

## Resumen

En estos momentos se está configurando el nuevo perfil que deben poseer los periodistas y el que demandan las empresas. Los nuevos comunicadores están abriendo un espacio donde interactúan e imprimen su código genético al naciente medio con las siguientes características: periodista multimedia, anticiparse a la demanda del lector, conocimiento de informática y de las nuevas tecnologías, explotar Internet con una fuente de información, periodista interactivo, más hábil, trabajo continuo, dinámicas de trabajo, profesionalización del periodista.

Palabras clave: Periodista – ciberperiodismo – interactivo – hábil - profesionalización.

## El periodista del futuro: Ciberperiodista

¿Habrá periodistas en la sociedad de la información? ¿Qué papel jugarán los periodistas en una sociedad vertebrada a partir de la diseminación de la información, comunicación y conocimiento? ¿Quién escribe los millones de páginas en la red?

En estos momentos se está configurando el nuevo perfil que deben poseer los periodistas y el que demandan las empresas. Los nuevos comunicadores están abriendo un espacio donde interactúan e imprimen su código genético al naciente medio.

La redacción, la habitación física donde conviven los periodistas, se ha sustituido por una redacción virtual, que existe en las redes telemáticas. Pero el ciberespacio no será capaz de sustituir el trabajo del periodista. El usuario tendrá la necesidad de contar con alguien que le seleccione, informe, interprete y juzgue los hechos que acontecen en el mundo.

Desde su portátil el periodista consultará sus archivos fotográficos y podrá comprobar la información en las bases de datos. Es una realidad que no está muy lejos, de hecho ya está aquí. El reportero no tendrá necesidad de ir a la redacción; sus órdenes le llegarán a su computadora y desde ésta transmitirá su información ya redactada, con anexos de audio y video.

Algunos han llamado al nuevo periodista “periomático”, neologismo para denotar a los informadores o periodistas adaptados al periodismo del futuro, tal es el caso de José Francisco Sánchez (1990, p.544). El proceso será lento, pero para los periodistas de la Generación Red no será difícil estar en este nuevo mundo. En las Ciencias de la Información se creará una rama del periodismo en las redes telemáticas, tanto para iniciar la teoría de este nuevo medio como para capacitar a los informadores.

Según Javier Díaz (1999, p.118): “El periodista tiene que seguir siendo también en el ámbito digital un *gatekeeper*, filtro de las informaciones y rumores que se producen, y *advocate*, mantener una posición clara y limpia respecto a los acontecimientos de los que informa”. Sin importar cual sea el medio, los principios básicos del periodismo serán los mismos. Sobre todo, la deontología y la ética del periodista no deberán cambiar.

El trabajo del periodista será muy importante en esta nueva era. Será el responsable de jerarquizar, organizar y presentar la información que le interese a cada persona según sus necesidades. De acuerdo con Juan Luis Cebrían (1998, p.70-71), también habrá especialidades en la información: “Un exceso de datos, sobre todo si llegan a uno de forma desordenada, aleatoria y hasta casual -como tantas veces sucede en la búsqueda en Internet- puede conducirnos a una situación más ininteligible que la actual y crearnos una poderosa sensación de incertidumbre”.

Los usuarios de Internet tendrán que pagar a alguien para llegar a lo que ellos necesitan. Este trabajo de filtraje lo ocupará el periodista. El ser humano no dispone del tiempo ni de la formación suficiente para interpretar la información.

El periodista deberá aprender a usar audio, video, animaciones, mapas interactivos y bancos de datos. Habilidad narrativa y pensamiento crítico son dos de las habilidades que más deben desarrollar los periodistas *on line*.

La labor del periodista no va a desaparecer, ni todo el mundo puede desempeñar su papel. Algunos consideran la posibilidad de que cada persona se convierta en un corresponsal en potencia. Es cierto, podrán enviar información; sin embargo, no serán periodistas.

Para José Luis Martínez Albertos, los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro y distinguir entre hechos y opiniones para no engañar, para ser honrados y honestos respecto a los receptores. Para él seguirá existiendo el periodismo aunque no haya periódicos impresos.

El periodista tiene miedo de la introducción de nuevas rutinas que le obliguen a renovar aprendizajes. Son muy pocos quienes se han enfrentado a la capacitación que significan los usos de las nuevas tecnologías de la información, los problemas de formación son muy graves. Por ello, no resulta extraño que las redacciones de los medios en línea están compuestas por periodistas muy jóvenes. El director de un medio impreso generalmente es una persona no menor de 50 años, mientras que el de un medio *on line* es un joven que oscila en los 30 años.

Aunque un usuario tenga información, no siempre tendrá una noticia, una entrevista, un reportaje, un artículo, una crónica. No sabrá jerarquizar, contextualizar y redactar la información. No tendría la teoría ni la práctica indispensable de la redacción periodística. Así como los periódicos *on line* tienen nuevas características, los periodistas que trabajan en dichos medios deben prepararse para ocupar los puestos que demanda el nuevo medio. Entre las principales características y actitudes de este nuevo periodista están las siguientes:

Periodista multimedia. La generalización de las técnicas y el impacto sobre la obtención, transmisión y explotación de la información influyen en el periodista, que no debe ser el profesional de un solo medio de comunicación.

Para José R. Vilamor (1997, p.209): "Es en los contenidos donde, al igual que ahora, se debe basar la labor del redactor. Es necesario volver a la idea del periodista global, al periodista con una formación integral frente a la enfermiza obsesión del periodista especializado. Su formación debe ir dirigida en todas las direcciones de modo que pueda desempeñar su papel con toda normalidad en la radio, la televisión, las autopistas o cualquier medio impreso que no hay que reducir al mundo del periódico o las revistas".

Anticiparse a la demanda del lector. Estamos en una Aldea Global donde la información en el momento, tiempo y forma oportuna será imprescindible para el usuario de los medios de comunicación. El periodista debe adelantarse a las necesidades del usuario, explotar los foros de discusión, el *chat*, la posibilidad del correo electrónico para satisfacer esa demanda. Quien cumpla este cometido se adecuará a los nuevos tiempos.

Conocimientos de informática y de las nuevas tecnologías. Un corresponsal de un periódico ya no tendrá que enviar su crónica a la redacción por medio del fax o del teléfono, le bastará conectar su computadora a través de un módem a la computadora central. Será un especialista en el uso de las nuevas tecnologías.

Existen programas informáticos con los que un reportero, o cualquier persona, puede enviar sus textos por teléfono celular a la redacción mientras un módulo reconoce su voz y la transmite a una computadora que la traduce en texto.

Desde su portátil el periodista consulta sus archivos fotográficos y puede comprobar la información en las bases de datos. El reportero no tiene la necesidad de ir a la redacción, sus órdenes le llegan a su computadora, desde ésta transmitirá su información ya redactada con anexos de audio y video. La realidad es que son muy pocos los medios de comunicación que le han dado a los periodistas el equipo necesario para aprovechar estos recursos.

Explotar Internet como una fuente de información. Hablo de bibliotecas virtuales, información jurídica y parlamentaria, agencias de noticias, instituciones, entre otros recursos. Se trata de buscar la información en la red para dar con el sitio adecuado en el momento preciso.

El periodista deberá contar con suficientes criterios para valorar la veracidad de las informaciones que obtenga. Muchos de los datos que viajan en la red no son fuentes confiables para el usuario ni para el periodista; pero este último deberá cotejar y verificar las fuentes.

De acuerdo con Emy Armañanzas (1996, p. 47), los editores estadounidenses vienen mostrando la necesidad de contar con verdaderos especialistas en la investigación de información a través de las redes electrónicas, administración y manejo de bases de datos y análisis estadísticos. Si antes buena parte de la dificultad y del valor del trabajo periodístico bien hecho radicaba en la simple y dificultosa captación de información, a partir de ahora se va a primar el análisis profundo y acertado del periodista sobre las más diversas cuestiones, puesto que las redes electrónicas le facilitan el acceso a un volumen mucho más abultado de material informativo.

En Internet una de las desventajas es constatar la credibilidad de las fuentes o la rigurosidad de los datos que se ofrecen. El anonimato frecuente detrás de las informaciones es un motivo para dudar de la veracidad de los mensajes. Por lo mismo, los poseedores de un título o de una marca que haya obtenido ya el reconocimiento del mercado tradicional serán más consultados en el ciberespacio.

Periodista interactivo. La interactividad del periodista será otra fuente de información. Los usuarios comunicarán al periódico informaciones y dudas, el periodista elaborará su trabajo de forma más completa. Estará en contacto directo con el usuario, podrá hablar con él, sabrá qué opina sobre su trabajo y cuál y cómo es la información que necesita.

El periodista consultará sus fuentes de información por Internet y éstas interactuarán con él. En la actualidad algunas fuentes tradicionales en el ámbito económico, político, social o cultural ya no convocan a una rueda de prensa en determinado lugar, sino que a través de las redes telemáticas se realizan las entrevistas. El periodista consultará los discursos de los políticos o de toda fuente que haya dado una conferencia. La información, imágenes y audio se enviarán por las redes telemáticas.

El periodista tiene ahora un jefe más con quien debatir los temas: el lector. La redacción, la habitación física donde conviven los periodistas, se ha sustituido por una redacción virtual, que existe en las redes telemáticas.

Más hábil. El periodista podrá enloquecer ante la abundante información que tendrá en sus manos para redactar una noticia. Deberá tener una gran habilidad, inteligencia y capacidad de selección para buscar y encontrar la información que necesita. Se comprometerá a organizar su tiempo porque sus fuentes de información cada vez son más y debido a que en la actualidad la censura se da por exceso de información.

Responsabilidad social. Tendrá que fortalecer los principios éticos y deontológicos. De acuerdo con Fernando Quirós Fernández (1998, p.9): "No obstante, nosotros abogamos por una concepción del periodismo distinta a la que se ha abierto paso en esta *sociedad de la información*. Abogamos por una información que otorgue a los medios el papel de organizadores de la convivencia. No estamos de acuerdo con la tesis de que por encima de la libertad de información está la libertad de comercio". Esta responsabilidad social es la que el periodista ha debido tener en todo medio de comunicación, sin importar si se trata de la prensa, de la radio o la televisión. Con el desarrollo de Internet, así como de cualquier tecnología que continúe, el comunicador deberá cumplir dicha función social.

Trabajo continuo. El periódico *on line* no esperará 24 horas para actualizar sus noticias; presentará al usuario lo más importante del momento conforme ocurran los hechos. Las salas de redacción trabajarán de manera continua, habrá varios turnos y no sólo personal de guardia. Aquí es importante recordar que el usuario del periódico no será solamente el de su localidad, país o continente, sino que traspasará las fronteras. Mientras en América es de día en Europa de noche y continuamente la gente necesitará estar informada en todo momento.

Dinámicas de trabajo practicadas hasta el día de hoy

A) Periodista multimedia que adapta la información a cada soporte.

ventajas: \* Controla la edición de su trabajo.

\* Tiene un terminal que le permite todas las posibilidades tecnológicas.

inconvenientes: Exige del periodista ser competente en las distintas tareas redaccionales.

recursos: \* El periodista necesita contar con todos los recursos tecnológicos para la realización de su trabajo.

\* Servidores comunes.

B) Un periodista suministra la noticia y otro la adapta a los diferentes formatos.

ventajas: Se domina el soporte.

inconvenientes: Se pierde el control sobre la edición final.

recursos: Los mismos recursos que todo periodista.

Profesionalización del periodista. El periodista deberá tener mayor preparación, tanto en las Ciencias de la Información como en cultura general. La inmediatez y la rapidez con que tendrá que transmitir la información requerirá de una capacidad para cometer el menor número de errores posibles. El hecho de transmitir la información de manera inmediata no será pretexto para la desinformación o equivocación.

El periodista es hoy un facilitador o un intermediario del proceso de la comunicación, más que un transmisor de conocimiento. Alrededor de esta actividad de información a través de la red y junto con el ciberperiodista han surgido nuevas profesiones como las siguientes:

a) Buscador de información en la red. Profesional que bajo un criterio de análisis de contenidos de información, busque y

procese la información procedente del mundo Internet y pueda dar esa información dosificada y precisa.

- b) *Freelance* digital. Profesional que transmite una noticia o realiza un reportaje de un hecho en el cual no existe una delegación, un corresponsal o un enviado especial. Emplea los medios digitales o telemáticos para transmitir su información.
- c) Asistente de información en la redacción. Va a seleccionar y luego va a responder los correos de los lectores del medio, entre otras actividades.
- d) Limpiador de ruido informacional. Su responsabilidad es quitar el ruido informacional que existe en Internet.

Por lo anterior es importante que en las instituciones educativas se prepare a los futuros periodistas. Algunos lugares ya lo están haciendo como el Centro de Formación y Perfeccionamiento de Periodistas con sede en París que ofrece un programa de especialización de Periodismo en línea.

El trabajo del periodista es muy importante en esta nueva era. Es el responsable de jerarquizar, organizar y presentar la información que le interese a cada persona según sus necesidades. El ser humano no dispone del tiempo, ni de la formación suficiente para interpretar la información.

Aunque un usuario tenga información, no siempre tendrá una noticia, una entrevista, un reportaje, un artículo, una crónica. No sabrá jerarquizar, contextualizar y redactar la información. No tendrá la teoría, ni la práctica indispensable de la redacción periodística y no estará en el momento de los hechos.

Los periodistas se convirtieron en los organizadores de la información en el océano en el que se ha constituido Internet. Aunque no todos los millones de páginas que viajan tienen información periodística, ésta se ha transformado como un eje vertical que sitúa al usuario en la información que busca. El papel del periodista es el de ordenador del caos de la información que tiene el hombre del siglo XXI en las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

En 1994 fueron los periodistas audaces y sobre todo jóvenes, con una apertura mental quienes creyeron en la transformación periodística para instalarla en la red. Hoy, después de 10 años, la preparación que fueron adquiriendo de manera autodidáctica se ha transformando en estudios académicos institucionalizados en diferentes escuelas.

La mayoría de las Facultades de Comunicación o Periodismo han enfocado materias de especialización en las cuales le dan al estudiante aspectos formativos que pueden conformar el perfil necesario para ser competente en este nuevo medio. Estas materias han tomado diferentes denominaciones como *Comunicación mediática*, *Elaboración de hipertexto*, *Sociedad del Conocimiento*, *Nuevas Tecnologías de la Información*, *Desarrollo de Sistemas de Información*, *Ciberperiodismo*, entre otros.

Son pocas instituciones quienes han incorporado en la currícula de licenciatura una línea completa en donde se prepare al estudiante para comprender teóricamente y aprender en la práctica la forma de trabajar en los medios instalados en la red. Hasta el momento siguen las especificaciones en la currícula para los medios como radio, televisión y prensa, pero no para la red.

Lo que ha funcionado son los diplomados, especialidades o *masters* en donde quienes todavía no laboran o quienes ya lo hacen adquieran los conocimientos necesarios para trabajar en la red Internet. Para las páginas que no manejan información periodística también es muy importante que cuenten con los expertos en la construcción de información, no en archivarla, sino en presentarla de la forma más adecuada de acuerdo a la nueva retórica.

Sin embargo, para la presentación de una página en la red los accionistas o dueños de las páginas no invierten sumas importantes para los contenidos, se sitúan más en el pago de honorarios a diseñadores y a ingenieros en sistemas informáticos, considerando los contenidos como una inversión de segundo momento. Por ello, hay millones de páginas en la red que se han convertido en basura para los usuarios que sólo tienen imagen y una navegabilidad pertinente, pero no contenido.

De 1994 a este año la formación del periodista ha sido dispar, aquellos que trabajaban en medios tradicionales de prestigio y que se pasaron a su edición en la red, son periodistas que vieron la transformación en el lenguaje, sintieron la exigencia de otra preparación y sobre todo la explotación de los recursos que nos permite la red. Para aquellos que trabajan en medios poco desarrollados (la mayoría) las empresas no tienen recursos o no les interesa invertir, su desarrollo se ha quedado en un simple intento.

## Las redacciones

La redacción, la habitación física donde conviven los periodistas, se ha sustituido por una redacción virtual, que existe en las redes telemáticas. El ciberespacio no es capaz de sustituir el trabajo del periodista, el usuario tiene la necesidad de contar con alguien que le seleccione, informe, interprete y juzgue los hechos que acontecen en el mundo. La técnica puede ayudar eficazmente en el proceso productivo y en su transmisión, pero no sustituir a quienes se encargan de buscar las informaciones, seleccionarlas, valorarlas y comunicarlas.

Los espacios de trabajo y los recursos con los cuales ejerce el periodista también son diferentes en un medio que en otro. Están

las salas de redacción consolidadas como las del *Washingtonpost.com*, la de *El País.es*, la de *El Clarín.com*, *Le Monde*, entre otros; centros especializados en el manejo de los contenidos de la prensa digital. Aunque la información periodística de las salas de redacción, tanto impresa como digital se combinan, la mayoría ha optado por separarlas, así como se hace por secciones, también ahora por formas de comunicación.

Salas virtuales, horarios diferentes, permanencia en la transmisión de información, etc. es lo que ha hecho la consolidación de los medios digitales. Por ejemplo cuando ocurrió el atentado 11M en Madrid, los ciudadanos españoles esperaban que fuera el *Washingtonpost.com* quien también informará detalles de los acontecimientos, no importaba que en Estados Unidos fuera de madrugada y en el país europeo de día.

Ejemplos de algunas redacciones de medios digitales

#### *Wall Street Journal Interactive Edition*

- Integración de la plantilla digital con la de la prensa escrita.
- Los cuarenta redactores, reporteros y artistas gráficos están justo en medio de la redacción de nacional.

#### *El Universal On Line*

- 22 personas.
- Editores, coeditores, redactores, diseñadores.

#### *El Mundo*

- 79 miembros.
- 45 periodistas, 10 o 12 técnicos, administrativos.

#### *The New York Times*

- 200 miembros.
- 100 periodistas y 100 del área comercial.

En estos momentos se está configurando el nuevo perfil que deben poseer los periodistas y el que demandan las empresas. Los nuevos comunicadores están abriendo un espacio donde interactúan e imprimen su código genético al naciente medio.

#### Bibliografía

- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo: *El periodismo electrónico*. Barcelona: Editorial Ariel, 1996.
- Cebrián, Juan Luis, *La red*. Madrid: Ed. Taurus, Madrid, 1998.
- Díaz, Javier y Meso Ayerdi, Koldo: *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Ed. Anaya, 1997.
- Díaz Nosty, Bernardo: *Informe Anual de la Comunicación*. Madrid: Grupo Zeta, 1998.
- Escriche, Pilar; De Fontcuberta, Mar; Molinero César y Murciano, Marcial: *La comunicación internacional*. Barcelona: Ed. Mitre, 1985.
- Esebbag Benchimol: *Internet*. España: Ed. Anaya Multimedia, 1998.
- Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*". Madrid: Ed. UNESCO/CINDOC, 1998.
- Informe Mundial sobre la Comunicación*. Madrid: Ed. UNESCO/CINDOC, 1999.
- Islas, Octavio: *Explorando el ciberespacio iberoamericano*. México: Ed. CECSA, 2002.
- McLuhan Marshall: *La aldea global*. España: Ed. Gedisa, 1996.
- Martínez Albertos, José Luis: *El ocaso del periodismo*. España: Ed. Cims, 1997.
- Martínez Albertos, José Luis, *Curso General de Redacción Periodística*. España: Ed. Paraninfo, 1993.
- Muñoz, Pedro A.: *Un futuro interconectado y digital*. Madrid: Ed. Ericsson S. A., 1997.
- Navarro Zamora, Lizy: *Los periódicos on line*. México: Ed. U.A.S.L.P., 2002.
- Quirós Fernández, Fernando: *Estructura Internacional de la Información*. Madrid: Ed. Síntesis, 1998.
- Ramonet, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Ed. Debate, 1998.

R. Vilamor, José: *Nuevo Periodismo para el nuevo milenio*. Madrid: Ed. Olalla, 1997.

Sahagún Felipe: *De Gutenberg a Internet*. España: Ed. Estudios Internacionales de la Complutense, 1998.

Sánchez, José Francisco (Editor): *El nuevo mapa informativo europeo*. Actas de la IV Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información. Pamplona: Ed. Servicio de publicaciones de la Universidad de Navarra, 1990.

Smith A., *Goodbye Gutenberg*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili, 1983.