

# CÓMO FORMAR A LOS INFORMADORES DE LA ERA DIGITAL: EL PERIODISTA INTEGRADO O EL “MALABARISTA” DE LA COMUNICACIÓN

Lorena R. Romero Domínguez  
Universidad de Sevilla  
[lorenaromero@us.es](mailto:lorenaromero@us.es)

## **Resumen:**

El vertiginoso avance digital ha afectado sobremanera a los profesionales en los medios de comunicación, quienes trabajan ahora con y para la tecnología, en detrimento de aquella romántica militancia social característica de la etapa de la *mass communication*. Con estos planteamientos, la necesidad creada de un análisis de la situación generalizada en las redacciones se justifica, en primer lugar, por la urgencia de detectar cuáles son las nuevas habilidades requeridas para afrontar el cambio tecnológico desde el ámbito periodístico y, en segundo, por la exigencia de abordar dicha realidad desde el entorno universitario con el objetivo de preparar a los futuros profesionales de la comunicación.

**Palabras clave:** Revolución tecnológica, paradigma comunicativo digital, periodista polivalente, convergencia mediática, facultades de comunicación

## **1. Introducción**

La posibilidad de disponer de profesionales altamente cualificados en el manejo de las tecnologías representa en la actualidad una garantía de éxito para las empresas inmersas en el ciberescenario comunicativo organizado en torno a Internet. En orden a superar los desafíos del futuro digital planteados por los nuevos medios de comunicación presentes en la Red, la obligación de difundir modernos contenidos online de manera veloz (ya que de ellos depende la calidad final del proceso) ha definido perfiles profesionales adaptados a los requerimientos de un mercado global que exige gestores y planificadores de información, más que periodistas, con habilidades para comunicar eficazmente de acuerdo con las originales cualidades del soporte mediático.

Es por este motivo que la actualización de los planes de estudio se ha convertido en la prioridad número uno para los centros universitarios. Educar a los estudiantes para el manejo de las herramientas tecnocomunicacionales en un moderno paradigma abierto a la interactividad y al lenguaje multimedia es el ambicioso objetivo de una formación necesariamente inmersa en la multidisciplinariedad que, no obstante, encuentra un poderoso obstáculo en las vertiginosas innovaciones sucedidas en el sector de la informática, donde, a poco que pase un mes, la última tecnología ha quedado obsoleta y es desplazada por un potente sustituto de menores dimensiones y mejores y más rápidas prestaciones.

Ante las fluctuaciones suscitadas por las continuas modificaciones del hardware y software implantados en las redacciones, lo que debería exigirse al aprendiz de periodista, más que una formación técnica, es que sea capaz de adaptarse con ingenio y creatividad a los sucesivos programas de gestión de información que inundan sus espacios de trabajo, no perdiendo de vista que su diferencia con otros profesionales de un sector cada vez más difuso es su capacidad para elaborar contenidos de calidad dirigidos a un público especializado, y cada vez más activo, capaz de generar él mismo la información que desea consumir.

Desde estas premisas, frente al aspecto tecnológico y las prácticas con los equipamientos (caracterizados, generalmente, por su escasez debido a la carencia de recursos económicos en las universidades), se hace necesario comprender en sus más profundos fundamentos las bases teóricas del nuevo paradigma mediático, sobre todo desde el momento en que una fuerte formación práctica no es sinónimo de calidad. La velocidad con que se producen las transformaciones en el ámbito informático puede hacer que el software visto en un primer año sea totalmente obsoleto cuando el estudiante llega al último estadio de la licenciatura. Bajo el reclamo de un acceso a un puesto laboral prometido por los tecnoentusiastas, son muchos los universitarios que se dejan cautivar por una instrucción eminentemente informática en donde se abomina de la teoría, que es lo que, al fin y al cabo, perdura con el paso de los años.

Conocer, comprender y dominar las infraestructuras de automatización de las redacciones informativas o el impacto organizacional de las tecnologías en las empresas periodísticas en muy poco puede ayudar al estudiante de hoy y periodista de mañana si no es capaz de advertir las verdaderas novedades apuntadas con la implantación de los nuevos sistemas digitales de gestión de la información en el ámbito comunicativo, y cómo estos han cambiado los valores y la rutina profesional en los espacios de producción y emisión. De esta errónea perspectiva deslumbrada ante las magnificencias de lo digital deben ser conscientes los responsables de diseñar los planes de estudios en los centros universitarios, donde, como apunta el profesor Miquel de Moragas, se debería observar esta situación de incesante metamorfosis como una gran oportunidad de futuro, rompiendo con algunas de las inercias que han lastrado la habilidad de la institución universitaria para acometer reformas sustanciales en breves períodos de tiempo (Moragas, 2000).

De este modo, la construcción de un modelo explicativo de la nueva realidad configurada por la revolución digital, dentro del cual se contemplen respuestas a las exigencias de las nuevas tecnologías y se reduzcan los miedos e incertidumbres ante un futuro (ya hecho presente gracias a las bondades de la realidad virtual) lleno de riesgos, se convierte en una obligación si se desea aprovechar la potencialidad del momento actual en el cual se encuentra inmersa la profesión periodística. Ante las dudas provocadas por la gestión del trabajo realizada a través de programas informáticos, es obligado preguntarse cómo estos afectan a la formación del periodista, antes de que éste lo sea, es decir, durante su etapa universitaria, y una vez que el licenciado pasa a integrarse en el mercado laboral.

En definitiva, y como apunta Xosé López (López, 2002, 16), *Los centros de formación de comunicadores españoles, que han hecho un gran esfuerzo por ofrecer una buena formación en los últimos veinte años, no pueden mirar al pasado, sino al futuro. Para seguir realizando bien sus cometidos, tienen que dar los pasos para que el nuevo periodista tenga una buena formación en el campo de las humanidades, las ciencias sociales y las tecnologías actuales.*

La urgencia de que los periodistas sigan siendo capaces de analizar la sociedad en la que les ha tocado vivir y comunicar es requisito imprescindible para que éste, haciendo uso de altas dosis de ingenio, creatividad e imaginación, no perezca en el intento de adaptarse a los nuevos entornos sin olvidar, eso sí, que, a pesar de las convulsas modificaciones en su rutina laboral sigue siendo él el encargado de gestionar un bien tan preciado en las actuales sociedades occidentales como es la información, piedra angular sobre la cual se sustenta la economía mundial y a la que se ha convertido en antesala del conocimiento<sup>1</sup>. No hacerlo así supondría, como apunta Moragas, *que la transformación de la comunicación es una cuestión únicamente de tecnologías y no una cuestión de cómo saber usarlas para la producción y distribución de contenidos*, restando con estos planteamientos el protagonismo atesorado por las Universidades a la hora de preparar a los profesionales de este sector.

## **2. Luces y sombras en el entorno del periodista integrado**

Siguiendo con las tesis planteadas en párrafos anteriores, lo decisivo ante el fenómeno de la creciente demanda de formación en el campo de las humanidades y, más en concreto, en el ámbito de la Comunicación como disciplina universitaria es preguntarse si estos aprendices de periodista que ocupan hoy las aulas serán capaces de enfrentar cuando se integren en el mercado laboral el cambio de paradigma que ha supuesto la digitalización de la información y si estarán capacitados para responder a las numerosas preguntas que sobre la profesión periodística se han generado en el universo online.

Muchas son, por tanto, las preguntas que podemos hacernos en relación a este aspecto y que desde hace varios años tratan de responder los expertos en la materia. ¿Cómo afecta al profesional de la información los medios en red? ¿Cuál es el rol que le corresponde a los comunicadores en el contexto de una Sociedad de la Información en un mundo globalizado? ¿Tienen estos unas

---

<sup>1</sup> De manera utópica, muchos analistas definen también a la Sociedad de la Información como Sociedad del Conocimiento, partiendo de la premisa de que la circulación de ingentes cantidades de datos es el primer paso de un complejo proceso experimentado en el dominio de la comunicación pública, en el cual esa información presente sin orden ni concierto en la red puede ser transformada en conocimiento gracias a la mediación, entre otros, del periodista. Algunos, incluso, van más lejos, al considerar que es el mismo espectador quien puede acometer dicha labor, sin entender que acceso libre a la información no es sinónimo de asimilación y conversión de la misma en saber. Es importante tener claro que la sabiduría no consiste en la acumulación de información, sino en el manejo, el análisis y el procesamiento que de ellos se haga a partir del acceso a las múltiples fuentes donde se encuentran.

tareas precisas o, hasta el momento, se han limitado al manejo de las maravillas tecnológicas? Es evidente que se ha producido una redefinición del perfil profesional del comunicador en el nuevo escenario comunicativo emergido con Internet. Ahora les corresponde hacerse cargo de transformar la información en conocimiento, gestionar este conocimiento y responder de un modo más efectivo al público, desorientado entre tanta información, y cada vez más protagonista en los medios gracias a la interactividad propiciada por la red.

No obstante, para el desarrollo con éxito de esta misión es innegable la mediación de un periodista que haya aprovechado su paso por la Universidad para adquirir una amplia formación humanística y social, no un perfecto dominio de las claves informáticas, siendo útil aquella para su constante reconversión ante las inevitables transformaciones tecnológicas sin perder la esencia de su profesión: aprender a comunicar adaptándose, camaleónicamente, a los nuevos lenguajes empleados<sup>2</sup>, a los novedosos géneros emergidos, a la temporalidad mediática de la actualización constante (hay que estar en vivo y en directo las 24 horas del día), al cada vez mayor poder del lector, cuya presencia efectiva se fortalece en un contexto donde es obligado colmar las preferencias de cada receptor<sup>3</sup>, a las coacciones empresariales sufridas en un sector monopolizado por grandes conglomerados propietarios de las infraestructuras, etc. En definitiva, debe emplear toda la astucia de la que disponga para propiciar su perfecto y rentable acople al nuevo paisaje mediático de la Red.

Debe jugar, en definitiva, a ser un “malabarista” de la información, un acróbata cuyo número espectacular es un peligroso salto sin Red consistente en buscar, analizar, crear y elaborar contenidos que agreguen valor añadido a la información bruta en un entorno convergente. Se espera del comunicador, periodista, gestor de información, *freelance* digital (Flores Vivar, 2001), o como se quiera denominar a este profesional integrado (y subsumido) en el nuevo entorno tecnológico el más difícil todavía: una polivalencia total en las nuevas redacciones enredadas multimedia para producir contenidos en cualquier soporte, puesto que todos compartes bien avenidos sus difusos espacios en la red. Muy poco cuentan en estas plataformas multimedia las normativas sindicales, las destrezas de cada comunicador para componer con palabra, imagen y audio una noticia, las exigencias de un tratamiento diferente en función del formato, o la consideración de esta polivalencia como un plus de valor para promocionar a un periodista, no como un requisito sin el cual no se puede acceder a las nuevas empresas comunicativas.

---

<sup>2</sup> Internet ha provocado un cambio estilístico, estructural y temático a la hora de elaborar la información que ha impuesto un lenguaje coloquial, sencillo, con escasa presencia de la letra y, en cambio, un predominio de lo visual y auditivo. Junto a ello, la hipertextualidad exige nuevas destrezas comunicativas para articular un discurso alejado de la linealidad y más cercano al funcionamiento del cerebro humano mediante la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces).

<sup>3</sup> Los usuarios exigen información sobre los temas que les interesan, dónde y cuando quieren, y no sólo en papel, sino también en Internet, en su móvil, en televisión y radio digital. Las redacciones digitales necesitan, por tanto, disponer de periodistas capaces de elaborar información a la medida de una pluralidad de audiencias, de anunciantes y de medios.

Ante tan complicado panorama, el nuevo profesional (tanto los jóvenes incorporados recientemente a las redacciones y habituados al dominio de los programas informáticos y a la gestión de las páginas web, como los doctos profesionales de este campo que se ven apremiados a asirse con fuerza al *boom* tecnológico si desean conservar sus empleos) deberá armarse de recursos para arrostrar, entre tanta novedad, con la que es considerada una de las más críticas consecuencias desde el punto de vista laboral para el periodista: la supuesta desprofesionalización de su rol en la sociedad cibernética a la hora de proporcionar acceso a las fuentes y a los propios medios. Puesto que hoy día “cualquiera”, según nos han hecho creer los adalides de la Red, puede informar, el papel tradicional de los comunicadores, quienes buscan información, la contrastan, la editan y la dan a conocer al público en función del grado de cumplimiento de los criterios entendidos como relevantes para que un hecho cualquiera sea noticia (en el contexto de la función clásica de *agenda-setting*), se ve cada más mermado en la exclusividad a la que ha estado acostumbrada la profesión desde su entronización como “cuarto poder”.

De este modo, por ejemplo, un cibernauta anónimo puede calmar su prurito periodístico gracias a fenómenos como los *weblogs*, cuya emergencia ha promovido un apasionado debate entre los expertos a la hora de delimitar las bondades literarias o verdaderamente comunicativas de estos cuadernos de bitácora donde podemos encontrar una narración del mundo desde los ojos de su autor, sin importar edad, sexo, formación, ocupación o intenciones. La Red permite el acceso directo a las fuentes de información (cuando antes era éste el mejor de los secretos guardados en las redacciones) y, a su vez, da continuidad a dicho fenómeno por la posibilidad de publicar en un mercado mundial al que poco cuesta conectarse, sin tiradas, sin emisoras de radio ni cadenas de televisión, y sin tener que esperar a los tiempos marcados por los sistemas de distribución para poder comprar un periódico o por las parrillas de programación para escuchar o ver las noticias.

Por si todas estas circunstancias no fueran suficientes ya para coartar el ejercicio profesional de estos nuevos malabaristas de la comunicación, el periodista debe, además, demostrar sus destrezas para acometer la tarea que le ha sido encomendada en un ambiente sumamente hostil, donde su actividad se ve condicionada por las oportunidades de las empresas de localizar un entorno económico favorable, de bajo coste y calidad final aceptable para asegurar la rentabilidad de un producto que debe diferenciarse en la marea cibernauta, sin importar la centralización de las redacciones o la inserción de sus profesionales en un marco geográfico adecuado donde estos pudieran desarrollar sus tareas. De este modo no es de extrañar, por ejemplo, que un periodista que se encuentre en Aragón sea el encargado de la edición de una sección de información local en un diario andaluz, o que las correcciones de esas mismas páginas las haga un profesional conectado a su ordenador en las Islas Canarias. Con la omnipresencia de Internet, gracias a la efectiva capacidad de las telecomunicaciones para diseñar una cadena de transmisión digital global, fluida y multidireccional al margen de las deferencias locales, no solo los productos informativos son globales, también lo serán las redacciones,

ubicadas en cualquier punto donde exista una conexión a Internet o un teléfono móvil de tercera generación.

En consecuencia, ser periodista en este nuevo paisaje mediático dominado desde Internet requiere, por tanto, tener conocimientos sobre la profesión misma, pero también tener la capacidad de producir el formato para presentar la información y, además, adecuarse a la tecnología a la velocidad informativa a la que trabaja una agencia. En su día a día, el periodista digital debe manejar más recursos, cubrir más información y dominar más programas y herramientas que antaño, además de hacerlo todo en el menor tiempo y con el coste más bajo posible para las empresas que los contratan.

En definitiva, parece cada vez más difícil mantener las tareas tradicionales en la redacción con una distinción nítida de funciones, pues ahora se está obligado a desempeñar el papel de periodista polivalente, sin preocuparse de si su labor se solapa con la de otros compañeros. Ni inmovilidad ni tampoco quedarse a la espera, a ver qué pasa, sin arriesgar hasta comprobar cómo de bien le ha ido en esta convergencia mediática a los temerarios que depositaron más o menos conscientemente sus esperanzas en las que se esperaban fueran beneficiosas consecuencias para el negocio informativo. Y a la espera de que se arroje un poco de luz sobre tal panorama, a nadie escapa que también debe plantearse todo este proceso en rígidas líneas éticas, el más efectivo seguro contra los excesos y aberraciones que caracterizan un periodismo dominado más por los criterios del lucro y del poder, que por el servicio al ciudadano, al cual lo han trocado en mero cliente o en activo periodista.

Sin embargo, ¿cómo hacer llegar todas estas dudas a los estudiantes cuando en un corto cuatrimestre se le exige ponerse al mando de una plataforma multimedia para desempeñar la que será su futura profesión, sin apenas rozar las graves implicaciones que esa formación les podrá acarrear en muy breve tiempo?

### **3. Un ejemplo concreto de redacción en red en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla**

Desde el traslado al nuevo edificio en la Isla de La Cartuja, los estudiantes de la Licenciatura de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla cuentan con una plataforma multisoporte para la producción y distribución de contenidos audiovisuales: el sistema DVLinco. Una solución integrada que abarca todas las áreas operativas de un periodista desde que éste llega a la redacción con sus imágenes grabadas (trabajo que también puede realizar él personalmente gracias a las minicámaras digitales) hasta que el producto sale al aire y es visto por millones de espectadores (en este caso, ese ingente universo receptor se limita a la comunidad universitaria concentrada en la Facultad gracias a la distribución por circuito cerrado de estos programas informativos).

Esta plataforma de redes estándar tiene como principal característica la centralización, automatización y diversificación de la producción y edición de

contenidos, al tiempo que aumenta la inter-operatividad de los sistemas digitales al favorecer la compatibilidad entre diferentes *softwares* y aplicaciones. Además, aumenta la sinergia entre las distintas sedes que componen un medio de comunicación al compartir recursos y trabajar conjuntamente en la cobertura y producción de noticias. Las redacciones informativas en red constituyen, pues, un nuevo paso en la carrera de la comunicación, impulsada por la digitalización en los modos de procesar información.

En un entorno regulado por flujos de trabajo, el estudiante puede planificar, ingestar materiales grabado con un equipo ENG o una minicámara digital, editar, emitir, titular sus informaciones, activar el *prompter*, gestionar los archivos y volcar la información en Internet desde su terminal, sin necesidad de moverse de su puesto de trabajo. El periodista es, de este modo, responsable de todo el proceso de edición pues dispone en su pc (el único artefacto requerido hoy día para hacer un periódico y poner en funcionamiento una emisora de radio y una cadena de televisión) de todas las herramientas para gestionar y dar forma a las noticias de una forma rápida, pasando la pieza ya elaborada al control central lista para su emisión. De este modo, cada terminal viene a sustituir lo que antes eran las cabinas de edición con magnetoscopios, monitores, mesas de audio... En definitiva, un solo profesional se encarga de todo el proceso, planificar la noticia, grabar las imágenes y entrevistas, locutar y montar la pieza, con las graves consecuencias de reducción de personal que este nuevo profesional, recibido con los brazos abiertos por las empresas debido a su bajo coste, implica.

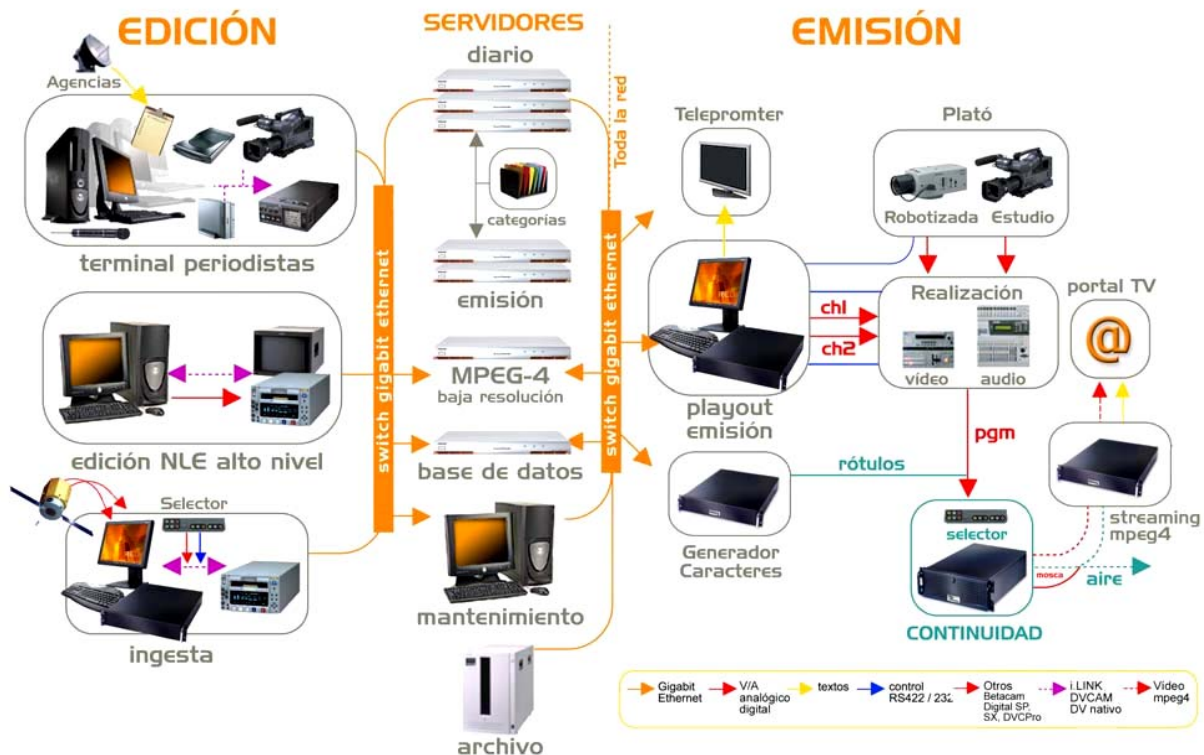
Sin embargo, dejando a un lado esos problemáticos reductos de la redacción convergente minimizados por los aliados de la Red, lo cierto es que con este sistema basado en infraestructuras informáticas y de vídeo estándar, cada alumno puede generar escaletas (incluso vía Internet), clasificar los materiales según categorías que después le ayudarán a la hora de recuperar el material, introducir los textos de sus noticias que se incorporarán directamente al *prompter* situado en el plató virtual, visionar el audio y el vídeo asociado a las escaletas, así como gestionar, por parte del *media manager* o superusuario los privilegios de los redactores que conforman cada equipo de trabajo.

Es este nuevo profesional el encargado de organizar el trabajo para que la relación entre periodistas y dispositivos digitales se produzca de una forma lo menos conflictiva posible. Por ello, debe poseer conocimientos periodísticos para intuir las prioridades editoriales, al tiempo que habilidades informáticas para ser capaz de solucionar cualquier problema que se pueda generar con el *hardware* o el *software*. No menos importante es el control de la logística en este proceso, asignando el editor de programas los medios necesarios para cubrir la noticia (localización, contactos, equipos ENG, posibles incidencias, etc.) y siendo él, además, quien se encarga de validar todos los materiales de una escaleta antes de su emisión para evitar errores gramaticales, de estilo o contenido.

La distribución de los datos en diferentes unidades físicas según una arquitectura NAS aumenta el ancho de banda de los dos servidores con los que

cuenta el sistema de gestión (Dailyserver y Onairserver), al tiempo que, en caso de fallo de una de las unidades, no se pierde todo el trabajo realizado al estar guardado en otras unidades. Se completa DVLine con cinco bases de datos (Play Out, Time Rec, RecPool, Sharer, CG, Datos de Archivo) encargadas de configurar los materiales que están conectados en esta completa plataforma multimedia, que no por ello deja de ser intuitiva y de fácil manejo, incluso por quienes hayan tenido sólo un contacto iniciático con un ordenador.

Figura 1: Diagrama general del sistema integrado de gestión de información DVLine.



Fuente: Manual de Operaciones de DVLine

Las ventajas de este sistema de trabajo y organización de las redacciones son más que evidentes, pues se pueden compartir fuentes e informaciones registradas por cualquier usuario del sistema (indistintamente de su ubicación geográfica), accesibles, por otro lado, desde el terminal del periodista quien, además de Internet, cuenta con la ingente cantidad de archivos almacenados en las bases de datos de DVLine, lo que permite un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles, facilitando una cobertura más completa y profunda del acontecimiento noticioso. En la elaboración de sus temas, el profesional (en estos momentos todavía estudiante) cuenta, por tanto, con toda la información digitalizada y susceptible de ser modificada según la conveniencia por uno o varios programas de edición, sin que ello implique cambio alguno del material original.

Sin embargo, ante un discurso sobre las plataformas multimedia de gestión de información plagado de tantas bondades la única duda vendría planteada en



torno a si este sistema de trabajo polivalente asegura, en realidad, la calidad de los datos procesados, pues disponer de todas las aplicaciones requeridas para componer una pieza informativa no es garantía de que el estudiante / periodista haya asimilado los cambios experimentados en su rutina laboral como consecuencia del monopolio tecnológico (circunstancia traducida en el deficiente empleo de unas tecnologías que deben ser racionalmente utilizadas para aprovechar sus aspectos positivos) o de que sea capaz de mantener sus señas de identidad como responsable social de gestionar un bien tan preciado como la información.

La posibilidad de que ésta experimente una progresiva despersonalización como consecuencia de un profesional que no ha sabido emplear su formación académica para aprovechar las evidentes ventajas ofrecidas por la tecnología (posicionándose críticamente ante una aceptación inconsciente del hecho digital generalizada entre algunos compañeros de profesión) se presenta como el lado menos afable de estas redacciones convergentes donde no se ha sabido entender que la polivalencia podía (todavía están a tiempo) haber sido una experiencia sin igual para renovar actitudes y flujos de trabajo en la producción y la gestión de información.

Este reinventar la profesión que muchos han vaticinado gracias a los nuevos usos periodísticos surgidos en la Red (que va más allá de la ingenua visión de poder aprovechar un mismo material informativo para que aparezca en distintos medios, además de en el metamedio cibernético), no será, sin embargo, exitoso en su aplicación si esos mismo trabajadores no dan muestras de valentía y conciencia profesional a la hora de tomar decisiones en un escenario que no puede escapar a las incertidumbres de las inesperadas recesiones económicas que amenazan al sector tecnológico, las políticas de reducción de costes; las crecientes exigencias sobre los profesionales de la información, etc.

Y ello sólo es posible proporcionando a estos estudiantes que se enfrentarán en breve con el complejo universo comunicativo *una formación humanística y social que terminaría dándoles la capacidad de aprender a saber, aprender a interpretar y aprender a comunicar. Éste debería ser el objetivo prioritario de la formación universitaria en comunicación. Hoy, más que nunca, cuando algunas técnicas, formatos y géneros de la comunicación cambian más rápidamente que la propia duración de los estudios universitarios* (Moragas, 2000). La autosuficiencia teórica de la disciplina comunicativa, al margen de sus aspectos tecnológicos, asegura una base suficiente para enfrentar la transversalidad de una materia como la comunicación en nuestras vidas. Porque, al fin y al cabo, de lo que se trata es de averiguar su incidencia sobre la estructura social y sobre el comportamiento humano.

## **Bibliografía**

DE MORAGAS SPÁ, M. (2000): "Las Facultades de Comunicación en el umbral de la era Internet", *Chasqui*, num. 72, Quito.  
FLORES VIVAR, J., ARRUTI, A. M. (2001): *Ciberperiodismo. Nuevos enfoques, conceptos y profesiones emergentes en el mundo infodigital*, Madrid, Ediciones 2010.

LÓPEZ, X. (2000): "Nuevos perfiles de los periodistas en la sociedad de la información", *Ámbitos*, núm. 7-8, Sevilla. Págs. 7-18.