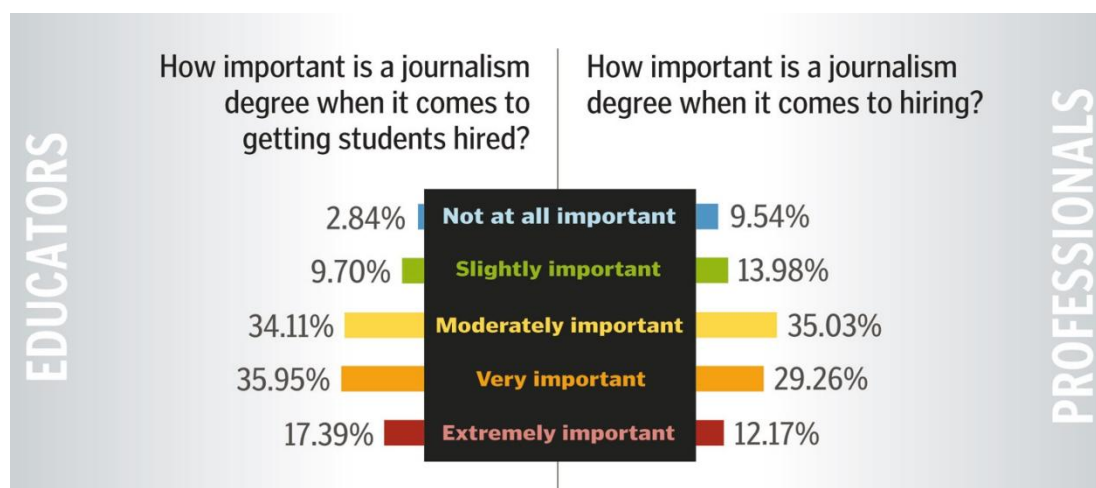
GRÁFICO 3.- Importancia de los estudios de periodismo para el mantenimiento de los cambios de la industria



Fuente: Poynter News University (2013)

4. En cuanto a si un grado en periodismo es valioso cuando se trata de conseguir un trabajo, la brecha entre profesores y profesionales es más pequeña. Más de la mitad [53 por ciento] de los docentes piensan que un título en periodismo es muy importante a extremadamente importante para conseguir un puesto de trabajo. En contrapartida, sólo un cuarenta y uno por ciento de los profesionales comparten esa creencia. Pero aquellos que se identifican a sí mismos como "trabajo por cuenta propia" tienen una opinión aún más baja acerca de un grado de periodismo, y sólo un 38 por ciento dice que un título de periodismo es muy importante a extremadamente importante para conseguir trabajo.

GRÁFICO 4.- Importancia de un grado en periodismo para la contratación de profesionales



Fuente: Poynter News University (2013)

Estos resultados significan que, a pesar de que las actitudes no han cambiado desde la encuesta del 2012, si existe una percepción de redoblar los esfuerzos para repensar la enseñanza del periodismo.

Una cuestión similar ya se había diagnosticado en el mencionado Informe Modelo de Enseñanza del Periodismo (Unesco, 2007), en donde se indica que uno de los puntos débiles de buena parte de la enseñanza del periodismo es consecuencia de la incapacidad de apreciar el grado en que la enseñanza de disciplinas universitarias constituye (junto a la cobertura periodística y la redacción) el fundamento del ejercicio del periodismo. En el otro extremo de esa ecuación se halla la necesidad de los estudiantes de periodismo de recibir formación sobre técnicas periodísticas y sobre el empleo del equipo impartida por periodistas competentes en ejercicio, no sólo como docentes invitados puntualmente sino como integrantes respetados (y debidamente retribuidos) del claustro de profesores. A fin de enriquecer esta vertiente práctica, todos los programas tendrían que incluir un periodo de prácticas (pasantías) en un medio de comunicación e información y sería necesario que las escuelas de

periodismo se dotaran de acuerdos de colaboración con medios de comunicación e información locales.

Al respecto, los convenios de colaboración entre organizaciones de noticias y universidades podrían contemplar, entre otras actividades, seminarios prácticos impartidos por profesores de periodismo en colaboración con periodistas de reconocido prestigio y, fundamentalmente, la estancia en medios de comunicación de miembros del claustro de profesores en comisión de servicio o intercambios y proyectos conjuntos. Las escuelas pueden organizar la celebración de seminarios en las sedes de esos medios de comunicación e información con el objetivo de permitir a los estudiantes acceder a tecnología y servicios de información de los que carecen en la escuela. Esa colaboración puede servir para acortar la distancia entre los programas de estudios de periodismo y el sector de la industria de los medios de comunicación.

El Informe de la Unesco propone instar al sector de los medios de comunicación e información a que concedieran a los periodistas tiempo para poder estudiar en universidades o escuelas superiores y a que brindaran a los educadores de periodismo la posibilidad de mejorar sus destrezas profesionales.

4.4. La gran transformación o cibercultura del cambio

Los cambios a los que se hace alusión en las facultades de comunicación, son consecuencia del impacto que Internet y otras tecnologías del conocimiento han hecho en el ecosistema mediático y periodístico. Es sabido que la Web 2.0 supone una era de cambios y transformaciones. La profesión periodística y los medios de comunicación son los primeros afectados por estos vertiginosos cambios, incluyendo

el propio concepto de periodismo. Estamos ante una auténtica globalización de la información. En este contexto, preocupados por una perspectiva de constante innovación tecnológica y adquisición de una Cibercultura de red que debe implantarse en los medios y empresas de comunicación, grupos de universidades e instituciones trabajan con el objetivo de poner en marcha planes de estudio innovadores en la formación de periodistas con nuevos conocimientos más allá de la propia concepción del periodismo y comunicación.

En el estado actual del periodismo y los medios de comunicación, urge una remodelación y revisión de los contenidos que se imparten en las facultades y escuelas de periodismo. La formación y aprendizaje del periodismo y comunicación en las aulas universitarias ha sido, durante décadas, un modelo que se ha basado en las clases presenciales. El aprendizaje y conocimiento sobre esta disciplina, se ha transferido, tradicionalmente, a través de clases magistrales impartidas por teóricos de la comunicación. En la actualidad, el modelo de aprendizaje y docencia del periodismo y comunicación sigue siendo el mismo, aunque a ese modelo tradicional se suman unos componentes que en solo diez años de existencia han irrumpido vertiginosamente, impactando en todas las esferas de la sociedad y del conocimiento. Estos componentes o recursos abanderadas por Internet y otras tecnologías emergentes afectan de lleno, no solo al contexto de la propia profesión periodística, sino a la forma y el fondo de como se imparte la formación en esta titulación.

El nuevo modelo de enseñanza-aprendizaje con apoyo de los campus virtuales, no trata de sustituir las clases presenciales que se imparten en la licenciatura, grado o postgrado, sino, que su objetivo es, principalmente, convertirse en un complemento del aprendizaje que redunde en la formación del alumno, además de ser un apoyo

complementario para la realización de tutorías más personalizadas y con mayor capacidad de respuesta. Así, el uso de internet y otras tecnologías emergentes, están siendo estudiadas y aplicadas a la docencia de forma progresiva. Por ejemplo, el uso de plataformas blogs o wikis para la generación de interactividad y participación en red y la telefonía móvil con sus nuevos códigos de comunicación.

Las instituciones públicas o privadas, organizaciones profesionales y empresas se afanan en indicar que la educación en la sociedad de la información ha de ser un factor de igualdad social y de desarrollo personal, un derecho básico y no únicamente un producto de mercado. Los grupos de alto riesgo en términos informacionales, los infoparias proclives de la brecha digital, han de ser objeto de acciones positivas por parte de los poderes públicos. Por esto, debemos evitar que las tecnologías digitales de la información acrecienten las diferencias sociales existentes o creen sus propios marginados. Pero ¿Están los centros universitarios preparados para afrontar la parte que les corresponde de este desafío? ¿Cuál debe ser el nuevo modelo educativo en periodismo para las facultades de este siglo? ¿Cómo ponerlo en práctica en las aulas? ¿Qué cambios deben ser introducidos en las aulas? ¿Cómo formar al profesorado para asumir estos retos? ¿Qué papel juega la Red en los procesos de formación a distancia?

En la sociedad industrial tradicional la educación estaba íntimamente ligada a las posibilidades de movilidad social. Cuanto más alto se llegase en niveles educativos más fácil sería llegar a altos puestos en la jerarquía social. Una de las grandes motivaciones para que una persona estudiara venía dada por la posible recompensa del ascenso social. En la actualidad, llegar a la cúpula del sistema educativo no implica acceder a la cúpula del sistema social. Es decir, tener un título universitario no es sinónimo de acceder rápidamente a un puesto de trabajo.

Los entornos de enseñanza/aprendizaje no pueden permanecer anquilosados en el pasado, en la forma tradicional de enseñanza. Esto significa la exigencia de nuevos roles tanto en profesores como estudiantes. La perspectiva tradicional en educación superior, por ejemplo, del profesor como única fuente de información y sabiduría y de los estudiantes como receptores pasivos debe dar paso a papeles bastante diferentes con características más activas. La información y el conocimiento que se puede conseguir en las redes telemáticas en la actualidad son ingentes. Cualquier estudiante universitario puede conseguir más información de la que su profesor tardará meses en disponer por los canales tradicionales. La misión del profesor en entornos ricos en información es la convertirse en facilitador, guía o consejero sobre fuentes apropiadas de información fomentando entre los estudiantes la creación de hábitos y destrezas en la búsqueda, selección y tratamiento de la información.

Las escuelas de periodismo a menudo han sido consideradas como las escuelas de comercio más que modernas escuelas profesionales. Para medios de comunicación que han creados sus propias escuelas o centros de formación estos son unidades de negocio. Como la importancia del periodismo crece y su tarea de explicar el mundo para el público se vuelve más complejo y exigente, las escuelas de periodismo deben moverse con firmeza en el ámbito de la escuela profesional. Esto incluye al personal docente con cuyos miembros son líderes activos en la profesión a través de su trabajo periodístico, su enseñanza y su participación en el discurso público y que confieren a sus estudiantes no sólo la entrada-nivel de habilidades de trabajo, sino, también, un sentido de la historia de la profesión y su importancia para la sociedad y el Estado. Esta situación significa que las escuelas de periodismo deben basarse en los recursos disponibles en sus universidades para dar a los estudiantes el conjunto más poderoso de posibles herramientas las que ayudarán a transmitir sus conocimientos al público.

Las escuelas de periodismo están comprometidas con la idea de que las sociedades funcionan mejor cuando sus ciudadanos tienen acceso a la información que ha sido recopilada y presentada por profesionales muy bien formados, bien educados, honestos, dignos de confianza. En suma por personas inteligentes que han dedicado su vida a una noble profesión como es el periodismo.

Miranda Mulligan, directora ejecutiva de Innovation Lab Knight News en Northwestern University y ex directora de diseño digital de The Boston Globe, afirma que los periodistas tienen que aprender cómo codificar si se quiere llegar a ser mejores (y más empleables) narradores. Por ello, las escuelas deben enseñar a los estudiantes a tener una mente abierta acerca de sus habilidades- y eso significa aprender al menos lo básico de la programación. Con el conocimiento básico de la programación, los periodistas pueden aprender a crear aplicaciones (mashups) para contar historias, así como la forma de realizar presentaciones (visualizaciones) en forma de código con las noticias más calientes. Nunca antes ha sido más urgente para la industria de las noticias el entender el código lo suficientemente como para tener conversaciones significativas con los tecnólogos. En este contexto, uno de los retos que tienen los educadores-formadores consiste en eliminar el miedo de aprender, de reciclarse, un miedo notoriamente frecuente entre los periodistas. En gran medida hemos asistido a este tipo de debate y discusión una y mil veces. Pero, ahora, no sólo los periodistas visuales se quejan por el estancamiento de la narración y presentación en línea de donde surge una sola respuesta a esto: Los periodistas deben aprender más sobre el código. Entender y comprender el medio nos hace mejores narradores. Para una industria que se precia de ser inteligente y tolerante, ignorar a Internet puede conducir al fracaso. (Flores, 2012).

Es hora de que los futuros periodistas sepan cómo trabajar con el código, como desarrollar una aplicación, como crear y diseñar. Asumiendo que se viene enseñando a los estudiantes de periodismo las técnicas del siglo pasado, es hora de innovar nuestros planes de estudio realizando un cambio de 180 grados. Pero, el aprendizaje de un software específico obliga a una formación continuada (Briggs, 2007). Nadie puede aprender narración digital en un semestre. Por ejemplo, el dominio de Dreamweaver, Flash o cualquier CMS⁹, no es que sea complicado su aprendizaje, pero tampoco hay que pensar que se aprende de "prisa y corriendo" subestimando la magnitud del conocimiento de este tipo de aplicaciones, por lo que incluir su aprendizaje en un curso de periodismo online o ciberperiodismo, como materia optativa puede hacer más daño que bien. Esto significa que debemos estar enseñando código en todos los cursos del grado de Periodismo (cada semestre, cada año, hasta su graduación).

La oferta de trabajos para diseñadores y periodistas que saben escribir código está creciendo exponencialmente. Por tanto, vamos a coger "el toro por los cuernos" o, lo que es lo mismo, devorar la lectura de la obra "El arte de la guerra" y atacar el problema de la (mala) formación desde todos los ángulos. Dicho en *roman paladino*: Tenemos que enseñar a los estudiantes a ser más tecnológicamente alfabetizados. Tenemos que enseñarles cómo aprender y cómo errar. Porque no es lo mismo ser nativo digital que alfabeto digital. Esto no significa que los redactores o editores individuales de sus contenidos en blogs o páginas web, que han aprendido un poco de programación deben terminar por convertirse en un ingeniero de software o un diseñador web. Obviamente, no. Tampoco el objetivo final es la fluidez en la

⁹ CMS es el acrónimo de Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos)

programación de software. Sin embargo, hay un valor añadido en la comprensión de cómo los navegadores leen y procesan nuestras historias.

Por ello, a la cobertura periodística y redacción de una historia, se suman, el escribir algo de código (HTML, CSS, Javascript) y la programación de aplicaciones y servicios complejos, lo que convierte al periodista profesional en un perfil con toda una colección de habilidades. Un conocimiento fundamental de código permite:

- Mantener conversaciones cada vez más importantes sobre la presentación digital. En última instancia conduce a una mejor y más significativa narración de historias en línea. La comprensión del medio te hace mejor en su oficio.
- Tener un pensamiento y comprensión de datos más profundo. Aprender más acerca de lo que sucede en la escritura digital y el software de programación enseña a pensar en términos de abstracciones, funciones, parámetros, componentes, marcos de trabajo, clases de objetos, plantillas y mucho más.

El periodismo necesita graduados cualificados que puedan crear sofisticadas presentaciones visuales o aplicaciones mediante la utilización del código de la programación. Aunque, en un principio, pueda parecer aburrido, sin emoción y muchos estudiantes se sientan intimidados a la hora de enfrentarse al uso de código, esa aprehensión pasa cuando se dan cuenta que no es tan difícil. Es una situación que, seguramente, muchos docentes han tenido –y tienen- todos los semestres durante las prácticas de asignaturas de contenido práctico como ciberperiodismo o multimedia, teniendo que lidiar con el lenguaje HTML, CCS o el uso de aplicaciones CMS.

Desde hace algún tiempo, el sentimiento predominante que existe en las especialidades de periodismo y comunicación es que los periodistas se sienten aun intimidados por las tecnologías digitales (Bradshaw, 2011). Y este sentimiento también es frecuente en las facultades de comunicación en donde se estudia periodismo. Por citar un ejemplo, en las clases de multimedia, el autor de este artículo se ha encontrado con estudiantes que mantienen cierta reticencia en el uso de la codificación en HTML. Es el trabajo de los educadores eliminar el miedo de aprender, un miedo notoriamente frecuente en los periodistas. El HTML no es magia. Escribir código no es magia, es sólo un trabajo duro. Aprender a programar no salvará al periodismo y probablemente no va a cambiar la forma en que escribimos nuestras historias. Sin embargo, es un hecho mucho más divertido ser un periodista en la web una vez y ver "cómo los ordenadores leen y entienden nuestro contenido".

Aprender a programar no sólo proporciona una habilidad práctica. También enseña a resolver problemas. Los estudiantes aprenden a ser más precisos, matizando procesos de pensamiento, por lo que la profundidad de su comprensión de la información y los datos sólo tiende a crecer. Además, los periodistas visuales, asumen que la enseñanza del código es la enseñanza del diseño de la información. Tanto los diseñadores de noticias, así como, los diseñadores de páginas web asumen las mismas responsabilidades: organizar racionalmente el contenido, lo que ilustra las ideas para profundizar en la comprensión de una historia y trabajar dentro de las limitaciones del medio.

Una de las tareas más importante que un docente siempre debe hacer es inspirar a los estudiantes a tener una mente abierta acerca de sus habilidades. Nadie sabe cómo se verá el paisaje de la narración en dos años y mucho menos en una década. Como

instructores del aprendizaje, podemos hacer ver y hacer sentir a los estudiantes que convertirse en un periodista digital es una cuestión accesible y alcanzable. Los graduados deben salir preparados con un conjunto de habilidades que incluye la capacidad de aprender rápidamente y adaptarse a cualquier entorno, estar abierto a nuevas ideas y soluciones, y tomar la iniciativa. Este perfil de profesionales nunca se aburrirá y su conocimiento siempre puede ser -y será- el arma para combatir el desempleo. Nuestra pedagogía del nuevo periodismo basado en nuevos conocimientos, habilidades y destrezas, debería inspirar a futuros periodistas digitales, a crecer continuamente, y asumir que constantemente hay que aprender las herramientas que conllevan nuevas narrativas y técnicas, inculcando así, que los procesos de aprendizaje son de por vida. De ahí que como afirmamos en otros apartados, el ejercicio del periodismo no debe concebirse como simple afición u oficio, sino como una carrera profesional, cuyos conocimientos se adquieren en las aulas universitarias.

En el entorno cambiante del ecosistema mediático, para los periodistas y las universidades la mayor necesidad en capacitación es la creación de productos multimedia (Flores, 2009). Le siguen cómo escribir para Internet y administración de comunidades online. En el mundo de hoy, de consumo y producción de noticias a gran escala, las escuelas de periodismo deberían, en mayor medida, estudiar los aspectos tecnológicos, posibilidades intelectuales, artísticas y literarias del periodismo, y llevar una constante expansión y mejora de la capacidad de la prensa para informar al público, plena, profunda e interesante, acerca de asuntos públicos de importancia y complejidad.

Por todo esto, los planes de formación deben darse en función de las necesidades del mercado de la información de cada país. La reestructuración de los planes formativos en las facultades de periodismo y comunicación debe hacerse a través de una encuesta marco a profesionales y académicos investigadores que responda sobre habilidades formativas o conocimientos más tecnológicos.

Una de estas iniciativas, cuyo objetivo buscaba acercar lo más real posible las exigencias del mercado, se llevo a cabo en 2010 por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI) que realizó una encuesta que cubrían 33 habilidades y conocimientos que agrupaban, al menos, ocho campos: narrativa, negocio, Web 2.0, creación y diseño de sitios, construcción de audiencia, administración de sitios, reportería y habilidades básicas y contexto con el objetivo de detectar las carencias formativas en el espacio iberoamericano de información. Estos campos son los que se identifican en el siguiente cuadro.

CUADRO 1.- Habilidades y entornos necesarios para la formación de nuevos perfiles

ENTORNOS	HABILIDADES	APLICABILIDAD
CREACION Y DISEÑO DE SITIOS	Cómo diseñar y crear sitios de Internet FÁCILES DE USAR. Cómo mejorar la experiencia del usuario	Usabilidad, experiencia centrada en el usuario
	Cómo organizar la información en un sitio Web/ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN	Webmaster, estructura de la información
	Cómo usar SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDO	Gestores de contenidos, recursos online
	Cómo diseñar y administrar BASES DE DATOS (por ejemplo, para crear guías de ciudad y entretenimiento)	Diseño de bases de datos, formas de estructurar la información
	Qué SOFTWARE LIBRE puedo usar en mi sitio Web	Código abierto, accesibilidad

NEGOCIO	Cómo diseñar y evaluar MODELOS DE NEGOCIO	(Estructura de costes, sostenibilidad, rentabilidad, beneficios)
	Cómo crear, comercializar PUBLICIDAD WEB	Marketing viral
	Cómo rigen los DERECHOS DE AUTOR y PROPIEDAD INTELLECTUAL en Internet	Qué se puede y qué no se puede hacer con contenido de terceros
	Cómo crear operaciones de COMERCIO ELECTRÓNICO en sitios Web	Plataformas de comercio electrónico
CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIA	Cómo mejorar la POSICION de un sitio o contenido en motores de búsqueda/	Search Engine Optimization' (SEO)
	Cómo analizar las MEDICIONES DE TRÁFICO de un sitio	(pageviews, usuarios únicos, etc) para tomar decisiones sobre contenido (Métrica)
	Cómo publicar, mantener y atraer audiencia hacia los BLOGS.	Lectores, New audience
	Cómo utilizar las REDES SOCIALES	para promover sitio y contenido, hacer campañas de mercadeo y/o publicidad
ADMINISTRACIÓN DE SITIOS	Cómo ORGANIZAR LA OPERACIÓN ONLINE	Estrategias, know how
	Cómo entrenar y enseñar a otros miembros del equipo en nuevas habilidades o conceptos (TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO)	Estrategias mentoring
	Cómo entender y administrar las relaciones con el área de TECNOLOGÍA/INGENIERÍA en la operación online.	Esto incluye el lugar en el que se aloja la página, desarrollo de proyectos de contenido, funcionalidades, etc.
	Cómo integrar operaciones/redacciones de papel, TV, radio, Internet/CONVERGENCIA	
REPORTERÍA Y HABILIDADES BÁSICAS	Cómo hacer REPORTERÍA E INVESTIGACIÓN	Propias del reportero /periodista
	Cómo mejorar la GRAMÁTICA Y ESTILO en la escritura (Puntuación, tildación, sintaxis)	
	Cómo identificar CONFLICTOS	

	<p>ÉTICOS en web</p> <p>Cómo hacer REPORTERÍA ASISTIDA POR COMPUTADOR</p> <p>Uso de TELEFONÍA MÓVIL para reportear eventos noticiosos con texto, audio, video.</p>	
CONTEXTO	<p>Cómo comprender lo que ocurre en la INDUSTRIA DE MEDIOS.</p> <p>Tendencias en medios impresos, radio, TV, Internet, dispositivos móviles, etc</p>	Estudio de tendencias
WEB 2.0	<p>Cómo promover y administrar el CONTENIDO GENERADO POR LOS USUARIOS y su participación en sitios online</p> <p>Cómo crear, promover y mantener proyectos de PERIODISMO PARTICIPATIVO en la Web</p>	Comprender a la audiencia
NARRATIVA	Cómo contar historias con VIDEO	Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo
	Cómo contar historias con AUDIO/	Cómo capturarlo/ editarlo/ producirlo/publicarlo
	Cómo contar historias con FOTOS	(individuales o galerías, con o sin audio) Cómo capturarlas, editarlas/Cómo producirlas/publicarlas
	Cómo ESCRIBIR PARA LA WEB	
	Cómo utilizar BASES DE DATOS para contar historias.	Por ejemplo, que cada usuario pueda ver en un mapa cómo afecta la criminalidad el barrio en que vive.
	Cómo crear FORMAS ALTERNATIVAS DE HISTORIAS	trivias, encuestas, funcionalidades interactivas, juegos (Gaming)
	Cómo crear PRODUCTOS MULTIMEDIA	infografías animadas, etc.
	Cómo desarrollar CONTENIDOS PARA DISPOSITIVOS MÓVILES	

Elaboración propia (Fuente: FNPI)

4.5. ¿Cómo reformar los estudios de periodismo?

Diversos profesionales de medios, en concordancia con los académicos, proponen algunas iniciativas a tener en cuenta. Julio Miravalls¹⁰ (2013) propone establecer cuatro áreas diferenciadas, en todas las cuales el estudiante de periodismo debería acreditar un conocimiento y capacitación al completar un currículo educativo en los años establecidos (sean cuatro o cinco). Estas cuatro áreas, son:

- Conocimientos generales teóricos:

Incluyendo las asignaturas clásicas de humanidades (geografía, arte, historia, literatura, religiones y filosofía), historia del periodismo, las propias de la nueva cultura (tecnologías, ciencia, cine, deporte...), más fundamentos de derecho, teoría política, ciencias económicas, administración de empresas, estadística, salud y medio ambiente, estructura política de España (o el país correspondiente, si hablamos de un planteamiento más amplio) y relaciones internacionales.

- Conocimientos teóricos especializados:

Desarrollos en mayor profundidad, con enfoques de conocimiento puro y de tratamiento periodístico de las materias más significativas, para poder ser elegidas como una o dos opciones específicas en el último periodo de los estudios (uno o dos cursos). El objetivo sería preparar posibles especializaciones en determinadas áreas de actividad o conocimiento

¹⁰ Julio Miravalls ha sido subdirector de EIMundo.es

mediante seminarios de alto nivel, talleres y trabajos muy elaborados de investigación y análisis.

- Estructura mental:

Aprendizaje y práctica intensiva de procesos intelectuales que no se basan estrictamente en el conocimiento teórico (aunque lo utilicen intensivamente) oratoria, lenguaje matemático, lógica, lenguaje estructural, semántica, diseño, programación informática (esto es una variante práctica que aglutina el lenguaje estructura y la lógica) e idiomas extranjeros (uno exigible con el máximo nivel y al menos otro, con un grado de comprensión y capacidades básicas de expresión). Se trata de crear un hábito de expresión, capacidad de comprensión (y evitar, de paso, el anumerismo que emborrona todo tipo de informaciones) y automatismos de reacción (improvisación y reflexión a la vez) ante cualquier circunstancia.

- Redacción:

En el sentido más estricto y literal de la palabra. El estudiante de periodismo debería pasar a lo largo de la carrera muchísimas horas (digamos no menos de 300 por curso como media) de inmersión en una redacción real (o en la calle, trabajando para ella), desarrollando una doble actividad de aprendizaje teórico y ejercicio práctico profesional, del mismo modo que los estudiantes de medicina pasan horas diseccionando cadáveres (o viendo hacerlo) y acompañando a doctores en la visita a enfermos reales en los Hospitales Universitarios.

La propuesta de Miravalls, pasa por crear una redacción auténtica, que requeriría contar con el liderazgo de unos pocos profesionales con experiencia acreditada en el ejercicio del periodismo, para elaborar un producto informativo cotidiano (que puede estar disponible al gran público vía web, o de manera más restringida en las redes internas de la Universidad), con la exigencia de manejar con profesionalidad la actualidad y los hechos reales, trabajando en modo real en la captación y valoración de información, redacción, maquetación (diseño, escaletas...) y publicación.

Para Miravalls (2013), la tecnología actual permite abordar un producto informativo de verdad sin enormes requerimientos económicos y someterlo al escrutinio público. Lo más caro en un medio de comunicación serio son los periodistas.

Por su parte, Félix Ortega (2013)¹¹ afirma que “debemos adaptar la “receta comunicativa” al cambio de paradigma y a su rápida evolución o nos resignaremos a languidecer. Según Ortega, los tiempos han cambiado y la profesión de comunicador y periodista debe adaptarse al cambio de los hábitos de consumo y de rentabilidad de la nueva industria de las tecnologías de la información y la comunicación. Renovarse y adaptarse, o languidecer y morir.

¹¹ Félix Ortega es Licenciado en Economía y Doctor en Comunicación y Cultura por la Universidad de Salamanca. En la actualidad, es profesor de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca, España

5. Conclusiones

Pese a los fallos del sistema universitario puntualmente detectados, la formación de los profesionales que se da en la Universidad Española les permite competir en el mercado global de la comunicación al máximo nivel. Los profesionales se gradúan bien formados, aunque con ciertas carencias que exige el mercado actual de la información.

Por ello, 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, aunque no se reduzca solo a ello, por lo que hay que crear una situación educativa y metodológica centrada en el alumno, que fomente su auto aprendizaje, 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 comunicación.

Por otro lado, en concomitancia con el aspecto docente, las investigaciones demuestran que la generación de red, asentada en las aulas universitarias, no aprende de modo lineal y ponen en evidencia los distintos estilos de aprendizajes, todos validos, que posee esta generación. Uno de los retos que los estudiantes de ciberperiodismo 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 imbricados 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. La generación red quiere aprender por vías no tradicionales y siempre empleando nuevas tecnologías.

6. Bibliografía

Bradshaw, P. and Rohumaa, L. (2011) *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. London, UK. Longman Practical Journalism Series

Briggs, M. (2007) *Journalism 2.0*. Austin, EE.UU. Edt. Knight Center of Texas University

Cebrián, M. (2005). *La información multimedia. Soportes, lenguajes y aplicaciones empresariales*. Madrid, Pearson Educación.

Flores, J.M.

_ (2009). "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales". *Comunicar*, 33, 73-81. (DOI: 10.3916/c33-2009-02-007).

_ (ed.) (2011). *Reinventar el Periodismo y los Medios*. Madrid, Editorial Fragua

Flores, J.M. y Salinas, C. (2012) "Retos de las Facultades de Comunicación: Formación de nuevos perfiles de periodistas con base en la innovación y Tecnologías del conocimiento", en *Revista de Tecnología Conocimiento y Sociedad*. Illinois, USA Common Ground Publisher.

Finberg, H. (2013) "Rethinking journalism education: A Call for Innovation". Florida, EE.UU. Poynter Institute. Consulta 26 enero 2014. [http://www.newsu.org/course_files/StateOfJournalismEducation2013.pdf].

Grimm, J. (2010) "Columbia's New Dual Degree Program Aims to Redefine Journalism As We Know it". Florida, USA. Poynter Institute. Consulta 3 febrero 2014 [<http://www.poynter.org/how-tos/career-development/ask-the-recruiter/104901/columbias-new-dual-degree-program-aims-to-redefine-journalism-as-we-know-it/>].

Levinson, P. (2012) *New New Media*. 2nd. Edition. NY, USA. Penguin Academics

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Buenos Aires, Argentina. Paidós comunicación.

Miravalls, J. (2013) "Periodismo, Escuela de oficio" en *Evolución del ciberperiodismo*, Lima, Perú. Ed. USMP

Ortega, F. (2013) "Adaptar la receta al cambio de paradigma" en *Evolución del ciberperiodismo*. Lima, Perú. Ed. USMP.

Poynter (2013) "State of Journalism Education". Florida, EE.UU. Poynter Institute. Consulta 26 enero 2014.

[http://www.newsu.org/course_files/StateOfJournalismEducation2013.pdf]

Unesco (2007) Model curricula for journalism education. Colección de la UNESCO sobre los estudios de Periodismo . Consulta 3 de febrero de 2014

[<http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/>]