



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Nuevas tecnologías, nuevos periodistas : los cambios en la práctica profesional a partir de la inserción de TIC´s

Autores (en el caso de tesis y directores):

Daniel Andrés Feliciani

María Rosa Gómez, Tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2013

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.

Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)

La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

TESINA

Nuevas tecnologías, nuevos periodistas:

Los cambios en la práctica profesional a partir de la inserción de TIC's

DANIEL ANDRÉS FELICIANI (DNI: 29543653 / danielfeliciani@yahoo.com.ar)

TUTORA: MARÍA ROSA GOMEZ

Mayo 2013

Feliciani, Daniel Andrés

Nuevas tecnologías, nuevos periodistas: los cambios en la práctica profesional a partir de la inserción de TIC's. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires, 2013. E-Book.

ISBN 978-950-29-1470-1

1. Comunicación. 2. Tecnologías de la Información y la Comunicación. 3. Práctica Profesional.
I. Título

CDD 302.230 711

Fecha de catalogación: 08/11/2013

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de Feliciani, Daniel Andrés (2013) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes. Para más información ver aquí:
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

ÍNDICE	
.Introducción	1
.De los medios tradicionales a los digitales	
.Marco Teórico	8
.De lo moderno a lo posmoderno	
.Metodología de trabajo	14
1. Génesis del periodismo 2.0	16
1.1. La informatización y digitalización	
2. La formación y la práctica periodística	20
2.1. Capacitación: ¿a cargo del medio o de los centros de estudio?	21
2.2. El papel de la universidad	25
2.3. La formación y el medio	32
3. Las TIC's y los nuevos hábitos de producción y consumo	35
3.1. Los medios y el futuro	36
3.2. El periodista productor y el lector usuario	42
3.3. La brecha digital: el mito de la cuestión generacional	47
4. Nuevo contexto, otros periodistas	50
4.1. Los pros y contras de las TIC's	51
4.2. Tendencia: hacia dónde va la profesión	56
4.3. ¿Qué se busca en un periodista?	57
.Conclusiones	61
.Anexo	

*“Al parecer, no hay tema más intempestivo en nuestro tiempo,
así llamado postmoderno, que el de lo nuevo:
la aspiración a lo nuevo suele asociarse a la utopía,
a la esperanza en un nuevo comienzo histórico y
en la futura transformación radical
de las condiciones existenciales del hombre.” Boris Groys*

.Introducción

. De los medios tradicionales a los digitales

El desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, es decir las TIC's, produjeron cambios en el ámbito de la empresa periodística y también en el seno de las prácticas profesionales. No sólo hubieron avances en cuanto a los dispositivos que se fueron incorporando en las últimas tres décadas sino que puntualmente en los últimos años tuvieron incidencias en las competencias de los periodistas. Los conocimientos básicos de redacción, edición o producción ya no alcanzan para cubrir los requisitos necesarios para el nuevo periodismo de la era 2.0 sino que se le deben sumar toda una serie de nuevas competencias técnicas que el periodista necesita incorporar. Si se habla de producciones y empresas de corto presupuesto, esos conocimientos adquieren un plus a la hora de elaborar un proyecto de carácter multimedial. Para ello habrá que sumarle competencias en web 2.0, fotografía y video digital, armado de blogs y páginas de internet así también como la incorporación de redes sociales, donde predominan Twitter y Facebook, entre otros recursos técnicos.

A lo largo de este trabajo se indagará qué tipo de competencias piden las empresas periodísticas, requisitos y conocimientos en dispositivos técnicos al mismo tiempo que se explorará qué elementos hay a disposición de los periodistas para incorporar la técnica así también como las ofertas de capacitación para los mismos en materia de periodismo digital. En ese sentido, será importante saber cómo repercute este nuevo tipo de

periodista en un mundo hipertextual, multimedial e interactivo y su relación simultánea con los medios tradicionales y con otros profesionales.

Por otro lado, también habrá una fuerte referencia al lugar que ocupan las TIC's en el ámbito formativo, es decir, cómo llevan adelante las universidades, escuelas de periodismo y las áreas de capacitación de los medios la incorporación de estas herramientas digitales a la profesión.

Este trabajo es de índole exploratorio, no busca, de ninguna manera, una comprobación mensurable, se trata de conocer cómo está el campo profesional en un nuevo contexto. Para poder recorrer este camino, en el siguiente trabajo se llevaron adelante técnicas de investigación cualitativa que según Anselm Strauss y Juliet Corbin (2002), corresponden a cualquier tipo de investigación capaz de producir hallazgos sin mediar algún tipo de procedimiento estadístico o medio cuantitativo, es decir que gran parte del análisis radica en la interpretación.

A la velocidad en que las TIC's siguen su curso, los medios han tratado de estar a la altura y adoptar esas tecnologías de manera casi inmediata. El punto de inicio que da origen a este trabajo es la web 2.0 y que exponen a qué se enfrentan los involucrados, es decir, los periodistas y/o consumidores de medios (tradicionales o digitales). Pero, ¿cómo crecen los periodistas con lo que hay y con lo que proponen las TIC's?

Muchos de los entrevistados para este trabajo han desarrollado diferentes vivencias con respecto a cómo fueron incorporando las nuevas tecnologías a su labor diaria además de describir las posiciones de sus colegas durante la transición. Así pasaron de la total negación a usar una computadora, en el momento en que se incorporaron en las redacciones en la década del '80 hasta ser banco de pruebas en el uso de redes sociales en una cobertura especial para el medio. Por eso mismo, es vital pensar en relaciones y

en las capacidades de los profesionales para crecer en un contexto determinado y particular, o como afirma Pablo Mancini, *“una deuda que tenemos los periodistas con nosotros y nuestra profesión es repensar la relación que tenemos con las herramientas que utilizamos, como ya lo hicieron y lo están haciendo todas las industrias y sectores”*¹

En los siguientes párrafos se profundizará cómo se fueron incorporando las TIC's en los medios durante la primera mitad de la década del '80, puntualmente en el país, con la incorporación de las primeras computadoras personales que habían salido al mercado como las IBM, además del desarrollo de las telecomunicaciones. Más tarde, hacia mediados de los '90, el auge de internet profundiza las transformaciones que evolucionaron y revolucionaron los medios hasta la actualidad. Se produjeron muchos cambios tanto en la elaboración, producción, planificación de información y estructura de los medios. En consecuencia, esos cambios repercuten en el capital humano y en las prácticas de los profesionales lo cual lleva a enfrentarse o encontrarse con esas nuevas herramientas de manera diferente.

- *“Tenés tres generaciones distintas si las ponemos en términos de lo que ha sido en Argentina. Yo lo sitúo mucho hacia finales de los '80, '90 y '2000, casi cuatro generaciones. Ahora la brecha no es tanto, hubo quienes se quedaron en el medio, siguen trabajando en el medio y no solo tuvieron que incorporar determinados conceptos del uso de las TIC's”. (Liliana Belforte)*

Esas generaciones, que menciona Liliana Belforte, Licenciada en Comunicación y Periodismo, marcan las etapas que tuvo la inserción de nuevas tecnologías en el país. La

¹ Mancini, Pablo. *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. La Crujía, Buenos Aires. 2011

primera, a partir de los '80 que fue un período iniciático donde se incorporaban dispositivos pero desaparecían oficios o se redefinían. Una segunda etapa en los '90 con la explosión de internet en el que predominan los cambios visuales y la tercera etapa, a principios de este siglo, con el apogeo de la interactividad y dispositivos digitales.

Sin embargo, la diferencia entre las últimas dos etapas, a nivel de herramientas y de avances, no resulta tan marcada ya que internet sigue siendo el soporte o la base que está cubriendo las transformaciones que son más dinámicas. No resultó así en la transición entre la primera y segunda parte donde sí hubo cambios profundos en los soportes y dispositivos que habitualmente se usaban.

- *“Los cambios en los medios durante la transición no los noté pero si fue tortuoso para muchos periodistas sobre todo del área gráfica, fue difícil. Nosotros no lo vimos porque estábamos en la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA) que rápidamente incorporó tecnología, no de punta pero estábamos todo el tiempo dando formación, con capacitación, con periodistas de la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP) con quienes realizábamos seminarios y cursos de nuevas tecnologías”. (Liliana Belforte)*

Un punto de vista similar al de Belforte se lo puede encontrar en el testimonio de otra entrevistada, Delia Piña, quien habla específicamente de lo que pasó en el área gráfica de La Nación en donde periodistas que históricamente estuvieron en el diario y sufrieron los cambios que se desarrollaron con la inserción de las computadoras para reemplazar a las viejas máquinas de escribir Olivetti.

- *“Había gente que venía de años de trabajar con la máquina de escribir y que tenía determinada antigüedad y el cambio provocó un estrés muy grande. En el caso del*

diario hubo varios infartados y con picos de presión, es cuestión de adaptarse, ese fue un paso enorme así como el no tener que bajar al taller y agarrar el cortante, el poder cortar de otra manera es más coherente, prolijo. Fue un paso muy grande pero vino bien.” (Delia Piña)

El ejemplo anterior, si bien puede resultar extremo, es una manera de reflejar el abordaje que los periodistas hacen de las herramientas que van apareciendo en la profesión y también para entender cómo crecen cuando surge algo nuevo, cómo lo adoptan, lo incorporan, se acercan y se relacionan con un dispositivo que, tal vez, tenga una vida efímera en la dinámica que han demostrado las TIC's. Otro ejemplo es el de las redes sociales como nuevo dispositivo que han incorporado los periodistas y que permite abrir otro canal de comunicación, otra forma de crear y transmitir la información y que los medios, luego de un período de prueba, fueron incorporando en mayor o menor medida.

- *“La incorporación de las redes sociales es como todo. No sé cómo es en otros medios de comunicación pero es de un día para el otro y hay mucho ensayo y error, mucha prueba. Yo un día fui a cubrir la semana de la moda en Colombia y me dijeron vamos a hacer la experiencia con vos vía Twitter. Después, obviamente, es aprender el procedimiento. Simplemente, luego de una experiencia piloto como la mía, eso fue como sistematizar, lo empezamos a aplicar en la cobertura de desfiles y es como un canal personal con el cual te podías alinear con el grupo del diario o podés twitear desde tu cuenta o desde la cuenta de la sección en la que estás.” (Delia Piña)*

En líneas generales, los ejemplos que se pueden mencionar son muchos por varias cuestiones. Por un lado, la inserción de TIC's en los medios no se produjeron de la misma manera como tampoco fue de la misma manera el abordaje que los periodistas hicieron

de los dispositivos que se fueron incorporando. Por otro lado, las etapas no fueron todas iguales y cada una de ellas tenía su marca característica en cuanto a la tecnología que predominó y se destacó en esa época. Pero, de todas maneras, lo que hay que tener en cuenta es la relación que el profesional tiene o mantiene con las nuevas herramientas digitales y cómo crecen junto a ellas.

- *“Hay un problema, a mi parecer y es este: somos una generación de transición. Por lo general, nuestros superiores se formaron en otra corriente del periodismo, ligada al oficio. El manejo de la palabra era infinitamente superior. Ellos no competían con la tele ni con Internet. Aprendían a escribir y esa era su arma. La batalla ahora es otra. Es muy difícil integrar las nuevas tecnologías en aquellas secciones menos permeables a los cambios, que se integran poco con las redacciones digitales. Generalmente, en las redacciones de papel, es indispensable saber usar una PC, un procesador de texto y, operativamente, un sistema de maquetación. Pero no se exige mucho más. Se intenta que todos los periodistas suban sus notas a la web, pero hay resistencias.” (Marisol Parnofiello)*

Por lo tanto, es destacable lograr ese abordaje de las herramientas y al mismo tiempo de su apropiación rompiendo la barrera del miedo a la tecnología, reticencias o *semi analfabetismo* digital que suelen tener generaciones más grandes de periodistas para lograr el salto de calidad.

En consecuencia, la preocupación por el entorno tecnológico era algo que ya estaba puesto en discusión desde que toda la maquinaria técnica y el desarrollo económico de los países desarrollados habían comenzado a acortar las distancias comunicacionales a fines de los '70, inicios de los '80. Algunos años más tarde, precisamente a principios de los '90, Felix Guattari, filósofo francés, analizó poco antes de su muerte la relación de los

entornos tecnológicos y la producción de subjetividad. Pensaba que las máquinas tecnológicas de la información y la comunicación, de la informática, la robótica y los medios de comunicación, operan *“en el corazón de la subjetividad humana no sólo en el seno de sus memorias, de su inteligencia sino también de su sensibilidad, de sus afecciones y de su inconsciente”* (Mattelart, 1995:121-122).

En este trabajo se podrá observar cómo afectan en las subjetividades de los profesionales la incorporación de tecnologías. Ya sea por un motivo u otro, la inserción de TIC's en los medios, ha significado, en muchos casos, un aprendizaje arduo y un crecimiento profesional importante para aquellos trabajadores que han estado a la par de esa evolución tecnológica. Pero también, esos cambios y esa transición entre los medios tradicionales y los digitales han significado un modo de ver esas transformaciones en primera persona y de una manera que desde el lugar de consumidores de noticias e información no es posible advertir.

En tal sentido, y teniendo en cuenta que habrá consideraciones metodológicas que serán abordadas en su correspondiente apartado, se intentará llegar a la interpretación de todo el material recopilado para este trabajo. Realizar dicho análisis, en palabras de Gloria Pérez Serrano (2007), *“supone integrar, relacionar, establecer conexiones entre las diferentes categorías así como posibles comparaciones”*. De esta manera se trata de poder comprender la realidad del tema abordado en su totalidad de manera unificada con el objetivo de producir un nuevo aporte al conocimiento sobre lo trabajado.

.Marco Teórico

.De lo moderno a lo posmoderno

Hace unos años, en un contexto donde se discutía sobre el posmodernismo y todo lo que acontecía con ello, circulaban escritos de diversos autores sobre lo que marcaba el quiebre entre lo moderno y lo posmoderno. Fredric Jameson, Umberto Eco, Daniel Bell, entre otros, daban una perspectiva sobre esos cambios pero apuntando a lo político, económico, lo sociológico, al significado y el significante como así también la técnica. Cada uno de estos autores daba una perspectiva teórica de acuerdo al momento histórico que estaba atravesando el mundo y proponía un punto de vista sobre qué era moderno y qué características implicaba ser posmoderno, así también como intentar determinar el punto exacto del paso entre una y otra. Sin embargo, ese determinismo era discutido por otros pensadores.

A modo de ejemplo, el semiólogo italiano Umberto Eco, colocaba al posmodernismo en un lugar difícil de definir en términos cronológicos por lo cual cada etapa histórica poseía (o posee) su propio posmodernismo y lo coloca en una categoría espiritual o modo de operar. Por el contrario, Fredric Jameson, crítico y teórico literario norteamericano, considera al posmodernismo como una etapa histórica de la evolución de los regímenes de pensamiento. *“El posmodernismo, como dominante cultural de la lógica del capitalismo avanzado, se caracteriza por la crítica de los “modelos de profundidad”: el modelo dialéctico de la esencia y la apariencia y sus conceptos de ideología y falsa conciencia; el modelo existencial de la autenticidad o de la falta de autenticidad con la oposición entre*

alineación y desalineación que lo establece, y finalmente la gran oposición semiológica entre significado y significante que ha reinado en los años sesenta y setenta.”²

Otro autor, Jean-Francois Lyotard, filósofo francés, escribe hacia finales de los '70 *La condición posmoderna*. En líneas generales, un alegato a la crisis que venían sufriendo los grandes relatos de la historia y haciendo foco en los países desarrollados y el desarrollo de las *máquinas informativas*. En este punto hay un alto porque la problemática que acarrea alguna de estas referencias es hacia la *“jerarquía del saber y los procesos que afectan a los modos de pensar, de enseñar y de tratar la información en la era de la digitalización del signo y de la nueva alianza entre el sonido, la imagen y el texto”³*

Esta última línea del pensamiento de Lyotard es la base que acompañará a lo largo del trabajo: la nueva alianza entre el sonido, la imagen y el texto pero volcadas a lo que es la nueva función del periodista y a la transformación que ha sufrido la profesión en los últimos años, tanto en la práctica profesional como en la etapa formativa con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Por lo tanto serán relevantes las tres características que atraviesan toda la web 2.0, es decir, su hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. También será considerado un factor importante el lugar que ocupa la formación de los profesionales en universidades, terciarios o medios de comunicación en ese proceso dinámico que protagonizan las TIC's.

Es importante tener en cuenta que las transformaciones tecnológicas conllevan, en consecuencia, transformaciones que exceden a su propia esencia. Esto quiere decir que

² Mattelart, Armand y Mattelart Michelle, 1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós,

³ Ídem.

repercute en distintas dimensiones que no son solo tecnológicas, o digitales como se va a ver a lo largo del trabajo, y en este caso puntual, repercute en los saberes, capacidades, formación académica que deben o deberían tener aquellos profesionales que se ocupan de la práctica periodística. Continuando con el pensamiento de Lyotard, y la relación entre cambios tecnológicos y conocimiento, considera que *“la incidencia de esas transformaciones tecnológicas sobre el saber parece que debe de ser considerable. El saber se encuentra o se encontrará afectado en dos principales funciones: la investigación y la transmisión de conocimientos. Para la primera, un ejemplo accesible al profano nos lo proporciona la genética, que debe su paradigma teórico a la cibernética. Para la segunda, se sabe que al normalizar, miniaturizar y comercializar los aparatos, se modifican ya hoy en día las operaciones de adquisición, clasificación, posibilidad de disposición y de explotación de los conocimientos. Es razonable pensar que la multiplicación de las máquinas de información afecta y afectará a la circulación de los conocimientos tanto como lo ha hecho el desarrollo de los medios de circulación de hombres primero (transporte), de sonidos e imágenes después (media).”*⁴

En este sentido, será importante indagar y conocer cómo se fueron realizando esas transformaciones, cuál fue el punto de inflexión que marcó ese quiebre en lo que se considera un aumento en las capacidades, competencias y conocimientos que deben poseer los periodistas, tanto de los medios tradicionales que han sufrido la transición y de los nuevos periodistas que han nacido en un contexto de medios digitales. Y por otro lado, será bueno saber, en un mercado periodístico donde abunda la demanda pero escasea la oferta, qué condiciones buscan en los periodistas, los reclutadores, editores y quienes toman las decisiones en los medios donde quizás esas nuevas competencias y

⁴ Lyotard, Jean-Francois, (1991). La condición posmoderna. Informe sobre el saber. Buenos Aires, Red Editorial Iberoamericana S. A. (R.E.I.)

capacidades se transforman en un capital fundamental. Pero también, en lo que refiere a la formación y lo que deberían saber los profesionales, se inscriben un conjunto de saberes que corresponden a quien debiera estar a cargo de esa formación y capacitación. En ese sentido se hace indispensable conocer qué se enseña, a quién o quién lo enseña, cómo se hace ese aprendizaje, en qué contexto y bajo qué condiciones los periodistas van incorporando las herramientas necesarios para el desarrollo de la actividad. Lyotard continúa, *“los ‘productores’ del saber, lo mismo que sus utilizadores, deben y deberán poseer los medios de traducir a esos lenguajes lo que buscan, los unos al inventar, los otros al aprender. Sin embargo, las investigaciones referidas a esas máquinas intérpretes ya están avanzadas. Con la hegemonía de la informática, se impone una cierta lógica, y, por tanto, un conjunto de prescripciones que se refieran a los enunciados aceptados como ‘de saber’”*.⁵

Por eso, en la formación profesional en un contexto digitalizado, tecnológico, dinámico, es indispensable que el crecimiento del individuo o los individuos implicados e involucrados en esas transformaciones puedan ir desarrollando su aprendizaje en paralelo a lo que ofrece el mercado del saber.

El saber termina siendo una mercancía y, como se mencionó más arriba, resulta un producto con un valor que en el mercado laboral termina siendo fundamental, tanto para los periodistas, estudiantes, capacitadores, formadores, reclutadores. Es decir, qué importancia tendrá saber manejar herramientas digitales, tanto para quienes se encargan de la formación o de la incorporación de periodistas como de quienes deben poseer esos conocimientos. Al respecto, Lyotard afirma que *“se puede, por consiguiente, esperar una*

⁵ Lyotard, Jean-Francois, (1991). La condición posmoderna. Informe sobre el saber. Buenos Aires, Red Editorial Iberoamericana S. A. (R.E.I.)

potente exteriorización del saber con respecto al 'sabiente', en cualquier punto en que éste se encuentre en el proceso de conocimiento. El antiguo principio de que la adquisición del saber es indisociable de la formación (Bildung) del espíritu, e incluso de la persona, cae y caerá todavía más en desuso. Esa relación de los proveedores y de los usuarios del conocimiento con el saber tiende y tenderá cada vez más a revestir la forma que los productores y los consumidores de mercancías mantienen con estas últimas, es decir, la forma valor. El saber es y será producido para ser vendido, y es y será consumido para ser valorado en una nueva producción: en los dos casos, para ser cambiado. Deja de ser en sí mismo su propio fin, pierde su 'valor de uso'.”⁶

Además, en este contexto y como se puede ver en estos últimos párrafos, esa producción de saber corresponder, asimismo, a aquellos que están a cargo de la formación de los profesionales. Pero por otro lado, también los periodistas son los responsables de darle valor a ese saber adquirido además de conocer y reconocer las necesidades que son requeridas y valoradas. Phil Mayer, catedrático de la Universidad de Carolina del Norte, ha dedicado parte de su trabajo a la investigación sobre periodismo y comunicación masiva haciendo hincapié en los mecanismos que debe emplear la profesión ante las variables que ofrece el mercado y del lugar que ocupa el periodista frente a ese contexto tecnológico. En ese sentido, Mayer ofrece una reflexión que pone de manifiesto la realidad en la que se encuentran los periodistas en relación a la formación académica: *“las escuelas de periodismo están luchando estos días con el tema de qué tan profundamente dejan que los estudiantes se hundan en las especialidades. El consejo común es que cada uno debería saber hacer bien una cosa, pero poder trabajar en los*

⁶ Lyotard, Jean-Francois, (1991). La condición posmoderna. Informe sobre el saber. Buenos Aires, Red Editorial Iberoamericana S. A. (R.E.I.)

márgenes de otras artes. Mientras la tecnología y la economía nos empuja hacia la plataforma de la convergencia, un nuevo modelo emerge: el periodista que es aprendiz de todo y maestro de nada, una persona que puede escribir, tomar fotos, editar, hablar, lucir bien frente a la cámara, con una competencia que podría no ser tan grande, pero lo suficientemente buena. Un buen reportero sería redefinido como aquel que es bueno en cualquier medio". (Mayer, 2007)

Sin embargo, no todo está supeditado a los designios de los formadores, capacitadores y a las vicisitudes tecnológicas a las que se enfrentan los periodistas, también hay una necesidad de orientar la profesión a las nuevas prácticas de consumo pertenecientes a los receptores de la información: los lectores/consumidores. Éstos, teniendo acceso a nuevos dispositivos más complejos, requieren un tratamiento de la información más acorde a la forma de consumirla. Por eso mismo, hay una impronta que parte de aquel que recibe la noticia que la prefiere en un formato determinado y con las características que mejor se adapte a sus consumos tecnológicos. En este sentido, Michel De Certeau, filósofo e historiador francés, escribió a principios de los '80 *La invención de lo cotidiano* en donde refiere, ya en esa época, sobre la problemática de los usos y *maneras de hacer de los usuarios* dentro del marco de los usos sociales de la tecnología. En consecuencia, en esas *maneras de hacer de los usuarios* insiste con la "capacidad de éstos para desviar, rodear la racionalidad de los dispositivos colocados por el orden estatal y comercial."⁷

⁷ Mattelart, Armand y Mattelart Michele, (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós.

.Metodología de trabajo

Para llevar adelante el desarrollo de esta investigación se ha hecho, en primer lugar, un relevamiento bibliográfico que derivó en dos características. Por un lado, se recopiló información, datos y bibliografías sobre cómo se fueron introduciendo las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los medios por lo cual se ha realizado una división, por etapas que permitió delimitar por décadas la incorporación de estas nuevas herramientas. Las etapas se dividen en tres:

- La primera que va de principios de los '80 hasta los '90, década en la que comienzan a introducirse las TIC's.
- La segunda que va desde los '90 hasta el 2000, década en la que predominó el auge de internet y la digitalización de los medios.
- La tercera que se inicia en el 2000 y perdura hasta la actualidad.

Por otro lado, y aquí va la segunda característica del relevamiento, se recopiló información sobre los distintos dispositivos empleados en estas tres décadas de nuevas tecnologías. De esta manera se pudo obtener un informe pormenorizado sobre la inserción de TIC's en los medios de comunicación.

A su vez se han realizado una serie de entrevistas desestructuradas y abiertas con algunos protagonistas que por su relación con el tema permitieron dar cuenta de la problemática desarrollada en este trabajo. Entre los entrevistados se encuentran periodistas de diversas épocas, que atraviesan las tres etapas previamente mencionadas, y que dieron su testimonio de acuerdo a sus experiencias con las TIC's y su profesión. También aportaron su testimonio docentes que dieron cuenta del lugar que ocupa la

formación y la capacitación en el crecimiento de los profesionales con las nuevas herramientas.

De esta manera, se puede realizar un acercamiento, de primera mano, de cómo fueron evolucionando en paralelo tanto la incorporación de tecnologías en los medios de comunicación, así también como fue evolucionando gradual o radicalmente el trabajo de los periodistas de acuerdo a la inserción de TIC's. Asimismo, estas entrevistas permiten entender la problemática que ocupa una parte central de este trabajo que es cómo crecen los periodistas en la práctica profesional a la par de las TIC's, en cuanto a su formación y capacitación y quién o quiénes deberían estar a cargo.

1. Génesis del periodismo 2.0

1.1. La informatización y digitalización

Haber tomado como punto de partida la frase de Lyotard no fue casual teniendo en cuenta que pertenece a un trabajo del año 1979. Forma parte de una época en donde se estaban realizando grandes transformaciones tecnológicas. Surgían las primeras computadoras personales, había un contexto en las industrias culturales que favorecía los cambios no solo en el ámbito de los medios de comunicación sino a nivel cotidiano.

A principios de los '80 se advierten las primeras modificaciones en los medios de comunicación con la informatización de las redacciones, la incorporación de tecnologías en las radios y el uso del satélite en las telecomunicaciones y la televisión con la información instantánea las 24 horas.

Si se tomaran puntualmente a los medios gráficos, se podrá observar que los cambios en ese período fueron bastante marcados. Desde fines de los '70 hasta principios de los '80 hubo una fase de renovación tecnológica con respecto a los sistemas redaccionales en la denominada “*redacción electrónica*”. En ella se produce la introducción de las computadoras en el trabajo periodístico. En este caso, el periodista debía realizar tareas de edición que antes se realizaban en talleres gráficos. El desarrollo de la cultura visual lleva a que se creen departamentos de diseño para lograr impacto y un lenguaje más directo.

- *“En un momento, en el medio de la redacción había una computadora con juegos. Algunos más avanzados algo estaban aprendiendo, era difícil de entender y nadie te enseñaba nada. Era instalar una pc para que juegues y era cómo producir un cambio de manera no traumática. Era enganchar al resto para que primero*

aprendan a manejar los jueguitos y te vayas familiarizando con una computadora”(Fernando Aguinaga)

Las redacciones comienzan a tomar otras funciones con la incorporación de tecnologías (interviene en producción y corrección de textos, diagramación, acceso a banco de datos, etc.). La consecuencia es que se supriman o transformen los oficios vinculados a los talleres gráficos. Esto último se vincula con la otra etapa que va desde mediados de los '80 hasta principios de los '90, donde hay una reconversión de la prensa con la renovación de las estructuras visuales, por ejemplo el diseño.

Sin embargo, el auge de internet a mediados de la década de los '90, provocó que los medios gráficos redefinieran el soporte de los periódicos a través de la red. Es así como se fueron desarrollando los nuevos sitios de noticias donde confluían la interactividad, hipertextualidad y lo multimedial en base a la trilogía texto, imagen y sonido que se mencionaba al principio y que conforman los pilares del periodismo digital.

- *Multimedialidad:* el medio puede integrar en una misma plataforma los formatos: texto, audio, vídeo, gráficos, fotografías, animaciones, infografías, etc.
- *Hipertextualidad:* la posibilidad de acceder a la información de manera multidireccional y no lineal. Permite la navegación en el contenido a través de enlaces en relación al texto.
- *Interactividad:* se refiere a la posibilidad que tienen los usuarios de interactuar con el medio, los autores y el texto. Permitiendo de esta forma un desarrollo de acciones que proponen y comunican directamente.

El desarrollo tecnológico adaptado a los medios de comunicación es vertiginoso en los últimos treinta años pero sin duda el decenio 2000-2011 es en donde se produjeron las apariciones más significativas que redefinieron el rol de la profesión periodística: la web 2.0 y su consecuente periodismo 2.0.

Primero se definirá rápidamente qué es la web 2.0. Es un término que surge hacia mediados de 2004 gracias a Tim O'Reilly, dueño de una editorial digital y uno de los impulsores del software libre. Para O'Reilly, la web 2.0 está compuesta por siete principios constitutivos: la World Wide Web como plataforma de trabajo, el fortalecimiento de la inteligencia colectiva, la gestión de la base de datos como competencia básica, el fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software, los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad, el software no limitado a un solo dispositivo y las experiencias enriquecedoras de los usuarios. (Cobo-Pardo, 2007:16)

Éstas son las características de manual, que en líneas generales no cambiaron tanto en los últimos años pero que sí agregaron una cantidad de dispositivos por ejemplo las redes sociales como Facebook y Twitter que hoy constituyen una herramienta más para cualquier empresa periodística. Por eso mismo, es un tema que está en constante transformación y que exigiría, en consecuencia, una capacitación permanente. En este sentido, hay que tener en cuenta los perfiles profesionales y los requerimientos que se les piden a los periodistas. ¿Cuáles son las habilidades que éstos deben tener manejarse, por ejemplo, en una redacción digitalizada? Si mencionamos algunas de las 35 que se investigó en la Escuela de Periodismo de Medill en la Universidad de Northwestern, nos encontramos con manejo de HTML, Flash, edición de audio y video, administración de comunidades en línea, etc., etc. y la lista continúa (Briggs, 2007:4). Si bien esto forma

parte de un estudio norteamericano, las habilidades propuestas no difieren de la tecnología que se maneja en nuestro país.

2. La formación y la práctica periodística

El desarrollo y crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación han provocado una gran cantidad de cambios en la práctica profesional, en particular, y en la empresa periodística, en general. Por eso mismo es necesario indagar y conocer las bases desde dónde debe partir la preparación y el aprendizaje de los periodistas así también como el acompañamiento en la incorporación de herramientas digitales durante su permanencia en los medios en los que desempeñan sus actividades.

Uno de los ejes que se desprenden de esos cambios que se están produciendo a partir de la incorporación de las TIC's en el periodismo es la formación. En varias de las entrevistas que se realizaron para este trabajo se han encontrado referencias y discusiones alrededor de quién debería estar a cargo de la formación de los profesionales: la universidad o los terciarios o bien el medio de comunicación. En este sentido se deberá tener en cuenta y no olvidar qué sucede con los periodistas que trabajan en medios más chicos aunque por el momento ese punto quedará de lado.

En este capítulo se conocerá el punto de vista de algunos de los periodistas entrevistados acerca de cuál es el lugar de la formación, las herramientas que se incorporaron en la práctica cotidiana y cómo resolvieron algunas empresas periodísticas la capacitación de los profesionales. A su vez, se indagará sobre la situación en la formación académica y las discusiones y debates en torno a las TIC's, especialmente en la Universidad de Buenos Aires y el lugar que ocupa en la constitución del perfil de egresado y su lugar en el mercado laboral.

2.1. Capacitación: ¿a cargo del medio o de los centros de estudio?

En este apartado se retoma la cuestión que se mencionaba inicialmente: la formación y capacitación de los periodistas, ¿corre por cuenta de las universidades o las empresas? Probablemente las universidades o terciarios no complementan sus programas para incorporar TIC's o si lo hacen, es en clases especiales pero no sostenidos en el tiempo y tampoco, como aporta Fernando Piana, docente de la UBA y periodista de Radio Nacional, lo hacen las empresas.

- *“Debe estar organizada por las empresas mismas. Estamos hablando del mercado laboral. El debate viejo que se da y nunca se va a saldar es cuánto de la universidad tiene que estar moldeado por el mercado de trabajo”.*

Pero, por otro lado y como se desarrollará más adelante, se debe tener en cuenta qué características debe poseer el profesional y qué tipo de perfil es el que se busca. En el capítulo dedicado al papel de la universidad se detallarán algunos aspectos que rodean al egresado y qué se busca en el ámbito del manejo de nuevas herramientas aunque, como menciona Pablo Mancini en *Hackear el Periodismo*, muchas veces no se sabe a ciencia cierta qué periodista se forma, *“no tengo la menor idea de cómo debe ser diseñada la formación de los “nuevos periodistas”, porque no tengo la menor idea de qué tenemos que producir. Mi aporte [...] es ser un vocero de la incertidumbre que, lejos de paralizar, abre camino a la prueba y el error, a la experimentación, y a alguna forma de pensar el periodismo sin necesariamente estar atados a las formas conocidas para producirlo como diarios/programas/crónicas/primicias/portales/sitios/etc.”*⁸

⁸ Mancini, Pablo, (2011). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crujía

Además, es importante no perder de vista que en la formación y la capacitación que podrían hacer las empresas periodísticas puede haber una continuidad con la matriz propia del medio. Lo cual se aprovecharía de mejor manera para potenciar y aprovechar los recursos y herramientas digitales.

- *“Las empresas periodísticas no tienen esa vieja capacidad de transmisión generacional que en realidad redundaría para el beneficio de ellos. Pero de darse la posibilidad de enseñar dentro de los cauces de una misma empresa periodística, vos tenés asegurado una transmisión no solamente de la herramienta sino también del concepto del medio” (Fernando Piana)*

En este sentido, la capacitación llevada a cabo desde el medio tendría un doble objetivo. Por un lado la instrucción de los periodistas a partir de las innovaciones tecnológicas que son incorporadas por las empresas de acuerdo a las necesidades de progreso e implementación. Y por el otro, la continuidad conceptual propia del medio que permitiría su permanencia a través del tiempo y que no debería modificarse sustancialmente.

En consecuencia, a veces resulta una obligación auto impuesta por el propio medio para redefinirse en torno a las necesidades y a lo que pide la actualidad. Delia Piña, sub editora del suplemento Moda y Belleza del diario La Nación, hace referencia a esta cuestión en la que el medio, a partir de una nueva gestión acondicionó su propuesta periodística e hizo foco en la capacitación.

- *“En el diario se hizo mucho hincapié en los últimos años en el uso de tecnologías y nuevas herramientas que permitan diversificar la manera de comunicar. El suplemento tiene su Facebook y genera mucha fidelización con los lectores,*

mucha interacción y mucha participación. En las redes sociales lo que se genera es comunidad tanto en Facebook como en Twitter y lo que nos permite es tener otra mirada sobre la información especial para la temática que nosotras hacemos y sobre todo nos permite comunicarlo en la inmediatez y hacerlo como una experiencia". (Delia Piña)

En esta última parte, Piña destaca la importancia del uso de herramientas digitales en función de la pluralidad de las vías de comunicación y de una relación interactiva con los lectores. Además, dependiendo del medio, muchas veces resulta de una política de gestión de la empresa periodística, que se involucra en llevar adelante la capacitación de los periodistas en un marco de reformas que implican lo visual, lo estético, el diseño y, por supuesto el conocimiento de las nuevas herramientas.

- *"El diario [La Nación] lo que ha hecho es un programa de entrenamiento multimedia. Todos lo hicimos en distintos grupos y se trataba de una bajada o análisis de la importancia de incorporar las nuevas tecnologías y sobre todo un análisis más macro (quiénes los usan, por qué, con qué resultados) y a partir de eso se hacía un entrenamiento de lo mismo que hacíamos en papel y generarlo para notas on-line. En general la capacitación te la proponen, además de temas de divulgación invitan gente para conferencias. El diario en los últimos años se ha aggiornato bastante, ha habido mucho de eso para poder sostenerlo. Han cambiado radicalmente secciones, enfoques, que no solo han tenido que ver con lo estético, con la cosmética. En general la capacitación sirve para darte la información y después lo llevás a la práctica." (Delia Piña)*

Por esto mismo, se demuestra que el uso de TIC's y su incorporación en la empresa periodística es importante para que los periodistas estén acompañados en todo el proceso

de capacitación y que englobe a todo el medio. De esta forma se permitiría que todos los profesionales estén en condiciones similares en la incorporación y manejo de herramientas digitales.

La relación que deben tener los medios y aquellos que se insertan profesionalmente desde la universidad o terciarios, a veces no resulta de un equilibrio entre lo que se necesita y lo que se ofrece. De esta manera se precisa que ambos concuerden o por lo menos que intenten que no exista una fractura entre ellos. Pero se pierde la oportunidad de tener en cuenta las características que ofrece el contexto en el que se están produciendo los cambios en un marco digitalizado. En consecuencia, y como menciona Pablo Mancini, *“la formación de los nuevos periodistas tiene que ser una formación que tenga en cuenta el contexto. Si les enseñamos a producir diarios digitales, además de aburrirnos, poco van a poder hacer/pensar. Tenemos que encontrar formas de que el periodismo crezca cuando crece Internet y avanza la digitalización de la vida cotidiana y no que, como sucede, pierda terreno cuando esos procesos avanzan.”*⁹

⁹ Mancini, Pablo, (2001). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crujía

2.2. El papel de la universidad

Actualmente se está llevando a cabo algunas discusiones en la reforma del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires lo cual está determinando que se necesita una discusión acerca de este tema y hacia dónde debería trasladarse. En esta discusión se desarrolló un debate que compara los planes de estudios de distintas universidades tanto nacionales como privadas así también como del extranjero. Este es un avance que pone en el tapete el lugar de la formación, qué tipo de profesional se está necesitando en el mercado laboral y qué tipos de herramientas y dispositivos tecnológicos se están usando en la actualidad en consecuencia con la incorporación de tecnologías para el desarrollo profesional.

- *“La universidad tiene una gran deuda, lo que pasa es que no termina de definirse. Dependen de los lugares, de las orientaciones. No es lo mismo la UBA, la Universidad de Quilmes, la de La Plata o la de Lomas. Estoy hablando de orientaciones en comunicación donde cada una tiene una impronta, no se terminan de definir. Creo que debería ser, en el caso de la universidad, un mix, una orientación con aquellos que tienen más el área académica (la investigación y la docencia, la producción de conocimiento desde la especificidad) y aquellas profesiones más profesionales dedicadas a la práctica. Hay un largo trecho, generalmente las universidades no hacen ese mix, no terminan de definirse, entonces no hacen una cosa ni la otra” (Liliana Belforte)*

Pero más allá de estas discusiones en el que la lupa está puesta sobre la universidad o el instituto de formación, hay otra veta que se ubica sobre el medio y la capacitación que

éste brinda o no. Siguiendo con Liliana Belforte, docente en Comunicación y Periodismo, egresada de la Universidad de Lomas de Zamora, quien hace una referencia acorde al lugar del medio en la formación, se puede tener en cuenta su función en capacitación:

- *“En el caso de las empresas periodísticas tiene parte de la obligación la formación de su personal especialmente para las que son privadas. Me parece que los medios públicos también deberían ser una herramienta donde si hay un manejo casi como lógico y recibís un nuevo equipamiento, necesitas la gente que lo maneje con lo cual es parte de tu obligación entregarle las herramientas teóricas y técnicas para que puedan utilizar esa incorporación de equipamiento técnico.”*
(Liliana Belforte)

Ahora bien, en el área formativa resulta necesario poder realizar un cruce entre prácticas y teorías. Quizás una de las falencias que se desprenden de las comparaciones de los planes de estudios es justamente ésa, es decir una carga de materias que son teóricas y que no son acompañadas por trabajo de campo o talleres que puedan permitir adentrarse en el área profesional. Se menciona también en dicho informe, la necesidad que tienen los estudiantes de complementar su paso por la UBA con otros terciarios para acompañar su salida laboral. Esto último se encuentra ligado a la actualización del perfil de egresado y que debería permitir la modificación de asignaturas de modo que resulten acordes al mercado de acuerdo a la incorporación y desarrollo de tecnologías en los medios y la previsión y flexibilidad para transformaciones que puedan darse en el futuro.

- *“Apenas una materia de gráfica nos explicó de que se trataba el periodismo 2.0, pero lo cierto es que la UBA es eminentemente teórica, cosa que es buena y no sólo catastrófica. Uno aprende a pensar en las aulas, a manejar un programita se puede aprender solo en casa.”* (Marisol Parnofiello)

Pero de esta manera, pareciera que la responsabilidad de la formación siempre correría por cuenta de la universidad y no siempre es así. Se mencionó más arriba que muchos estudiantes complementan sus estudios universitarios con carreras terciarias que son más práctica y que se relacionan más con el mercado laboral. Sin embargo, muchos terciarios carecen de determinados contenidos que solo la universidad puede aportar y, de esta manera, se produce una situación inversa en la que se posee práctica (en varios casos con un manejo constante de TIC's) pero no los contenidos teóricos que producirían una base conceptual en beneficio de su criterio periodístico. En este sentido algunos de los entrevistados hicieron mención a esa dualidad entre la práctica y la teoría.

- *“Tener conocimientos sobre TIC's te permite acceder a otras formas fuentes que hoy por hoy son muy ricas. En esa medida, tus herramientas como periodista, crecen. Pero de nada sirve si el caudal de información que recolectás es inmenso y tu capacidad analítica acortada. Es lo que sucede con los egresados de escuelas de periodismo y con periodistas de cualquier base universitaria: los primeros dominan la pirámide invertida, pero a veces carecen de profundidad (no todos); los segundos tamizan los datos desde otro lugar macro. Un buen periodista no es un robot de la técnica: la ética, la sensibilidad, la profundidad manejan la dimensión humana de esas manos que manipulan teclitas.” (Marisol Parnofiello)*

En relación con esto último, Delia Piña menciona de manera similar cómo es la preparación universitaria que poseen algunos periodistas que llegaron al diario La Nación en los últimos años y que refleja, en cierta medida, lo que se desarrolla a lo largo de este punto: la disociación entre teoría y práctica.

- *“A veces llegan bien en teoría pero no en práctica. Sin embargo hay que reconocer que últimamente en la formación académica se ha agudizado mucho el sentido*

común, el sentido crítico, la mirada, la capacidad de mirar, observa y descubrir y eso salva a más de uno. Eso es muy bueno y una excelente base para un periodista. En general, salta a la vista a la hora de escribir porque tienen una mirada más allá." (Delia Piña)

Por eso mismo, se vuelve a lo que mencionaba en párrafos anteriores Liliana Belforte en relación a la indefinición y la incapacidad que tienen las universidades de crear un *mix* entre técnica (práctica) y área académica, lo cual permitiría la formación de un profesional que pueda dominar con soltura (casi) todo el espectro de su profesión. En consecuencia, resultan de gran importancia las etapas de práctica, no solo las teóricas, de experimentación y todo lo que tenga que ver el aprendizaje del oficio periodístico, en palabras de Pablo Mancini, *"las instancias de formación tienen la oportunidad invaluable de convertirse en instancias de producción, simulación y experimentación. Instancias propicias para el accidente. Sólo después puede haber teoría y reflexión. Para qué reproducir certezas improbables y rutinas perecederas, cuando la oferta de libertad y lugar para la imaginación de la industria y el contexto sólo conoce los límites que nosotros le ponemos"*¹⁰

Si ponemos el foco, por ejemplo, en la reforma del plan de estudios de la Carrera de Comunicación de la UBA hay un aspecto que provoca divergencias en cuanto al modo de incorporar las TIC's o el lugar que deberían ocupar en la currículum. Daniela Bruno, secretaria académica de la carrera, menciona las distintas perspectivas propuestas por los participantes en la reforma. Por un lado, la creación de materias específicas en el uso de tecnologías y por el otro, el cambio de denominación de asignaturas que

¹⁰ Mancini, Pablo, (2001). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crijía

progresivamente en los últimos años ya han estado introduciendo herramientas digitales a los programas.

- *“Las tics instalan un gran debate porque algunos docentes proponen que haya espacios concretos que problematicen, por un lado el uso de las TIC’s y por otro lado, que entrenen el uso de TIC’s. Hay otros compañeros que dicen que en realidad el taller audiovisual, el de radio y el de gráfica ya han incorporado la cuestión de las tecnologías por lo tanto nosotros ya la trabajamos. Hay periodismo digital y producciones audiovisuales en el que ya estamos trabajando con este tipo de entornos digitales por lo cual no tiene sentido cristalizarlo en una materia del diseño curricular cuando en realidad todo está atravesado por estos entornos digitales. Ese es el gran debate que todavía no está clausurado. Los docentes ya incorporaron estos nuevos entornos hace mucho tiempo, la cuestión es ver si efectivamente es necesario incorporar algunos contenidos que no se venían trabajando” (Daniela Bruno)*

Se debe tener en cuenta este escenario y estas discusiones de la reforma del plan de estudios una búsqueda no sólo del acompañamiento que va a tener el estudiante a lo largo de la carrera, sino también que ese estudiante va a ser un graduado que va a poseer determinadas características. En el trabajo que se mencionó anteriormente sobre el relevamiento de los planes de estudios de las carreras de comunicación de las distintas universidades hay una referencia al perfil de graduado que implica que el comunicador o periodista está *“orientado a la gestión o gerenciamiento de la comunicación y más ligado a lo institucional, un comunicador diseñador-planificador y un comunicador pragmático y*

*ciudadano crítico de su contexto social.*¹¹ En líneas generales, la mayoría de las universidades relevadas comparten este perfil de graduado.

En el caso de la UBA, se presenta una particularidad y es la idea de darle mayor importancia a la investigación y en consecuencia, a los resultados que se puedan desprender de ello teniendo en cuenta el contexto de aplicación.

- *“Es es un perfil de graduado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Pero además es diferente al que tenemos hoy porque también estamos pensando en un ciclo orientado a la investigación que no existía, eso es nuevo y no conozco carreras de comunicación que lo tengan. Pensamos en un ciclo orientado a la producción de contenidos publicitarios y periodísticos, que puedan pensar eso de manera articulada y no fragmentada. Pensamos en un ciclo orientado a la intervención social y comunitaria donde ya no se piense por un lado a lo comunitario, por el otro lo estatal y por el otro lo popular sino que se piense el diálogo entre estas cuestiones. Es una apuesta novedosa ya recoge la experiencia nuestra y de otras facultades en 30 años, es una relectura de un contexto de intervención profesional que estamos haciendo.” (Daniela Bruno)*

Además, siguiendo con Daniela Bruno, es importante destacar, no sólo lo que representa la Facultad de Ciencias Sociales y la universidad en el marco de la sociedad, sino también a cómo se integra en el contexto de las necesidades del mercado laboral.

- *“La UBA siempre se caracterizó por una particularidad y es que la carrera está inscripta en una Facultad de Ciencias Sociales y esto hace a nuestra identidad.*

¹¹ Informe sobre la carrera de grado Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social Taller de Expresión III. Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires Julio de 2012

Nosotros, incluso aunque estuviésemos pensando en un plan de estudios con una clara orientación a la formación profesional, esos profesionales serían profesionales críticos, que podrían revisar sus prácticas, recrearlas y que no necesariamente ese diseño curricular esté orientado a las exigencias del mercado sino que tiene que ver con un diagnóstico respecto de las necesidades sociales y también una prospectiva social, es decir, la sociedad que queremos no solamente qué necesita ésta sociedad que tenemos hoy. Me parece que nuestra inscripción en una facultad de ciencias sociales nos da esa particularidad. Sin embargo el plan de estudios que estamos imaginando le da otro peso y sin resignar esta matriz que es nuestra marca distintiva, le da una mayor profundidad a la formación profesional.” (Daniela Bruno)

En este sentido, se advierte que se le da preponderancia a otros aspectos de la formación profesional, con sus contenidos y perspectivas por sobre algunas cuestiones que se puntualizan en las necesidades del mercado laboral. Es decir, la formación e instrucción pasa por otros matices que corresponden al contexto macro pero sin detenerse o focalizar en las exigencias del mercado.

2.3. La formación y el medio

Vale remarcar en este punto que la aparición de nuevas tecnologías no es algo que haya sucedido de la noche a la mañana. En cada etapa que se desarrolla en este trabajo se vislumbraba un aspecto, un inicio que daba paso a una evolución de las TIC's en los medios. Hay que destacar, tal como se mencionaba en otros capítulos qué grado de habilidad para incorporar los cambios tenían o tienen aquellos que imparten conocimientos.

En una publicación realizada por la Universidad de los Andes (UNLA) hacia fines del año 2011 se encuentran elementos para entender esa relación entre qué egresado deberían entregar los centros de formación y qué deberían buscar los medios haciendo foco en entender el contexto y sus posibles necesidades. En ese sentido retoman algunas palabras expresadas por el periodista y profesor universitario Ramón Salaverría quien unos años antes vislumbraba necesario preocuparse por *“la adecuación de las enseñanzas periodísticas actuales al nuevo panorama”*.¹² Esa adecuación consistía en tener en cuenta el marco que en el que confluían internet y los desafíos del periodismo en un entorno interactivo, hipertextual e hipermedial.

El mismo informe de la Universidad de los Andes, si bien no habla del caso puntual de nuestro país, hace un análisis generalizado de la coyuntura regional que ayuda a complementar este trabajo y en él se puede ver una distinción entre la formación periodística para los medios digitales y otras para la era digital. *“El primero, se centra en la capacitación instrumental del futuro periodista, para que sea capaz de responder a las*

¹² Universidad de Los Andes, San Cristóbal, (2011). *Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios*. Colección Textos de la Comunicación. Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”. San Cristóbal, Universidad de Los Andes.

exigencias del medio digital. Un adiestramiento mecánico desintegrado de la formación para los medios tradicionales. El segundo modelo, en cambio, persigue la formación de periodistas para el empleo y la integración de los recursos digitales a la práctica profesional, sin distinguir entre las características del soporte final y abarcando todas las fases de producción.”¹³ Teniendo en cuenta la idea que se está desarrollando hay una inclinación a considerar este segundo modelo de formación periodística la que es necesario que prevalezca ya que “definitivamente contribuye con la preparación de profesionales integrales, versátiles, con criterios para mejorar la calidad de la información periodística, gestionarla con rapidez y aprovechar el potencial de los recursos digitales en las labores de documentación y análisis”.¹⁴

Y acá se puede ver cómo algunas cuestiones desarrolladas en párrafos anteriores comienzan a profundizar esas zonas grises sobre quién debería encargarse de la formación y cómo o con qué criterio debería hacerse porque en el informe de la UNLA se hace referencia a esa discontinuidad, y en palabras de Liliana Belforte a esa *deuda que tiene la universidad que no termina de definirse*. Por eso mismo la publicación de la UNLA concluye en la idea de que “un nuevo periodismo es necesario para la era digital y eso pasa por la adecuación de las escuelas de Comunicación Social a las exigencias de la sociedad red. Transformar la información en conocimiento y el conocimiento en acción es el reto para el sistema educativo y para el ejercicio periodístico.”¹⁵ Agrega, además, que “el modelo adecuado para la formación del periodista para la era digital no debe orientarse al mero adiestramiento instrumental, sino a la integración de los recursos digitales a la

¹³ Universidad de Los Andes, San Cristóbal, (2011). *Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios*. Colección Textos de la Comunicación. Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”. San Cristóbal, Universidad de Los Andes.

¹⁴ Ídem.

¹⁵ Íbidem.

*práctica periodística, como instrumentos potenciales para la gestión de información.”*¹⁶ Es en este aspecto que resulta importante retomar la idea del entorno cambiante en que el periodista es un sujeto de nuevas prácticas que admite prueba y error, ensayo, invención y aprendizaje que menciona Pablo Mancini en su libro *Hackear el Periodismo*. Es en ese contexto dinámico en el que se debe llevar a cabo la formación.

A lo largo de este capítulo se ha podido advertir, a partir de algunas características, la incongruencia entre el ámbito de formación y el mercado laboral, y de cómo estos dos puntos, a veces, no termina de definir y adoptar una instrumentalización a partir del marco en el que se encuentra. Esto quiere decir que aún faltan voluntades para leer el contexto y poder aplicarlo con celeridad en el programa académico para formar los profesionales que entiendan en el tema. Pero al mismo tiempo se ve que desde el otro lado, o sea en el mercado laboral, hay una necesidad práctica que corre del lugar central de la profesión al periodista propiamente dicho y tal cual se lo conoce históricamente. La búsqueda, en consecuencia, se orienta a un sujeto dinámico y familiarizado con las nuevas herramientas digitales, tal vez prescindiendo de su capacidad analítica pero con conocimientos en el manejo de las tecnologías requeridas en esta etapa.

¹⁶ Universidad de Los Andes, San Cristóbal, (2011). *Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios*. Colección Textos de la Comunicación. Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”. San Cristóbal, Universidad de Los Andes.

3. Las TIC's y los nuevos hábitos de producción y consumo

Sin dudas que desde el ámbito cotidiano, la incorporación y masificación de dispositivos electrónicos y digitales están produciendo cambios significativos. En paralelo a ello, los periodistas y medios fueron incorporando a la actividad las distintas herramientas e innovaciones que fueron apareciendo. De esta manera, surgieron puntos de vistas que llevaron, por un lado, a considerar a los lectores como usuarios y a producir contenidos de acuerdo a sus intereses, y por otro a promover y fomentar que esos contenidos sean producidos en un determinado formato digital. En este sentido, se tendrá en cuenta cuáles son las herramientas que se está utilizando con más frecuencia en los medios, además de conocer cuáles son las que más rápidamente incorporan los periodistas actualmente, qué lugar ocupan los teléfonos inteligentes en la práctica profesional y la función de las redes sociales, cómo se incorporan y para qué. Al mismo tiempo se indagará cuáles es el perfil e ideal de profesional que las empresas periodísticas buscan, y cuáles y cuántas de estas herramientas son requeridas a la hora de la capacitación. En consecuencia, resultará interesante ver cómo crecen los periodistas con las tecnologías de la información y la comunicación que tienen a disposición.

3.1. Los medios y el futuro

En las entrevistas realizadas para este trabajo se hizo hincapié en las posibilidades que podrían acarrear la incorporación constante de tecnologías en los medios de comunicación y la proliferación del periodismo digital. Por un lado, hay quiénes vislumbraban que la edición del diario en papel pueda desaparecer, aunque no del todo, hasta los que demostraban cierta mesura a la hora de hacer cualquier tipo de pronóstico tajante con respecto al futuro de la profesión.

Esto quiere decir que, a pesar del avance de las herramientas digitales, persisten puntos de vistas diversos generados a partir del lugar que ocupa cada periodista en los medios. En el caso del diario La Nación, Delia Piña menciona la facilidad que conlleva la incorporación de tecnología para lograr abrir nuevas vías de comunicación considerando que el soporte en papel tiende a perder la exclusividad del ida y vuelta con los lectores.

- *“En el diario se hizo mucho hincapié en los últimos años para el uso de tecnologías y nuevas herramientas que permitan diversificar la manera de comunicar. Hoy en día no todo pasa por el papel. Se supone que tenderá a la desaparición del papel cosa que no creo porque no solo porque tiene su público de culto sino porque es el soporte de medios de comunicación de años y años. Sí me parece que está bueno hoy día a abrirse a otros nuevos canales, sobretodo on-line”. (Delia Piña)*

Sin embargo, el caso de la Argentina es muy diferente a lo que viene pasando por ejemplo en Europa y Estados Unidos donde las ediciones en papel se han reducido. En nuestro país, durante el último año, se han editado nuevas publicaciones de medios impresos y las ventas se mantuvieron estables. En el año 2011, solo en la ciudad de Buenos Aires se editaron 16 matutinos, sin contar las publicaciones impresas que circulan

los fines de semana o un solo día. De esta manera, se ubica en Latinoamérica como la segunda ciudad con más publicaciones después de México D. F.

Con respecto a la fidelidad de los lectores del diario en papel y la vigencia de su público de culto, la jefa de redacción de la versión on-line del diario El País de España, afirma que los periódicos en papel tiene una gran ventaja sobre los digitales y es la *relación afectiva con el lector*. El usuario de internet se informa con varios medios mientras que el lector del diario impreso es fiel a un solo periódico.¹⁷ Asimismo, Jim Roberts, editor del The New York Times en la conferencia sobre nuevos periodistas y nuevas tecnologías realizada en septiembre último en Buenos Aires, coincide en la idea de que los medios digitales, especialmente los celulares inteligentes, serán el nuevo lugar para obtener información pero que los diarios impresos permanecerán en el tiempo, *“no predigo la muerte del diario impreso en ningún momento cercano. Creo que algunos diarios definitivamente desaparecerán lentamente, pero creo que en muchas partes del mundo, los diarios impresos seguirán siendo fuertes.”*¹⁸

Por otro lado es interesante tener en cuenta no solo los aspectos técnicos y reducir la discusión a lo que provoca en un medio en particular sino prestar también atención a lo que sucede en general con la proliferación de las herramientas digitales en los medios y en manos de periodistas. De esta manera, se hace mención al carácter democratizador y a la pluralización de voces que genera el alcance, acceso y el uso tienen las tecnologías. Liliana Belforte hacer referencia a las posibilidades que otorga el desarrollo de medios digitales.

¹⁷ *Larga vida a la palabra impresa*. En adepa.org.ar , 6 de octubre 2011.

¹⁸ En Clarín. Suplemento especial: *Seminario internacional. Nuevas plataformas, nuevos periodistas, nuevos medios*. 30 de septiembre de 2012

- *“Creo que los medios digitales democratizaron la profesión. Hubo hechos en el que el manejo de la tecnología y el manejo de los medios virtuales facilitaron y es una manera de democratizar la comunicación. Lo ves hoy con el circuito de mucha información que no aparece en los grandes medios y sin embargo en el tema de las redes están y tienen una circulación” (Liliana Belforte)*

Sin embargo, democratizar los medios suele generar opiniones contrarias a la anteriormente mencionada debido a consideraciones relacionadas al profesionalismo y especialización de quien ejerce la tarea periodística. Esto es, tener en cuenta el lugar que ocupa el profesional en el ámbito académico, así también como el contexto social e ideológico en el que está inmerso.

- *“Me parece que la pluralidad de los medios digitales es peligrosa. Que cualquiera pueda escribir en un blog no significa que todos deban hacerlo sobre cualquier tema. De la misma forma que alguien que sabe dar una inyección no debería dar una vacuna, porque para eso los enfermeros van, se capacitan, aprenden mil cosas antes de tocar la piel. La legitimación social de los egresados de comunicación es bajísima, quizás producto de que la carrera apenas gatea, y eso me parece terrible, porque pasamos años y años analizando desde dónde y con qué responsabilidad debemos comunicar sin olvidar que a nosotros también, en tanto sujetos imposibles de descentrarse, nos atraviesa una dimensión política.” (Marisol Parnofiello)*

Pareciera que la discusión, además del desarrollo y evolución de la profesión del periodista a partir de las nuevas tecnologías, puede centrarse en los alcances que conllevan las innovaciones técnicas en un aspecto más de fondo y con una mirada que permita hacer otro análisis. Por otra parte, la visión democratizadora y el carácter

ideológico de los medios y de lo que se comunica es algo que siempre estuvo en discusión.

- *“Desde el punto de vista ideológico, en los ‘70 el proyecto era la horizontalidad del mensaje. El periodismo se va a diluir en eso, más voces, no hay que tenerle miedo. Puedo escuchar la radio de mi barrio. Ese es el futuro, un mensaje generado por más voces, que tengan más cosas para decir”. (Fernando Aguinaga)*

Esto permite englobar en un contexto más amplio, más académico, una estructura que facilite entender el lugar que está ocupando las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la profesión. De esta manera, el tema central de este trabajo puede ser leído dentro de un marco que atraviesa no solo los aspectos que atañen al periodismo, sino que las TIC's tocan cuestiones de la vida diaria, sociales y políticas que se entrelazan naturalmente.

Pero hay que precisar también que las nuevas tecnologías son sólo herramientas que facilitan el trabajo profesional y que teorizar acerca de ellas requiere de otro nivel de análisis y un enfoque académico más pertinente. Esto quiere decir, como menciona Fernando Piana, que no hay que dejarse llevar por las modas y no hacer diagnósticos precipitados sin conocer todas las aristas del hecho en cuestión.

- *“No hay que ser absolutista en esto. Las TIC's tienen importancia instrumental, de diseño, de posibilidades y además de generación de nuevos paradigmas, de miradas o político, sí. Pero no ideológicos. Vos no podés hacer un corpus ideológico a partir de una Tics, es una herramienta, un soporte y que por más que genere una forma de relacionarse entre dos humanos, entre un humano y un producto, eso no sobredetermina absolutamente las relaciones entre los humanos,*

de las sociedades parciales o mundiales. Hay una euforia desde los años '90 de las cuales muchos teóricos se dejaron llevar y que terminaron haciendo diagnósticos errados y dando resultados más erróneos que los diagnósticos. Hay que tener cuidado cuando uno hace teoría en medio de una euforia ideológica.”
(Fernando Piana)

Son varios los ejemplos de teóricos que realizaron pronósticos apresurados en relación a una problemática en particular tales como Manuel Castells y el fin del poder de los estados o la aldea global de Marshall McLuhan. Para éste último, el avance tecnológico y comunicacional conllevarían a la *homogenización* de la sociedad, sin embargo no tuvo en cuenta cuestiones puntuales del mismo fenómeno que provocan fragmentaciones. Como menciona Aníbal Ford en su libro *Navegaciones*, “[McLuhan] vio lo que se venía pero falló en el diagnóstico. Como muchos otros utópicos de la comunicación”¹⁹

- *“Desde el punto de vista académico no hay que ser extremista. No dejarse llevar por las modas y en eso tienen mucho que ver los medios de comunicación y la influencia en el ámbito académico, cosa que es errónea porque los medios no investigan. Para investigar hay que tener una experiencia empírica, trabajo de campo, de unir más de dos variables, de poder comulgar con el territorio. Los medios ni lo hacen ni por asomo. La lección para el ámbito académico es tener contacto con el territorio permanentemente, tener contacto con los que median el territorio que son los medios de comunicación y con los que producen tecnología*

¹⁹ Ford, Aníbal (1994) “De la aldea global al conventillo global” *En Navegaciones. Comunicación, cultura, crisis*. Buenos Aires. Amorrortu

pero a partir de ahí ver qué sale y sin hacer futurología a partir de las modas porque eso después te termina traicionando a vos mismo.” (Fernando Piana)

En resumen, teniendo en cuenta el lugar que ocupan las nuevas tecnologías, es apropiado dar cuenta de los alcances que éstas conllevan pero sin olvidar el lugar que ocupan como herramientas para la actividad profesional. También es necesario no arrojar conclusiones ni diagnósticos apresurados que corran el eje de la discusión y que en muchos casos dan entidad a teorías sin anclaje empírico o que no tienen en cuenta los contextos en los cuales se desarrollan.

3.2. El periodista productor y el lector usuario

Hacia fines del mes de septiembre del último año se realizó en Buenos Aires un encuentro entre editores de distintos periódicos del mundo en el que se debatió acerca de los desafíos a los que se enfrentan y enfrentarán los periodistas en relación a las nuevas tecnologías y nuevos soportes en el que se desarrollará la profesión. En este seminario se entablaron perspectivas en torno a los dispositivos, a la unificación de las redacciones on-line y en papel de los medios y sobre todo a los nuevos hábitos de consumo tecnológico por parte de los lectores-consumidores de noticias.

El consumo de tecnologías por parte de los lectores hace que los periodistas se tengan que mudar de soporte y tengan que aprender a manejar otros entornos, por ejemplo teléfonos móviles y acceder a un mayor conocimiento de tecnologías. Hay una serie de puntos o “decálogo” de lo que implica el “desafío mobile”, una nueva forma de relacionarse con el entorno tecnológico y los lectores/consumidores. Según Darío D’Atrio, editor jefe en estrategias y nuevas plataformas, los medios y los periodistas tienen que:

- *Archivar el concepto de “lectores” para incorporar la visión de “audiencias” multiplataformas.*
- *Evitar trasladar el paradigma periodístico de la web al universo en expansión del mobile.*
- *Reconfigurar la estructura de las redacciones en base a tres “outputs”: papel + web + mobile.*
- *Asumir que las nuevas plataformas pesan tanto o más que los contenidos y los medios mismos a la hora de setear la agenda.*

- *Aprender a integrar redes sociales, geolocalización y características del mundo mobile con información y contenidos.*
- *Estudiar y comprender la relación afectiva e íntima que generan los dispositivos móviles con la gente, para reinventar la forma de contar la realidad.*
- *Aprender a buscar información, escribir, editar publicar y actualizar para mobile.*
- *Reconfigurar los criterios de segmentación de la oferta informativa del papel y de la web, para explorar y desarrollar modelos mobile puros.*
- *Diseñar procesos productivos que integren, en el día a día, capacidades periodísticas con capacidades tecnológicas.*

[Fuente: Suplemento especial Clarín: Seminario internacional. Nuevas plataformas, nuevos periodistas, nuevos medios]

Hay datos que son irrefutables a la hora de destacar los consumos tecnológicos en el país como por ejemplo la gran cantidad de teléfonos inteligentes y las distintas aplicaciones que se pueden realizar con ellos: navegar por internet, leer mails, chatear, hacer compras, y por supuesto, leer el diario, lo que lleva a una mayor cantidad de tiempo en contacto con este dispositivo. Por lo tanto no es de extrañar que el uso a toda hora del smartphone derive en otro tipo de necesidades de los usuarios y sobre todo, al momento de leer, compartir y buscar información. En consecuencia, los periodistas deberán también adaptarse al manejo de herramientas en función de los lectores híper comunicados.

La red social Twitter, por ejemplo, *generó una revolución en la práctica periodística. Esa red es para los periodistas de Clarín una herramienta ya imprescindible a la hora de acceder a fuentes de información, publicar anticipos y comentarios sobre trabajos*

*editoriales en proceso y utilizar esa red como termómetro de lo que ocurre en ámbitos de la política, el espectáculo, el deporte y áreas centrales de interés periodístico.*²⁰

Además, los cambios en los diseños de las versiones on-line de los distintos medios gráficos, tuvieron como objetivo poner a disposición de los usuarios una gran cantidad de recursos digitales como audios, videos, interacción con las redes sociales. El editor jefe de Clarin.com, Darío D'Atri afirmó que "Facebook y Twitter 'potenciaron el tráfico de usuarios' y sostuvo que el rediseño del portal implicó 'desafíos al ejercicio periodístico' pues, al posibilitar al lector el acceso a la información en diferentes pantallas –desde una clásica computadora, una notebook, un celular inteligente hasta un iPhone- 'cambia de raíz la forma de producir, editar y publicar noticias en Internet'." ²¹

En este sentido, Delia Piña cuenta cómo fue para ella la incorporación y el uso de redes sociales en la sección de moda y belleza del diario La Nación donde trabaja, además de cómo se define no solo el foco de la noticia sino también los alcances de la herramienta.

- *“Lo que nos permite Twitter es tener otra mirada sobre la información especial para la temática que nosotros hacemos y sobre todo nos permite comunicarlo en la inmediatez y hacerlo como una experiencia. Yo puedo ir a hacer una nota y mientras tanto contar mis impresiones respecto del entrevistado o respecto de la presentación o cosas que me llamaron la atención que antes se perdían. Creo que estos nuevos formatos lo que permiten es una mirada mucho más cercana, no sé si más humana pero sí más descontracturada. Antes yo iba a una entrevista y veía*

²⁰ En Clarín. Suplemento especial: *Seminario internacional. Nuevas plataformas, nuevos periodistas, nuevos medios*. 30 de septiembre de 2012

²¹ Ídem

unos detalles que después en la nota no volcaba porque priorizaba la información. Ahora inmediatamente lo que haría es sacar una foto de lo que me llama la atención, subirla y hacer el comentario. Twitter me permite eso y los lectores se enganchan mucho.” (Delia Piña)

Según Andrés Cavalier, director de la consultora estadounidense Fast Track Media, las redes sociales, puntualmente Facebook y Twitter, “son un fenómeno mundial al que los diarios no pueden darle la espalda”, y que es fundamental que los diarios “produzcan información específica para las redes sociales” y “establezcan un tono, un estilo para llegar a un tipo especial de audiencia”.²²

Por otro lado, como se mencionaba antes, el uso de smartphones generó cambios en los consumos de noticias y, por lo tanto, muchos medios readaptan sus contenidos de acuerdo a esos nuevos consumos. Pero además, los periodistas deben estar en condiciones de poder manejar las nuevas herramientas que permitan actuar con rapidez en situaciones determinadas.

- *“Manejo todo tipo de procesadores de texto, entorno MAC, Windows, Office. También utilizo mucho internet y redes sociales. Twitter da muchísima inmediatez y Facebook permite el contacto fluido para ver la viralidad y las repercusiones de los hechos. Tumblr me sirve como portfolio de mis trabajos, al igual que Blogger. He escrito la tapa de Clarín, cuando falleció Spinetta haciendo guardia en la puerta de la casa con mi iphone lo que permitió que la nota le llegue al editor a pocos minutos del cierre de la edición”. (Marisol Parnofiello)*

²² “El periodismo en tiempos de las redes sociales”. En adepa.org.ar. 27 de septiembre 2010

También es necesario mencionar que muchos de los cambios que se produjeron en las prácticas periodísticas tuvieron que ver con las modificaciones de los consumos tecnológicos de los usuarios-lectores. Es decir, el aumento de aparatos vendidos (smartphones, tablets, netbooks), el aumento en el acceso a esos dispositivos y también al aumento de los usuarios de redes sociales como Facebook y Twitter. Actualmente, casi el 93% de los argentinos que usan Internet navegan en Facebook y más de seis millones utilizan activamente Twitter. Según la consultora Carrier y Asociados, en el país hay 19 millones de usuarios de Facebook, 3,5 millones de usuarios activos en Twitter, más de 10 millones de *smartphones* en el mercado y 22 millones de usuarios de Internet.²³

En consecuencia con lo anterior, hay una necesidad de hacer foco en los usuarios – como ha sido siempre- pero teniendo en cuenta el formato y el dispositivo en el cual consumen las noticias y comparten la información. Según Jim Roberts, editor del diario New York Times, “los usuarios lo quieren todo y que se lo dé cómo ellos quieren. A veces en forma de sms, otras en blogs, otras en 140 caracteres, en videos. Hay que estar abiertos a cuestiones creativas”. Experimentar, innovar, animarse. Es el gran desafío de periodistas y medios de comunicación.²⁴

²³ Oliva, Lorena (2011), “Del teclado a la calle: el poder político de la red”, en *La Nación*, domingo 28 de octubre de 2011

²⁴ En Clarín. Suplemento especial: *Seminario internacional. Nuevas plataformas, nuevos periodistas, nuevos medios*. 30 de septiembre de 2012

3.3. La brecha digital: el mito de la cuestión generacional

Aparentemente lo que sucede en el ámbito profesional se abstrae de la realidad, sin embargo, la situación que se ejemplifica en este apartado no se aleja de lo que se puede observar cotidianamente en cualquier contexto social. Es decir, hay una marca o una brecha que divide a los nativos digitales de los migrantes digitales. Uno de los periodistas entrevistados, Nicolás Novello, remarcó esa característica en más de una oportunidad a lo largo de la charla. Para él no era problema el manejo de dispositivos tecnológicos, lo podía hacer de manera autodidacta o viendo a otros utilizarlos y hacía referencia a que un periodista de más de 40 o 50 años podía costarle un poco más adaptarse a la avalancha de dispositivos tecnológicos.

- *“(El uso de las TIC’s) me resulta sencillo y creo que a la generación de 30 años hacia abajo no les cuesta prácticamente nada, es algo que viene incorporado porque hemos crecido con esto. Luego desde los 30 hasta los 40, creo que se la rebuscan bien y ya de 50 en adelante, con la lógica que implica, les cuesta un poco más.”(Nicolás Novello)*

Aquí se advierte la referencia generacional que implica el uso de TIC's ya sea para lo cotidiano como para aplicarlo al periodismo. Y es aquí donde deberían aparecer, tanto en lo educativo como en lo laboral, la capacitación de las herramientas técnicas que nos permiten desenvolvernó en un ámbito digital y tecnológico ya que de esta manera nos encontraríamos con la suficiente habilidad para afrontar los cambios de manera dinámica. Según menciona Phil Mayer, profesor de la cátedra de Periodismo y Comunicación Masiva de la Universidad de Carolina del Norte, *“necesitamos buenos reporteros que puedan traer herramientas apropiadas para llevar en situaciones constantemente*

cambiantes. En este ambiente, los periodistas que pueden hacer más de una cosa estarán en demanda.” (Mayer, 2007)

Y, si vinculamos esto último con algunas declaraciones de nuestros entrevistados, en el caso de Nicolás Novello, advertimos que tiene una mirada similar en cuanto a la importancia de poseer las herramientas para estar capacitado ante cualquier eventualidad.

- *“No sé si tener más conocimientos en TIC’s se valora más. Lo que sí me parece que te abre más puertas y más en la actualidad, en donde todo esto ha crecido mucho. Uno, cuantas más herramientas tenga, mejor, eso ayuda a crecer en la profesión y a estar constantemente dentro del sistema que propone el mundo.”(Nicolás Novello)*

Sin embargo, en cuanto a la discusión nativo/inmigrante digital, la mirada puede no ser absoluta con respecto a la parte generacional. Si bien es importante, como se mencionó más arriba, en relación a las herramientas que debe aportar los periodistas, esto sin duda corresponde a el abordaje de las TIC's que hacen los mismos profesionales. Fernando Piana, enfoca su visión hacia este lado.

- *“La relación con las TIC's no parte de una cuestión etaria, de una cuestión de época. Lo que te lo puede determinar son ciertas relaciones entre seres humanos que pueden estar más digitalizadas que otras. El abordaje de las TIC's como herramienta de trabajo, de transformación de algo, no tiene edad.” (Fernando Piana)*

En este sentido, en la cuestión generacional que mencionaban algunos de nuestros entrevistados, hay muchos conocimientos que se aprenden de forma casi natural, a veces

prescindiendo de la capacitación y alegando facilidad para manejar las TIC's con solo observar o siendo autodidacta. Resulta una capacidad que está implícita en el inconsciente y que emerge de manera habitual pero sin perder de vista el abordaje que cada periodista hace de las herramientas digitales, es algo que excede la edad, y en consecuencia, el período generacional que atraviesan.

4. Nuevo contexto, otros periodistas

Generalmente cuando algo tradicional se enfrenta a nuevos desafíos, aparecen los promotores y detractores y la incorporación de nuevas tecnologías acarrea, al mismo tiempo, ventajas y contratiempos para quienes estaban arraigados en lo más tradicional del medio.

En este capítulo se inicia un recorrido por los distintos cambios que se están produciendo en el contexto de los medios tradicionales. Se tendrá que ver cómo se adaptan a las tecnologías los medios de comunicación más grandes y los medios chicos y que no tienen, quizás, la rapidez económica para acomodarse al nuevo panorama. Por eso es importante tener en cuenta de qué lado vienen los cambios en el trinomio medios-tecnología-periodistas.

4.1. Los pros y contras de las TIC's

La mayoría de los entrevistados manifestaron tanto los aspectos positivos como negativos de la incorporación de tecnología en la profesión. Lo negativo correspondía principalmente a la precarización laboral, la pérdida de las especializaciones y el mercado, por ejemplo en el que un periodista hace el trabajo de tres por el sueldo de uno. Mientras que el aspecto positivo era atribuido a la velocidad de trabajo, la facilidad, aprovechar y ahorrar el tiempo.

- *“Se trabaja muchísimo más velo. En términos de velocidad se agilizó el trabajo. El concepto es apasionante y difícil de abordar si esa velocidad redundante en tiempo de trabajo para el descanso. Pero sí tiene un impacto positivo porque tienen un impacto de agilidad y decisión” (Fernando Piana)*

Siguiendo con este punto de vista relacionado con la agilidad del trabajo y la velocidad, Fernando Aguinaga, periodista de la agencia Noticias Argentinas, menciona otra característica importante en relación a las TIC's que es la facilidad para el acceso a la información:

- *“Hubo cambios en periodismo con la TIC's para bien. Ventajas hay muchas, porque las posibilidades de acceder a la información son mayores. Pero por otro lado, no se va a buscar tanto la información, se han perdido especialidades.” (Fernando Aguinaga)*

Sin embargo muchas de las cuestiones negativas que se le asignan a las nuevas tecnologías integradas tienen que ver con los efectos que recaen en la calidad laboral de los periodistas. En los desafíos que tienen la profesión y que se mencionan a lo largo del trabajo, se pueden advertir la necesidad de incorporar conocimientos, manejo de nuevas

herramientas y la facilidad de integrar video, texto e imagen. Puntualmente, se subraya la importancia de acompañarla con una fotografía o una pequeña filmación, todo esto hecho por el mismo periodista y situación que no se refleja, a veces, en los salarios.

- *“El trabajo del periodista cambió en un aspecto para bien y para mal. Para mal es por lo que se pagan los salarios. Los dueños de medios inventaron una calle de sinergia a partir de la tecnología. En un punto conceptual confundieron el soporte. Fueron los grandes responsables de que dijeran que internet es un multimedia y es lo más falaz que hay en la tierra. Internet es un medio en sí mismo porque tiene una forma de discurso propio. Entonces, una vez que entendieron que internet era un medio, pasaron 10-15 años. Empezaron a generar una plantilla laboral flexibilizada donde un chico saca fotos, toma audios, escribe la crónica y hace el trabajo de tres en uno con el sueldo de medio. En ese sentido, culturalmente, identitariamente, políticamente e ideológicamente las tecnologías cambiaron para mal”. (Fernando Piana)*

El aspecto relacionado a la flexibilidad laboral estuvo muy marcado en las entrevistas que se realizaron, especialmente esas referencias se hicieron hacia los medios económicamente más poderosos que tienen, no solo la capacidad de decisión sino que son los que marcan las tendencias del mercado laboral en el ámbito periodístico.

- *“Los medios tradicionales, es decir los grandes grupos, lo que hicieron fue utilizar estos medios digitales en usufructo y desmedro de la profesión periodística. Estoy diciendo de no reconocer el plus de aquellos trabajadores que escriben notas para gráfica que luego se suben a Internet. Ellos lucran con esa nota, esto generó otra situación.” (Liliana Belforte)*

Pero, por otro lado, y siguiendo con las ventajas aportadas por las TIC's y que se mencionaban más arriba, en correlato con la velocidad y la inmediatez se encuentra el feedback con los lectores y la posibilidad, a partir de las redes sociales, tener una relación de ida y vuelta que permita saber sus opiniones, puntos de vistas, qué piensan, de una manera diferente e inmediata. En definitiva, como menciona Delia Piña, abre nuevas vías de comunicación con los lectores.

- *“La ventaja de las nuevas herramientas tecnológicas es la inmediatez, facilita el trabajo, te genera nuevos canales de comunicación, mayor interacción. Las nuevas tecnologías te acercan a la gente, conocés su opinión de inmediato, te siguen o no, opinan a favor o en contra, pero tenés un feedback más directo. Ante era una carta de lector o un llamado telefónico ahora esa interacción es más personal, más directa pero también mucho más acotada y la muestra no siempre es representativa.” (Delia Piña)*

Las características mencionadas en cuanto a la posibilidad de crear mejores canales de comunicación con los lectores se profundiza con los dispositivos que éstos últimos también utilizan. En otros de los capítulos de este trabajo, se habla de la proliferación de celulares inteligentes o smartphones, que permiten que los lectores/consumidores puedan obtener la información de acuerdo a sus necesidades e intereses. Los consumos tecnológicos hacen también que se modifiquen las prácticas de producción por parte de los periodistas y tengan más herramientas al alcance de la mano para poder satisfacer los rápidos movimientos que ofrecen las tecnologías.

- *Los cambios son demasiados dinámicos. Tiene que ver con la dinámica del consumo, estoy hablando de la aparición de nuevos software o hardware o computadoras, e-books, iPad. Te resuelve muchísimo, nosotros trabajábamos con*

las linotipos y hoy podés editar rápidamente. Podés estar trabajando acá en Buenos Aires y editar en cualquier parte del mundo de una forma que era impensada. (Liliana Belforte)

El pivote que produce esos cambios es la tecnología, que está puesta al servicio y quien debiera buscar la forma y el cómo incorporarlas, es el medio. Ahora bien, de qué manera el periodista es afectado por esto lo determinará el entorno pero sin perder de vista que la profesión propiamente dicha y el espíritu de ésta, no debería perderse. En relación a esto último, Nicolás Novello, periodista recientemente graduado, cree que las TIC's no debe modificar la capacidad que hace a un periodista.

- *“El posicionamiento como periodista lo da la categoría de cada uno. Eso engloba muchas cosas. Ahí se ve como se desempeña uno, como utiliza uno las tecnologías, como llega a los demás, qué clase de información maneja, como es considerado por sus colegas y demás. Si tenés o no conocimientos sobre TIC's no te hace ni mejor ni peor periodista.”(Nicolás Novello)*

En línea con esto, Guillermo Franco, periodista, editor y docente especializado en periodismo digital, menciona que se ha vuelto un lugar común decir cada vez más que el periodismo se está produciendo por fuera de los medios tradicionales. Esos lugares comunes, sirven para demostrar que es el entorno tecnológico y no los medios el que está redefiniendo el perfil y las habilidades de los periodistas y de cualquier que quiera generar contenido en la web. (Franco, 2007)

Pero más allá de las habilidades y perfiles periodísticos, importa, y mucho, lo que puedan ofrecer los profesionales a partir de su impronta aunque, como menciona Pablo

Mancini en *Hackear el periodismo*²⁵, son pocos los casos en que esas características alcancen para desempeñarse con comodidad dentro de los medios. En su texto, Mancini afirma que *saber de qué se trata la última aplicación creada en la cuna de la Web 2.0 no te hace mejor periodista, aunque sí te empapa con una ecología de interacciones que es tu deber profesional probar y conocer, usar y proyectar. Aún así, la sensación es que no alcanza, y las pruebas y casos de éxitos en los medios, también en su mayoría, están protagonizados por aquellos que modelan sus propias herramientas, además de importar lo que ofrece el entorno.*²⁶

Hasta aquí, se ha hecho un recorrido por las ventajas y desventajas, que desde el punto de vista de los entrevistados, han aportado las nuevas tecnologías en la práctica periodística a lo largo de las últimas tres décadas. Desde la incorporación de las IBM en reemplazo de las viejas Olivetti hasta la introducción de las redes sociales tales como Twitter y Facebook en el manejo diario que se realizan en las redacciones, agencias y en la mayoría de los medios de comunicación que las han adoptado como un nuevo canal o vía de interacción entre los periodistas y los consumidores de información.

²⁵ Mancini, Pablo, (2011). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crujía.

²⁶ Ídem.

4.2. Tendencia: hacia dónde va la profesión

En los puntos anteriores se ha hecho un relevamiento por la capacitación de los periodistas, la relación que tienen con los distintos dispositivos y con los lectores, y se hizo hincapié en el lugar que ocupa la formación. Sin embargo, falta atender a otro aspecto que resulta relevante para este trabajo que es el perfil de periodista o profesional que los medios de comunicación buscan. En este sentido, será necesario indagar que características se requieren, las herramientas que deben saber utilizar y demás particularidades que serán objeto de interés por parte de los reclutadores y de aquellos que tienen injerencia en la toma de decisiones a la hora de contratar un profesional.

4.3. ¿Qué se busca en un periodista?

¿Qué es lo que hace a un profesional del periodismo? ¿Será su rendimiento académico, su capacidad analítica, su sentido común o su capacidad para manejar herramientas digitales? ¿O todo eso junto? Pero, cuál de todas esas características son las requeridas por las empresas periodísticas en este contexto donde los cambios y las transformaciones en la profesión son cada vez más dinámicos y precisan actualización constante.

En este sentido, hay una frase que aparece en otro capítulo de este trabajo y que corresponde a Phil Mayer, profesor de la cátedra de Periodismo y Comunicación Masiva de la Universidad de Carolina del Norte. Esa frase cita: *“necesitamos buenos reporteros que puedan traer herramientas apropiadas para llevar en situaciones constantemente cambiantes. En este ambiente, los periodistas que pueden hacer más de una cosa estarán en demanda.”* (Mayer, 2007) Ahora bien, ¿qué significa hacer más de una cosa?, ¿escribir una nota, anticiparse a una noticia, seguir una corazonada o manejar adecuadamente alguna herramienta de programación, edición o video? Son muchas preguntas que terminan por no definir nada o por agregar más confusión en un mercado laboral afectado por el contexto tecnológico.

En una nota publicada en el año 2010 en la revista que edita la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA) se hace mención a la tendencia que llevarán a cabo las empresas de periodismo a la hora de contratar profesionales. Es decir, cómo deben ser los periodistas que trabajarán en los medios en un contexto digital. En ese artículo se enmarca la proyección que tendrán los medios de comunicación en los años subsiguientes y que todo tenderá a la digitalización de los mismos, lo cual hace que los periodistas deban manejar herramientas estrictamente digitales. No solo manejarlas sino que será la característica exclusiva que deban poseer y a la que deben tener en cuenta

quienes los contraten, por sobre la capacidad periodística, inclusive. Esto es que a la hora de tomar a alguien *“es más importante tomar una persona que tenga ciertas habilidades, pero que le falta para ser buen periodista y no alguien que no tenga las herramientas que hoy son básicas como audio, fotografía y video”*²⁷

Sin duda, si la búsqueda comienza a orientarse al manejo de ciertas habilidades técnicas o digitales en detrimento del oficio de periodista se corre peligro de caer en especializaciones que dejarían a las facultades de periodismo, comunicación o terciarios obsoletos si no modifican sus planes de estudios. Por lo tanto se vuelve al capítulo anterior referido al papel de la universidad en la formación de profesionales y los perfiles de egresados. Esto hace a que una vez más el foco se ponga en las características de la formación académica y la importancia que están tomando las TIC's en el ámbito profesional. La nota anteriormente mencionada, con respecto a este tema dice que *“las escuelas de periodismo están retrasadas con la realidad y que por lo general, los que dirigen las carreras de comunicación son aquellos que ven a lo digital como algo menor, entonces se aferran demasiado a lo viejo”*,²⁸ además se coloca bajo un manto de duda de *si existe alguna facultad que dé el 30% de las herramientas que se necesitan para trabajar en un medio digital.*²⁹

Hay que tener en cuenta el momento en que fue editada esta nota y el contexto ya que resulta desalentador prever que la digitalización acabaría con la profesión de periodista si la formación no se acota o vira al periodismo digital. El contexto, tal vez resulte similar al de la década de los '80 en el que la informatización de redacciones y la incorporación de tecnologías o maquinarias provocaron la desaparición o mutación de oficios relacionados

²⁷ *Se necesitan periodistas expertos en sistema digital.* En Revista ADEPA N°243, Julio de 2010.

²⁸ Ídem

²⁹ íbidem

a la empresa periodística. En este caso, el foco de conflicto esté puesto en la profesión central del esquema y a la necesidad de manejar otras herramientas y tener nuevas habilidades ya que se vislumbra que con el tiempo el medio y la profesión “será con menos periodistas y con más especialistas en algo, que podrían ser o no periodistas. Prácticamente no van a quedar periodistas puros en las redacciones, todos tendrán que tener otras habilidades.”³⁰

En relación a lo anterior, un informe del año 2011 de la Universidad de Los Andes ya preveía que “las empresas periodísticas aún no prestan mucha atención a la formación del personal para la era digital”³¹ y, haciendo referencia a algunos planteos del periodista Ramón Salaverría, “en muchas priva el interés instrumental, por encima de la producción periodística de calidad”.³²

Esto último, también provoca que no se sepa bien a ciencia cierta hacia dónde va la profesión, qué hay en el horizonte del periodismo (digital o tradicional). Remite a su vez a aquella frase mencionada por uno de los entrevistados para este trabajo, Fernando Piana, cuando hacía referencia al cuidado que hay que tener en el ámbito académico en hacer diagnósticos apresurados, predicciones y dejarse llevar por las modas sin priorizar la experiencia empírica en el momento de indagar e investigar el tema.

Y en referencia a la experiencia empírica y a tener certezas y conocimiento del contexto en el cual se están produciendo las transformaciones dinámicas de la profesión, es interesante poder tener una visión relacional entre la etapa formativa y la profesional, en la que una engloba a la otra de manera conjunta. Ese conocimiento del contexto, que a

³⁰ Se necesitan periodistas expertos en sistema digital. En Revista ADEPA N°243, Julio de 2010

³¹ Universidad de Los Andes, San Cristóbal, (2011). *Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios*. Colección Textos de la Comunicación. Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”. San Cristóbal, Universidad de Los Andes.

³² Ídem

esta altura no es un misterio para nadie, debe dar la posibilidad de ir buscando los puntos de encuentro para evitar dar por verdaderas ciertas reglas canónicas (tanto académicas como profesionales). Esto quiere decir que no todo es tal cual como lo afirma la academia ni como lo afirma el mercado. Aunque sí es importante tener en cuenta que todo forma parte de un aprendizaje en el que deben intervenir las entidades educativas y el medio pero que el periodista y la profesión siguen siendo las mismas. Pablo Mancini se refiere a esto cuando menciona que *“medios y academia se privan de las instancias accidentales. Buscan y se cuentan certezas profesionales cuando tienen en sus manos el mejor contexto: un entorno cambiante que admite prueba y error, ensayo, invención, aprendizaje y codiseño de mercado de una industria inmadura. El periodista orquesta no es solo flexibilidad laboral y varios periodistas al precio de uno. Es, por sobre todas las cosas, un sujeto de nuevas prácticas que si no hace no puede entender. Es, en ese sentido, un proceso, no un nuevo perfil.”*³³

³³ Mancini, Pablo, (2011). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crujía.

.Conclusiones

A lo largo de todo el trabajo se ha podido observar el recorrido que ha tenido la incorporación de las TIC's en la industria periodística. En estas últimas tres décadas han ocurrido innovaciones, escenarios culturales y prácticas que modificaron los modos de hacer y conocer la historia del periodismo. Desde el pasaje de una máquina de escribir hasta un smartphone, los cambios en la práctica profesional han tenido un progreso que se fue dando paulatinamente al principio pero que desde la liberación de internet a mediados de los '90 los cambios fueron más dinámicos y constantes.

La inserción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación creó un contexto digital en el que formadores, periodistas y lectores están inmersos, ya que de una manera u otra tuvieron que crecer junto a ellas. Por eso mismo, la necesidad de este trabajo de realizar una exploración sobre el tema para poder aproximarse a esta problemática que atraviesa todos los aspectos, no sólo de la vida profesional, sino también de la vida cotidiana.

A partir de todo el material reunido y analizado en el presente trabajo se pueden desprender una serie de conclusiones que versan alrededor de cinco ejes: la formación; los pros y los contras de las TIC's; la inmediatez y el rol de los lectores; la cuestión generacional; el enfoque académico.

- **1. La formación**

Es importante destacar la relevancia que posee el eje formativo en el caso estudiado. En primer lugar hay que considerar quién debe estar a cargo de la formación de los profesionales. Se ha visto que tanto medios como universidades o terciarios poseen una

cuota de responsabilidad en cuanto a la instrucción y capacitación de los mismos pero lo hacen de manera fragmentaria y sin tener en cuenta, a veces, la coyuntura en la que están inmersos.

Por un lado, se desprende la necesidad de los centros de formación, ya sean estos terciarios, universidades o escuelas de periodismo para generar condiciones en la que tanto la práctica como la teoría se puedan relacionar de manera dinámica, respondiendo al contexto y atendiendo las necesidades de la profesión. Asimismo, no se puede ignorar que la formación académica responde, a veces, a la búsqueda de un perfil de profesional que en muchas ocasiones no se condice con la que requieren empresas y empleadores. Por lo tanto, no existen datos certeros respecto de la eficacia de orientaciones, desarrollo de cursadas y objetivos en los que taxativamente se defina al profesional que egresa de facultades y escuelas de Periodismo y Comunicación. Cada casa de estudios propone un perfil diferente teniendo en cuenta distintas particularidades. En definitiva, queda en claro la necesidad de poder realizar un cruce entre prácticas profesionales y teorías, además de que esas prácticas sean un lugar para la experimentación y el ejercicio.

Por otro lado, hay una cuestión interesante y que no debe ser dejada de lado y es la función de los medios de comunicación como formadores de su plantel profesional. En este caso, las empresas asumen la responsabilidad de capacitar a sus periodistas. Este rol de la empresa como formadora va a impactar en dos aristas. La primera es la instrucción y capacitación de los profesionales a partir de las distintas innovaciones tecnológicas que se van sucediendo y que son incorporadas por las mismas empresas periodísticas de acuerdo a necesidades e intereses. La segunda, posibilita que a partir de la capacitación dentro del medio se logra una transmisión que radica en la continuidad conceptual propia del medio.

- **2. Los pros y las contras**

Es indudable que la incorporación de tecnologías y herramientas digitales a la profesión han producido una gran cantidad de transformaciones que conducen a las discusiones de carácter práctico y a las ventajas y desventajas que provocan, perciben y sienten los involucrados.

Con respecto a las facilidades que traen las herramientas digitales se encuentran: la velocidad, la inmediatez, la hiperconectividad y cómo todos esos dispositivos son incorporados como una manera de facilitarle el trabajo a los periodistas. A partir de ello hay una sensación de que las TIC's vinieron a ayudar a la profesión con el objetivo de mejorarla.

En contraposición a lo anterior, es decir a las desventajas que provocaron esas herramientas, hay una tendencia en marcar que las TIC's llevaron a dos cuestiones insalvables y relacionadas. Una es la eliminación y fusión de oficios que provocaron que muchos trabajadores perdieran su fuente de empleo. La otra es cómo repercute el manejo de herramientas en la flexibilidad laboral. Muchos jóvenes que entran al mercado de trabajo por un sueldo precario realizan tareas que se corresponden con múltiples categorías laborales establecidas por Estatutos y Convenios profesionales.

Asimismo, en términos de competencias y calificaciones laborales, hay que prestar atención a las tendencias previstas para la profesión y que corresponden con lo que pretenden las empresas de los periodistas hoy en día. De esta manera, pareciera que la proyección para los próximos años es contratar profesionales que puedan manejar bien más de una herramienta digital en detrimento de la capacidad que engloba todo el concepto del oficio de periodista: indagar, investigar, saber redactar, entre otras

competencias. El cierre sería desalentador ya que desaparecerán los *periodistas puros* de las redacciones y solo quedarán especialistas que no necesariamente deban ser periodistas.

- **3. La inmediatez y el rol de los lectores**

Las TIC's no solo tienen influencia en aquellos que son productores de contenidos sino también en los receptores de los mismos. Por eso los, lectores, o como se ha mencionado en el correspondiente apartado, los usuarios, también son afectados por la constante digitalización cotidiana.

Este nuevo término de lectores/usuarios busca la forma de recategorizar un lugar dentro del tradicional sistema de comunicación. De esta manera el receptor no es un simple elemento consumidor de información sino alguien que la recibe bajo las condiciones y dispositivos que maneja y que son de su propio interés. Para ello, se pretende que tanto periodistas y lectores manejen el mismo lenguaje digital creando, de este modo, una relación y un feedback entre ambos que en otro tiempo no sucedía. La inmediatez de la información, de esta manera, tiene sentido ya que responde a las necesidades del público consumidor de noticias que las recibe en un formato determinado y en el momento que desea acceder a las mismas.

La vinculación con los lectores termina sufriendo modificaciones, abre los canales de comunicación, cambia la mirada y el abordaje sobre la temática que manejan los periodistas. Es una nueva forma de relacionarse en una época donde se discute y se proyectan previsiones sobre la desaparición del formato papel, formato que históricamente ha creado un vínculo con ese público de culto.

- **4. La cuestión generacional**

La relación con las nuevas herramientas digitales da lugar a la discusión acerca de cómo afectan las subjetividades de los involucrados y cómo incide el factor generacional. El debate radica aquí en el vínculo nativos/migrantes digitales.

Se debe tener en cuenta que no todo responde a una cuestión de edad sino a una forma de relacionarse con los dispositivos y que va más allá de a qué generación de periodista pertenece cada involucrado. Se advierte que los jóvenes tienen una mayor facilidad de manejar las nuevas herramientas a diferencias de los periodistas de más años en el medio, pero esto se manifiesta por ser parte de una época que está más digitalizada que otras.

Sin embargo, a partir de los testimonios de los entrevistados, se puede advertir que todo parte de cómo las distintas generaciones acceden, se acercan, se relacionan y crecen junto con las tecnologías que tienen a su disposición. Se ha podido ver, a lo largo de los testimonios que no todo quedaba reducido a una cuestión etaria. A todos los entrevistados se les consultó acerca de este tema y, si bien formaron parte de etapas más o menos digitalizadas, la mayoría destacaban que su relación con los dispositivos iba más allá de la edad de cada uno. Destacaron, en cambio, que las dificultades partían por una cuestión de practicidad para incorporar las nuevas herramientas.

- **5. El enfoque académico**

Indagar, conceptual y académicamente, las TIC's en la vida profesional y cotidiana responden al interés por entender su influencia y proyectar, de manera hipotética, su impacto a futuro.

Pero lo que hay que considerar es que no hay verdades únicas y que esas proyecciones no deben partir de especulaciones y de modas absolutistas que crean erróneamente un futuro que tal vez roza la ciencia ficción.

Hay que tener en cuenta y poseer conocimientos del campo de estudio para moverse con cautela y prudencia ante la dinámica y velocidad en las que se mueven las nuevas tecnologías. Se puede analizar el presente a partir de los elementos que se tienen a mano y que han podido ser recopilados, atendiendo a sus particularidades y sus posibles variaciones pero evitando formular hipótesis que se acercan más a una predicción que a un informe de coyuntura. En definitiva, se puede conceptualizar y teorizar la discusión pero sin llevarla hacia una verdad absoluta e irremediable.

Para terminar, y a modo de final abierto, se sabe que las TIC's modificaron la forma de hacer periodismo y de consumir información, siguen ese camino y no hay ciencia cierta sobre qué depararán las innovaciones tecnológicas y cómo se irán aplicando a los medios en el futuro. El espíritu periodístico tal vez no sufra cambios pero los profesionales tendrán que seguir contando historias ya sea en un periódico impreso, en una radio digital, en un blog o en sólo 140 caracteres.

Bibliografía

- Albornoz, Luis, (2007) *Periodismo digital*. Buenos Aires, La Crujía.
- Bergonzi, J.C.; Rost, A.; Bergero, F.; Bernardi, M.T.; García, V. y Pugni Reta, M.E., (2008) *Periodismo digital en la Argentina*. Río Negro, Publifadecs.
- Briggs, Mark. (2007). *Periodismo 2.0: una guía de alfabetización digital*. [En línea]. Disponible en https://knightcenter.utexas.edu/Periodismo_20.pdf. [consultado el 30 de abril de 2012]
- Canga Larequi, Jesús, (2000). *Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión*. Universidad del País Vasco. En www.ucm.es.
- Cobo Romaní, C y Pardo Kuklinski H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. [En línea]. Disponible en www.panetaweb.net [consultado el 29 de abril de 2012]
- Ford, Aníbal (1994) "De la aldea global al conventillo global" *En Navegaciones. Comunicación, cultura, crisis*. Buenos Aires, Amorrortu
- Irigaray Fernando, Ceballos Dardo, Manna Matías. (2010) *Periodismo digital en un paradigma de transición*. En www.fpdrosario.com.ar
- Lyotard, Jean-Francois, (1991) *La condición posmoderna. Informe sobre el saber*. Buenos Aires, Red Editorial Iberoamericana S. A. (R.E.I.)
- Mancini, Pablo, (2011). *Hackear el periodismo: manual de laboratorio*. Buenos Aires, La Crujía.

- Mattelart, Armand y Mattelart Michelle, (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Editorial Paidós.
- Pérez Serrano, Gloria, (2007). *Investigación cualitativa: retos e interrogantes*. Madrid, Editorial La Muralla, S. A.
- Rost, Alejandro, (2004). "Cómo cambió la prensa de referencia de fines de siglo". En Bergonzi, Juan Carlos y otros. *Periodismo en la Patagonia*. General Roca, Publifadecs.
- Strauss Anselm y Corbin Juliet, (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia, Universidad de Antioquía.
- Universidad de Los Andes, San Cristóbal, (2011). *Reflexiones sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad Digitalización y Ecología de Medios*. Colección Textos de la Comunicación. Grupo de Investigación "Comunicación, Cultura y Sociedad". San Cristóbal, Universidad de Los Andes.

.Otras fuentes consultadas

- ANEXO, Informe sobre la carrera de grado Licenciatura en Ciencias de la Comunicación o Comunicación Social, Taller de Expresión III, Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, Julio de 2012 en <http://es.scribd.com/doc/103728151/ANEXO-Taller-3-Sobre-Nuevo-p-e-2012-Anexo>
- ADEPA, "Larga vida a la palabra impresa". En adepa.org, 6 de octubre de 2011.

- ADEPA, *"Se necesitan periodistas expertos en sistema digital"*. En Revista ADEPA N°243, Julio de 2010.
- ADEPA, *"El periodismo en tiempos de las redes sociales"*. En adepa.org.ar. 27 de septiembre 2011
- Oliva, Lorena (2011), "Del teclado a la calle: el poder político de la red", en *La Nación*, domingo 28 de octubre de 2011
- Suplemento especial Clarín: Seminario internacional. Nuevas plataformas, nuevos periodistas, nuevos medios. 30 de septiembre de 2012
- <http://www.maestrosdelweb.com>

ANEXO

ENTREVISTAS

Entrevistada: **Liliana Belforte**

Licenciada en Comunicación y Periodismo en la Universidad de Lomas de Zamora

-¿Cuál es tu formación académica?

-Soy Licenciada en Comunicación y Periodismo en la Universidad de Lomas de Zamora. Docente de Tecnicatura de Comunicación para organizaciones en La Crujía que tiene un convenio con el Instituto La Salle. Coordino una diplomatura en La Crujía con un convenio con la Universidad de Rio Negro en investigación política.

-¿Cuál es tu formación profesional?

-Durante 15 años estuve a cargo de la capacitación de utpba. Cooperativa de trabajo para la comunicación social en FM En Tránsito vinculada al área de capacitación y formación. Coordinación de la Comunicación en Espacio para la Memoria.

-¿Qué tipo de herramientas había cuando empezaste a trabajar en los medios?

-Llegué a ver los linotipos de las agencias de noticias. Nos enseñaban los docentes de Lomas y nos trían los pedacitos de cables además máquinas de escribir. Después en los distintos espacios teníamos una computadora (Comodore 64). Cuando estábamos en utpba era una preocupación de ponernos al día sobre todo en términos de periodismo gráfico. Es mucho más difícil el manejo de herramientas por ejemplo en tv. El tema del concepto en radio y gráfica desarrollamos varias estrategias. Tenía que estudiar mucho y con María Rosa coordinamos la primera etapa de la instancia de la Maestría de Comunicación y Periodismo de la UNLP a través de una propuesta que nos acercan

egresados de la carrera. Fue la primer maestría que permitía la formación de grado sin tener una formación académica ideado para periodistas y comunicadores. Estábamos todo el tiempo articulando entre las necesidades exigidas y el manejo de nuevas herramientas. Yo creo que la gran diferencia desde hace 5 años a esta parte es que los cambios son muchos más dinámicos y además el tema de las redes sociales han cambiado en más de un sentido el uso y el manejo. Todo el tiempo tenés que estar atento a estos cambios sobre todo si trabajás con comunicación y periodismo.

-¿De qué se tratan las diplomaturas?

-Las diplomaturas que coordino son a distancia así que se usa mucho las plataformas, las redes, Twitter y Facebook. Lo uso como herramienta porque me parece necesario conocer, pero más que usarlo lo hago desde una mirada más de observación no tanto de producción propia, me parece que para el periodismo es interesante saber los matices de por dónde pasan ciertas lógicas de construcción de sentido hoy para quienes están en la política, en el área de la cultura. Lo consumo más que lo que puedo llegar a producir. Uso Twitter, Facebook, el tema de los blogs ligados al trabajo profesional.

-¿Qué cambios notás con la incorporación de TIC's?

-Los cambios son demasiados dinámicos. Lo que antes tardaba un año hoy a nivel mundial y local te encontrás con herramientas. Tiene que ver con la dinámica del consumo, estoy hablando de la aparición de nuevos software o hardware o computadoras, e-books, i-pad. En términos de la exigencia, esto de estar conectados permanentemente. Circula el tema de la hiper información eso no quiere decir que mejore la tarea o que sea una herramienta que se pueda aprovechar. Una discusión que tengo es el abuso de las fuentes de internet, el no chequeo. Te resuelve muchísimo, nosotros trabajábamos con las linotipos o viejas máquinas o como se editaba y hoy podés editar rápidamente. Podés estar trabajando acá en Buenos Aires y editar en cualquier parte del mundo de una forma que era impensado. Eso no quiere decir que hagamos mejor o que beneficie el trabajo, a veces genera un vicio. Es una instancia interesante para pensar en qué momento se está de la profesión, el periodismo en relación con el uso de las nuevas tecnologías. Le ha

aportado mucho, le ha facilitado mucho pero también ha conformado esta visión de periodista de escritorio. Vos tenés un celular que te permite rápidamente concentrar, bajar mails, acceso a Internet, teleconferencia, Skype, etc. un montón de herramientas de fácil acceso desde el teléfono y me parece que ha distanciado aquello que en su momento era también interesante el periodista de investigación en el campo, me parece que esto es un poco de los vicios. Pero no creo que el periodismo sea la única profesión donde pase esto, entonces vos ahí tenés la hiper información por un lado me parece que no mejora la producción, el tema de la proliferación de muchas fuentes pero con poco chequeo, los más jóvenes están muy acostumbrados, nacen con esta cultura del manejo de tecnologías muy fácilmente que naturalizas que todo lo que está en internet está bien, pocas veces interpelás o cuestionás si la información es veraz o no. Por otro lado, es un momento que los propios medios exigen y sobre todo en términos de gráfica el uso de las redes para la producción o el hecho de tener herramientas de comunicación antes impensadas (podes producir videos y subirlos de forma instantánea, sacás una foto con el celular y la mandás) me parece que esto revoluciona ciertos perfiles que hacen a la profesión periodística pero no sé si lo mejora, le dan otro matiz y hay que acostumbrarse a trabajar con eso.

-¿Qué importancia tiene las nuevas tecnologías?

-Hoy es impensado, imposible no utilizar determinadas tecnologías. Es altamente necesario, sobre todo para nuestros requerimientos. No hay forma de salirse, es difícil volver atrás. Sé que hay algunos viejos periodistas que todavía, maestros del periodismo argentino que siguen pensando o teniendo su máquina de escribir pero esto no puede estar inserto en los distintos medios de comunicación. Estamos más concentrados en gráfica, en términos audiovisuales es imposible porque tenés muchos cambios, cambió mucho para los fotógrafos también, después podemos analizar si es mejor o no. Hoy podés hacer magia con los diferentes softwares que tenés después si eso es fotografía o no... la mitad de la biblioteca de los fotógrafos te sostienen una cosa y la otra, otra cosa de cómo hoy se produce y edita una fotografía. Lo que si tenés es que rápidamente podés

sacar una foto y divulgarla, antes tenía otro proceso que era mucho más distante con respecto al tiempo.

-¿Cómo ves la evolución de las TIC's?

-Tenés tres generaciones distintas si las ponemos en términos de lo que ha sido en Argentina. Yo lo situo mucho hacia finales de los '80, '90 '2000, casi cuatro generaciones, ahora la brecha no es tanto, hubo quienes se quedaron en el medio, siguen trabajando en el medio, no solo tuvieron que incorporar determinados conceptos del uso de las tics. Si bien todas las universidades tienen en términos de...un pc para materias audiovisuales, talleres, en términos de gráfica, de diseño, las universidades públicas no todas tienen los laboratorios para los respectivos prácticas pero muchas la han incorporado y van camino a que la mayoría...el plan conectar lo que te permite es que muchos estudiantes secundarios de escuelas públicas puedan tener una netbook, te permite un acceso que antes era impensado. Estos chicos que en algunos casos son de sexto séptimo grado tienen una manera de incorporar la tecnología distinta a quien hoy tienen veinte. Volvemos a lo que te decía antes, Los cambios son mucho más dinámicos. Nunca hubiese pensado en como mis padres usan el celular y pueden twitear, tiene 60 años y sin embargo se acostumbró y también de gente que tiene más de 60 va a hacer cursos de armado de powerpoint. Si lo pensás no te cuadraba que esta persona hace 10 años atrás estaría con esa idea. Hoy es el tiempo y hay un acomodamiento de época.

-¿Quién debe estar a cargo de la capacitación de los periodistas?

-Si estamos hablando de medios, de empresas comerciales, pymes, cooperativas, o aquellos sin fines de lucro para el sector más comunitario, es parte de la obligación de entregar herramientas de formación y capacitación interna para mejorar las condiciones de quienes hacen la profesión en esos espacios. La universidad tiene una gran deuda, lo que pasa es que no termina de definirse, vos tenés que dependen de los lugares, de las orientaciones. No es lo mismo la UBA, la UNQ, UNLP, la de Lomas, estoy hablando de orientaciones en comunicación cada una tiene una impronta, no terminan de definir. Creo que debería ser, en el caso de la universidad un mix, una orientación donde fueran

aquellos que tienen más el área académica (la investigación y la docencia, la producción de conocimiento desde la especificidad) y aquellas profesiones más profesionales dedicadas a la práctica. La audiovisual, depende la U es muy poca la formación que tienen salvo Diseño de imagen y sonido que es otra cosa y más para la realización de cine o producción concreta audiovisual. Hay un largo trecho, generalmente las universidades no hacen ese mix, no terminan de definirse, entonces no hacen una cosa ni la otra. Algunas pueden ser muy teóricas y en otra la práctica no termina de resolverse. En el caso de las empresas periodísticas tiene parte de la obligación la formación de su personal para las que son privadas. Me parece que los medios públicos también deberían ser una herramienta donde si hay un manejo casi como lógico, recibís un nuevo equipamiento necesitas la gente que lo maneje con lo cual es parte de tu obligación entregarle las herramientas teóricas y técnicas para que puedan utilizar esa incorporación de equipamiento técnico. Ha sido interesante el proceso que ha dado el caso de TDT, la experiencia de canal 7, hubo durante un tiempo largo pelea hasta que se eligió la norma de tv (japonesa brasileña) se hizo toda una instancia de formación para gerencia, de jefes con japoneses y brasileños que venían y daban su instancia de formación con todo lo que se podía hacer. A veces era el uso pero limitado, te doy hasta acá y no podés desarrollar todo el potencial que te permite la incorporación de tecnología, necesitas esas instancias.

-¿Lees bibliografía sobre el tema?

-Me interesa el tema del software libre, para el área de trabajo, todavía no está complementado y no pude experimentar demasiado el uso del software no privativo o libre. Me parece que es la deuda pendiente, consumo bibliografía pero no demasiado. No estoy ávida, hay una etapa en que sí. Es como que necesito saber en el área de radio, estoy trabajando en el tema de digitalización en radio que es un proceso más lento, formo parte de una cooperativa que gestiona una radio y estamos pensando, si bien el apagón analógico es para 2019 (a nivel mundial) para la cuestión de tecnología en radio y tv, es necesario pensar, ver por dónde andan estas cuestiones. Si en algunos seminarios trato de estar es como una preocupación.

-¿Estás a cargo de capacitación?

-Estoy a cargo de capacitación en radio más que nada. En el instituto lo que hacemos, sobre todo en el área de investigación, María Rosa está desarrollando un curso de formación interna más vinculado a DDHH, todo el tiempo es una tensión y una preocupación.

-¿Cómo se desarrolla el curso?

-Tenemos la radio y la revista, lo que estamos viendo son las necesidades puntuales que se plantean a partir de quienes forman parte del proyecto y hay en algunos casos más específicos por ejemplo redacción periodística, producción, hay manejo de software de sonido y edición, es lo básico porque están los productores que dicen queremos aprender a cortar una nota no es tanto desde lo creativo sino que vos puedas manejar un programa de sonido y puedas cortar un testimonio y editar. Después hay instancias más vinculadas con las cuestiones creativas o edición creativa. Y después tenemos una instancia denominada ACGP (Asamblea general de comunicación participativa) una vez al mes. Participan quienes son parte del proyecto, quienes desarrollan actividades, ya sea productores, conductores de programas, independientes y donde ahí van saliendo distintos temas y hablamos de la economía, de la radio hasta ahora estamos hablando de una preocupación que teníamos que era saber sobre la perspectiva de género de los diferentes espacios. Entonces estamos trabajando en eso, cómo construimos la agenda a partir de lo que en el discurso decimos y que a veces no termina siendo de tal manera. Estamos encontrando herramientas de formación para hablar de visibilizar aquello que parece naturalizado y que después no es así o aquello que se naturaliza algo que nosotros cuestionamos desde el discurso.

-¿Para quién está dirigida la capacitación?

-En este caso la capacitación es para los que trabajan en la radio. En otros casos se hizo para otros sectores de la comunidad. Hace poco hicimos en Morón (municipio donde está la radio) en Unidades de gestión, espacios, talleres de radio, edición, producción, orientados a distintos sectores de la comunidad. También dimos capacitación a para

radios que nos han pedido talleres orientados al tema de construcción de agenda pero focalizados a las necesidades que tenían otros colectivos de radio. Después hemos dado otros talleres de gestión de la radio pensados en la organización que tiene una cooperativa o una asociación de cuál sería el funcionamiento necesario para que un proyecto determinado se pueda desarrollar. Enfocado en la práctica. Diversificamos bastante las áreas de trabajo.

-¿Cuál debería ser el enfoque académico?

-Es difícil definir cuál sería el eje académico. Me parece que tiene que ver con una cuestión de actualidad para conocer pero no para comprar sino es para saber lo que hay. Y me parece también orientado de acuerdo a los medios, obviamente de acuerdo a las propias necesidades que tienen los propios espacios de comunicación. No es lo mismo Clarín que un medio en el que trabajan dos personas. Lo interesante es que tiene que estar ligado a las necesidades de cada uno de los medios. Después, el enfoque teórico me parece que no se discute y si lo vemos en periodismo más que nada es las tecnologías ¿para qué?, las tecnologías ligadas a un proyecto político. Creo que argentina en estos últimos años ha desarrollado unos proyectos interesantes en materia de intercambio tecnológico. Me parece que lo que le falta todavía desarrollar es, sin entrar en una valoración política, desde la creación del ministerio de ciencia y tecnología ha habido una fuerte inyección de materia económica para la formación de científicos orientados.

-¿Debería haber una decisión política?

-Para el fútbol se ha diseñado en estos días un software en Argentina que permite mediante una carga de datos determinadas la identificación rápidamente de las huellas dactilares. Hubo una decisión y se pudo hacer, esa es la pata cuando vos me decís que perfil académica, yo digo una cuestión también de producción de conocimiento y que esto permita desarrollar herramientas tecnológicas en Argentina.

-Quizás hay poco desarrollo...

-En Brasil durante 10 años (por los '90 cuando se inició lo de la tv digital) invirtieron en recursos humanos, capacitación y formación de sus científicos para determinar cuál era la mejor norma. Se fueron a formar a los mejores lugares y volvieron a Brasil. Por eso cuando uno habla de esta nueva norma es japonesa-brasileña porque la última etapa se terminó de desarrollar en Brasil. Hubo una decisión política para esa orientación. Me parece que en Argentina le falta esa pata. Por ahí está más en lo teórico, parece que se discute respecto de hacia dónde debería ir el uso de las nuevas tecnologías, cuál serían las mejores herramientas para la utilización en materia de comunicación y periodismo. Hay estudios, trabajos sobre el tema. Alguno más pertinente que el otro. Me parece que no hay una política integral en el que vos hacés una proyección y el objetivo que tengo a mediano o largo plazo, vas por este lado...

-En las universidades no hay interés...

-No sé cuántos proyectos que se desarrollan en universidades públicas están destinados a nuevas tecnologías.

-O sea que no se piensa en el contexto...

-Hay desarrollo pero algo más voluntarioso, no tanto como política y de definición política. Más allá de lo político, la ley de medios, tenés un perfil, la proyección ligada al tdt. Después podemos entrar en la profundidad de si es el mejor proyecto o no, pero hay una definición, un espacio y herramientas concreta para discutir, hay un proyecto. No está metido en el tema todo lo de las telecomunicaciones, que quedó bastante afuera y ahí tenés un desarrollo dispar y como internet no está regulado y el sector de las telefónicas no está totalmente desregulado como que tenés una tierra de nadie y eso es falta de política. No hay una decisión política orientada a una producción de conocimiento que tuviera objetivos a mediano y largo plazo.

-¿Hay una nueva mirada en los proyectos?

-Hemos tenido procesos en Argentina dictatoriales y democráticos muy cortos y que no se han podido extender en el tiempo y que no se ha podido proyectar. Entiendo que es la

etapa donde podemos aprovechar haciendo una proyección a largo plazo. Argentina, por el propio contexto...los chinos plantearon la construcción de su mirada de perfil de lugar para llegar a la instancia en la que están, estuvieron casi 200 años. EEUU después de la guerra de secesión se plantean una proyección de país. (acá somos consecuencia de la mirada de la generación del '80). Más allá de ser demócrata o republicano hay una instancia donde se juntan proyectaron una construcción hegemonía de nación y trajeron a su país a los cuadros, lo mejores...en otros procesos se puede entender la revolución cubana y cómo se puede sostener en el tiempo porque hay una proyección. En Argentina no hubieron porque si te fijás, distintas dictaduras, '80, los '90 los vaivenes del 2001, pero tenemos un proceso democrático que perdura y es lo que nos pasa como país para proyectar a largo plazo. Este es el contexto diferente, tenés procesos democráticos con falencias todavía y con aciertos pero por primera vez podemos salir de la resistencia y tener una mirada más hacia adelante, ¿a dónde nos va a llevar? No lo sabemos, pero podemos empezar a proyectar más a largo plazo.

-¿Qué cambios notaste durante la transición entre medios tradicionales y digitales?

-Los cambios en los medios durante la transición no lo noté pero sí fue tortuoso para muchos periodistas sobre todo en el área gráfica, fue difícil. Nosotros no lo vimos porque estando en utpba que rápidamente hacia adentro teníamos tecnología no de punta pero estábamos todo el tiempo con formación con capacitación con periodistas de la federación latinoamericana de periodismo y todo el tiempo estábamos haciendo seminarios y de nuevas tecnologías. Utpba en su momento fue parte de la oip (que después desapareció) Eso te generaba un incremento, si ha sido muy dispar en el sector de medios gráficos. Fue como una transición tediosa. En una primera etapa, fines de los '80 a los '90. Hubo una lenta transición que yo lo pondría de los '90 al 2000 pero increíblemente la crisis en el 2002 hubo cambios que fueron mucho más dinámicos pero también a esa altura la mayoría de los medios habían hecho toda la incorporación de tecnología, fue mucho más rápido y se preparó más a los y las periodistas estar acorde a lo que necesitaba la época.

-¿Qué ventajas y desventajas ves en los medios digitales?

-Creo que los medios digitales democratizaron la profesión. Lo divido en dos, los medios tradicionales (los grandes grupos) lo que hicieron es la utilización de estos medios digitales en usufructo y desmedro de la profesión periodística. Estoy diciendo de no reconocer el plus de aquellos trabajadores que escriben notas para gráfica y que suben a internet y que ellos lucran con esa nota, esto generó otra situación. Hubo hechos en el que el manejo de la tecnología y el manejo de los medios virtuales facilitaron y es una manera de democratizar la comunicación. Lo ves hoy con el circuito de mucha información que no aparece en los grandes medios y sin embargo en el tema de las redes están y tienen una circulación (por ejemplo el caso de las mineras). Hay seguimientos de juicios de DDHH y hay por lo menos 500 blogs destinados al tema de juicios y si vas a hacer una recorrida de los medios, salvo página 12 y un poco canal 7 pero si dividimos en el tema de gráfica un poquito Tiempo, olvidate en Clarín y La Nación sin embargo es increíble la cantidad de información y tenés de todo, algunas con más celeridad, con más cuidado, con más veracidad. Entonces eso sí me parece facilitó la circulación de información, la producción de información con un concepto más de lo produzco y lo puedo difundir. Si hablamos de democratizar la comunicación y que todos seamos actores y actrices de este proceso, esto es lo que te permite. Después está quiénes tiene que ejercer la comunicación y el periodismo, te digo todos, no solamente quienes estudiamos para eso. Si estudiaste para eso tenés otras condiciones, otra formación si hablás de derecho universal a la comunicación y a la información para ejercerlo tenés que justamente dar la posibilidad para que sea válido en este juego.

Entrevistado: **Fernando Piana**

Docente UBA. Periodista Radio Nacional

-Necesito que desarrolles tu formación académica

-Lic. En ciencias de la comunicación UBA. Maestrando en estudios social latinoamericano. Cursos aplicados a radio y seminarios filosóficos.

-Necesito que desarrolles tu trayectoria profesional

-Docente de comunicación. Periodista desde '88. Gráfica, tv, cable, guión en tv. Radio desde hace 15 años. Docente de algunos talleres del Fondo Nacional de las Artes en el interior de radio.

-¿Usás un determinado tipo de tecnología?

-No busco una tecnología determinada. Trato de usar todo lo que tengo. Este es un país muy híbrido en términos de tecnología, además al no haber habido un apagón analógico como en EEUU (Argentina no está preparada, está trabajando bien pero no preparado por una cuestión de consumo, producción, etc.). La avidez del argentino medio que necesita de tecnología para abordar nuevas tecnologías, esta curiosidad que hay que está establecido por este tema de las crisis y la necesidad de reinventarse a partir de tecnologías que en definitiva tecnología es el elemento más accesible en términos de que el piso de ese umbral está bastante alto. Yo soy un argentino más que trata de usar todos los recursos a su alcance.

-¿Con qué tipo de TIC's trabajan en la radio?

En la parte profesional, trabajamos con registros analógicos, casi por una cuestión histórica porque hay cintas, discos pero siempre tendemos a digitalizar como una forma de conservar. Punto uno en menor espacio y punto dos en términos de manejabilidad. De portabilidad interna, donde desde una intranet disponés de disponibilidad, la tecnología es un soporte que ayuda. Puedo usar desde un disco de vinilo o de acrílico para digitalizar una voz hasta todas las herramientas que me pueden dar un editor virtual música o sonido para mejorarlo. Todo el ancho que me puede dar la tecnología.

-¿Cómo aprendiste a usar los dispositivos digitales?

-Nunca aprendí usar los dispositivos formalmente. Todo en forma individual. Acá en radio nacional no hay un curso, si lo hubo fue muy básico. No hay orgánicamente un curso donde vean el estado de las cosas, del hardware que vos tenés del know how y del conocimiento correcto del hardware que deberíamos tener. Acá estamos bastante atrasados. Naturalmente me surgió por curiosidad manejar el cool edit y los programas de edición de sonido y la verdad es un portal porque en radio hacés una gran diferencia cuando no sos editor aplicado pero vos podés convivir y dialogar con el editor a partir de un conocimiento, acelera lo tiempo de un modo increíble en términos cuantitativos y en términos cualitativos vos ya de origen estás llevando un corte de audio o pieza pre editada

para montar y hay que hacerle pequeños arreglos. Lo aprendí solo, en mi casa, en la radio haciendo copy de algunas piezas de sonido y haciéndola pelota hasta aprender cuáles son los recursos que te dan los plug-in del cool edit.

-¿Cómo te adaptás a las TIC's?

-Me adapto rápido a las tecnologías porque estoy convencido y sin ninguna teoría y con todo lo que aborda la práctica que hay un salto de apropiarse del objeto. Un semiólogo checo (Vilem Flusser) que tienen un libro que se llama Los gestos, donde habla del abordaje de los objetos desde el inicio del hombre hasta la era tecnológica entonces lo que dice es que el ser humano por consciencia y naturaleza destruye los objetos, los modifica todo el tiempo. Pero para abordar los objetos hay que pegar un salto y acercarse. El respeto/miedo hacia los objetos tecnológicos, no hacer un descontrol de todos los objetos cuando sabemos que toda las plataformas, los software los entornos siempre dan la posibilidad de deshacer todo. Siempre hay una pregunta para deshacer lo que vos hiciste, para confirmar lo que vas a hacer. Entonces con esa premisa yo me mando naturalmente por esa curiosidad a indagar todo y me interesa saber qué sale. No soy un enfermo de la tecnología en términos de impulsión de compra pero si me interesa cuáles son la herramientas más actuales para simplificar un trabajo. Si no tenés concepto de un trabajo por más que tengas la tecnología no lo podés hacer. A la inversa también es complicado si vos no tenés las herramientas, desde una máquina de escribir hasta un servidor espejo en una radio, no te sirve de nada.

-¿Crees que influye la relación Migrantes/nativos digitales para manejar TIC's?

-No estoy de acuerdo porque no parte de una cuestión etaria, de una cuestión de época. Lo que te puede determinar son ciertas relaciones entre seres humanos pueden estar más digitalizadas que otras. El abordaje de las tics como herramienta de trabajo, de transformación de algo, no tiene edad, no tiene. Lo más probable es que haya un porcentaje más alto de generaciones nuevas cuya vida está cruzada por lo tecnológico que generaciones más antiguas. En Silicon Valley no todos tienen 20 años, en Google no todos tienen 20 años. En una agencia de publicidad tienen un plantel joven pero que no tiene que ver con el abordaje de la tecnologías, tienen que ver con las relaciones laborales, de pagar menos, de comprar la vida de, siempre en ese equipo hay alguien que tiene 40-45 años, porque tiene una experiencia natural de vida que es necesaria para ese tipo de producto. Hay un porcentaje más alto de abordaje tecnológico pero de ahí al salto de usar la herramienta bien...quiero ver a un chico de 20 usar el ancho las posibilidades del celular, del blog, un editor de sonido. Es como la mente humana, solo se usa el 20%.

-¿En qué cambió el trabajo con la incorporación de tecnología?

-El trabajo del periodista cambió en un aspecto para bien y para mal. Para mal es los que pagan, los que abonan los salarios, los que deciden los dueños de medios inventaron una calle de sinergia a partir de la tecnología. En realidad lo que hicieron fue: en un punto conceptual confundieron el soporte. En realidad fueron los grandes responsables de que dijeran que internet es un multimedia y es lo más falaz que hay en la tierra. Internet es un medio en sí mismo. Como vieron que tenía imagen dijeron que tenía parte de televisión y cine o fotografía. Como vieron que tenía sonido era parte de la radio, como vieron que tenía texto que era parte de un diario. Entonces mezclaron todo eso y dijeron que era un multimedia. Multiconvergencia tampoco porque tiene un registro propio y una escritura propia. Tiene una forma de discurso propio. Entonces, una vez que entendieron que internet era un medio, pasaron 10-15 años empezaron a generar una plantilla laboral flexibilizada donde un chico (en esto sí tiene que ver la cuestión generacional porque ello no conocieron la etapa donde había reclamo de derechos de 30-40 años atrás con convenio de trabajo, con funciones, etc.) Donde un chico saca fotos, toma audios, escribe la crónica y hace el trabajo de tres en uno con el sueldo de medio. En ese sentido, culturalmente, identitariamente y políticamente, ideológicamente cambiaron las tecnología para mal.

Para bien, sí se trabaja muchísimo más veloz, más prácticamente. En términos de velocidad se agilizó el trabajo. La velocidad esa redundante y el concepto de la velocidad es apasionante y difícil de abordar si esa velocidad redundante en tiempo de trabajo para el descanso. Porque tiempo de trabajo para más trabajo es un problema porque agiliza para generar mayor cantidad de trabajo. Esto es la visión desde un trabajador. Pero sí tiene un impacto positivo porque tienen un impacto de agilidad y decisión desde lo más básico, antes cuando uno hacía un informativo en un papel, muchas veces tenías que tirar el papel porque lo habías escrito mal y ahora no, con un procesador de texto, desde que nació hace treinta años hasta que se afirmó en una ventana en red con una cantidad de cosas o una intranet mejoró las relaciones de trabajo en términos de efectividad laboral. De todos modos hay que tener conocimientos para una cosa y para otra.

-¿En qué favorece tener conocimientos en TIC's?

-Tener conocimientos es mejor porque es una cuestión que me excede, que es de mercado laboral. Las demandas laborales se hacen siempre al revés, se piden primero las herramientas, el conocimiento aplicado con la herramienta, en vez de pedir solo el conocimiento y después ver si en una entrevista vos podés generar las herramientas además de la capacidad de aprendizaje. Es polémico porque si vos pedís un editor que maneje protocols, soundforge con la última versión con los plug in que además tenga capacidad periodística para editar hay que ver donde se formó ese tipo manejando protocols. Entonces las empresas periodísticas no tienen esa vieja capacidad de

transmisión generacional que en realidad redundaba para el beneficio de ellos pero de darse la posibilidad de enseñar dentro de los cauces de una misma empresa periodística donde vos tenés asegurado una transmisión no solamente de la herramienta sino también del concepto del medio cosa que ya no se ve más porque en los medios no hay concepto salvo dos o tres excepciones, con suerte. Casi no hay medios cuyo concepto esté muy claro en la conducción.

-¿Cómo debería ser la formación?

- Debe estar organizada por las empresas mismas. Estamos hablando del mercado laboral. El debate viejo que se da y nunca se va a saldar es cuánto de la universidad tiene que estar moldeado por el mercado de trabajo. Si vos no das la última versión de audition o soundforge en una facultad o tal carrera de comunicación o taller como herramienta podés tener dos opiniones: esta facultad atrasa, no está preparando tipos que puedan encarar los medios, pero si eso estuviese bien complementado con las empresas. O si la facultad tiene que ser un apéndice del mercado laboral. Yo no tengo opinión, si me piden que enseñe un cooledit no tengo problema si no lo saben es un problema para el ámbito laboral pero utilizaría ese tiempo para otra cosa. En enseñar la lógica de un medio, en que se conceptualice un medio, etc. Una y otra me parecen bien, las posiciones. Si tengo una posición con respecto a la lógica de los medios, su concepto, propiedad su ejecución.

Cada colega viene con algo distinto. La vara del miedo es fundamental. Tengo muchísimos de mi generación que no se quieren meter con eso entonces usan la pc solo para escribir. Más allá de que sean modernos en el sentido más ancho de la palabra y otros que sí tienen esa curiosidad no tiene que ver con lo estrictamente generacional tiene que ver con una cuestión de abordaje, curiosidad personal, grupal, de exigencia grupal. Si está en un grupo donde estamos hablando de manejar una red un gtp y trabajar con eso sí o sí lo tenés que aprender. Está bastante dispar, ecléctico la franja etaria que me aborda a mí.

-¿Cómo ves la convergencia para futuro?

-Converger es un verbo que obliga a muchas cosas. Convergencia cuando se da por estipulado ya obliga a encontrarse, es pernicioso políticamente porque vos hablás de convergencia y ya das por estatuido el término estás obligando a que todos los medios converjan en un soporte que por definición y descarte y por know out es internet. Pero tienen que haber vida fuera de internet. Castells tuvo que terminar reconociendo que su principal hipótesis que era que los estados iban a sucumbir ante las redes sociales en la forma de relación de redes era equivocado porque LA dio un mensaje totalmente contrario y está caminando mejor incluso que Europa. Cuando decían que los estados nacionales en la forma de William Gibson que había empresas estados que manejaban tecnologías que manejaban los hilos del mundo. (es una metáfora de las multinacionales

pero que era avanzado para la época, '80) Donde él vio que había una cantidad de empresas que manejaban los hilos del mundo, pasó el neoliberalismo y esas empresas ni siquiera se informatizaron. Castell se equivoca cuando dice que el poder de los estados sucumbirá ante el poder del estado local, lo cual es incierto porque el Mercosur es la prueba genuina de que es todo al revés, de hecho mercociudades es un organismo oficioso. Y por otro lado que las redes sociales iban a manejar los hilos de la política y pregúntenle a Obama que después de la elección tuvo un bajón de adherentes de imagen presidencial porque había cosechado la mayor parte de su campaña por Twitter, por redes sociales. Es decir, los candidatos a presidentes, las campañas la hacen en el lugar. Eso no se va a terminar, el contacto interpersonal es el más genuino. Si todos se retiran de ese contacto interpersonal y hacen su campaña por internet o por Twitter o generación por redes digitales, el tipo que haga un paso adelante va a asacar una ventaja de porcentaje inédito. El verbo converger es bastante autoritario en ese sentido, no digo que no haya que converger en pero a la vez tiene que haber vida por fuera de la convergencia y de internet. Internet no es todo, más allá de que se haya virtualizado un montón de cosas, trámites, relaciones sexuales, lo que sea. Los partos se hacen in situ, los tiene que hacer una mano humana. Al cadáver lo entierran en un cajón hecho por manos humanas y en la tierra.

-¿Cuál debería ser el enfoque académico?

-No hay que ser absolutista en esto, Las TIC's tienen importancia instrumental, de diseño, de posibilidades y además de generación de nuevos paradigmas, de miradas o político, sí, pero no ideológicos. Vos no podés hacer un corpus ideológico a partir de una tics, es una herramienta, un soporte y que por más que genere una forma de relacionarse entre dos humanos, entre un humano y un producto, eso no sobredetermina absolutamente las relaciones entre los humanos, de las sociedades parciales o mundiales. Hay una euforia desde los años '90 de las cuales muchos teóricos se dejaron llevar y que terminaron haciendo diagnósticos errados y dando resultados más erróneos que los diagnósticos. Hay que tener cuidado cuando uno hace teoría en medio de una euforia ideológica. Para una cantidad de gente se había terminado la historia y después se tuvieron que desdecir para otros el estado iba a desaparecer como tal y persistió, tampoco puedo decir que el estado va a persistir por siempre pero la teoría que hace futurología está condenadas a un posible fracaso, no hay que aventurarse hay que tratar de asir la tecnología usar las tics y tratar de mejorar el laburo de uno para hacer la vida más feliz. Para que el tiempo que queda de ocio no lo copte el capitalismo.

Desde el punto de vista académico no hay que ser extremista. No dejarse llevar por las modas y en eso tienen mucho que ver los medios de comunicación y la influencia en el ámbito académico, cosa que es errónea porque los medios no investiga. Puede unir los

datos, puede revelar algo oculto pero eso no es investigar. Para investigar hay que tener una experiencia empírica, trabajo de campo, de unir más de dos variables, de poder comulgar con el territorio, etc. Los medios ni lo hacen ni por asomo. Lo más terrenal que tenés en las redes son los movileros, con eso te digo todo. La lección para el ámbito académico es tener contacto con el territorio permanentemente, tener contacto con los que median el territorio que son los medios de comunicación y con los que producen tecnología pero a partir de ahí ver qué sale y sin hacer futurología a partir de las modas porque eso después te termina traicionando a vos mismo.

-Habías armado la página de la radio...

-Hice tres páginas, dos para Clarín y otra para un convenio del municipio de Morón, más que nada lo conceptual, parte de la maquetación de la página. Pero más que maquetar prefiero pensar conceptualmente este medio que es internet y después ver de qué forma vos llegás a los conceptos más de ejecución de la herramienta, es decir, de maquetación, de vínculo, de forma de organización de la página, de adónde va cada link, cuál es el límite de la página o la profundidad, etc.

-¿Cómo ves la relación entre medios tradicionales y digitales?

-Está bueno que los medios tradicionales y digitales se crucen, que uno utilice el otro. Por una cuestión lógica (algunos siguen considerando a la radio la hermana boba de la tv cuando tiene 30 años más), si eso sigue existiendo imaginate si no existe que internet es la continuación de un medio de comunicación, cosa que es un factor erróneo. Internet es un medio en sí, que convivan de forma pareja es lo ideal. Ahora cuando pensás que internet es una consecución de tu programa de radio donde vos podés dejar mensajitos y todo eso es una idea ñoña que no te permite explotarla al máximo el medio internet como medio en sí, como cuarto gran medio de comunicación electrónico como el cine la radio y la televisión e internet. Tienen que seguir conviviendo, cada uno tiene que hacer su camino, probablemente salga algo que yo no vea hacia futuro y si sesudamente e ideológicamente le queremos poner que todos los medios convergieron ahí, bueno listo, lo hacemos. Si vos crees que un Smartphone es la solución de todo porque tiene todo adentro eso no genera discurso propio. Te puede generar marcas de discurso poder escribir en el chat tkm para decir te quiero mucho o no poner los acentos como una forma de redacción, eso no determina nada, no determina una relación social. Yo quiero ver a alguien que haya chateado toda su vida y no haya tenido un contacto sexual con la otra persona, no existe y si existe es un problema que tiene que ir al diván porque el ser humano es el que genera toda esa tecnología. Cuando vos me digas del mito de Spielberg de inteligencia artificial ahí vamos a tener otro punto de vista, vamos a tener otra cosa porque ese día vas a tener un problema distinto que analizar. Vas a tener una autonomía de las máquinas y ahí sí

máquinas que producen máquinas es otro tema. Igualmente el pecado original viene del ser humano, porque quién hizo la primera máquina, la tierra es un planeta de seres humanos y animales y tienen una relación determinada que van a determinar todo lo que hagan, todo lo que produzcan. Internet y eso, las tecnologías son eso. No hay que dar la vuelta, lo que pasa es que hay tipos que viven de eso. Tiene que encontrar una vuelta nueva y en la vuelta se terminan en delirios como Gibson, Castells.

Entrevistado: **Nicolás Novello**

Periodista. Coordinador de sitios web institucionales

-Necesito que desarrolles tu formación académica.

-Arranqué la carrera de periodismo deportivo en el Círculo de Periodistas Deportivos “Ricardo López Pájaro” de la Capital Federal. El inicio fue apenas terminé el secundario en el año 2007 y me llevó los tres años que requiere la carrera. Me egresé a fines del 2009 y recibí mi diploma de manera oficial en 2010.

-¿Qué materias específicas de periodismo tenías?

-Las materias específicas que tenía de periodismo eran varias. A diferencia de otros lugares, el Círculo tiene mucha variedad de asignaturas que no se quedan solo en lo deportivo y nada más. Entre esas materias, tenía taller de periodismo gráfico los 3 años de cursada, periodismo radial y televisivo, ética profesional, locución y producción periodística.

-¿Recordás brevemente cómo se desarrollaban esas clases?

-Sí, recuerdo. Las clases eran variadas. Depende mucho como las del profesor de turno y de cual fuera la materia. Muchas de ellas eran apasionantes, otras llevaderas y otras tantas bastante aburridas. Pero en general, la hora se pasaba con el profesor explicando el contenido y en los casos de las materias periodísticas, como taller, se ponían a prueba los

conocimientos teóricos escribiendo noticias de diversos matices, como por ejemplo editoriales, crónicas, reportajes a personalidades, etc.

-¿Qué dispositivos técnicos tenían a su disposición? ¿Los usaban?

-El Círculo tiene a un docente que fue quién me marcó, primero por su capacidad y vocación periodística y luego por su mitología para enseñar a usar las herramientas. Ese docente fue Alejandro Magaldi. Por lo general, las materias que el daba eran las periodísticas, específicamente, las gráficas. Una de las tecnologías que el usaba era la del sitio web. Había puesto en marcha una página, para que los alumnos, divididos en grupos y por un tiempo determinado (a lo largo del año), subieran día a día una noticia deportiva diferente y que no sea nada más fútbol. En esos grupos, él elegía a un editor general, encargado de chequear todo lo que se subía y de hacer la nota de opinión y el resto generaba el contenido del sitio. Este dispositivo técnico, muy utilizado, me sirvió muchísimo en mi carrera profesional, a tal punto que hoy trabajo de eso.

-¿Les enseñaban a usarlos en el mismo establecimiento o consideraban que era un conocimiento que ya traían?

-No, esta herramienta, nos la enseñó a usar el profesor en cuestión. La ventaja fue que no era muy compleja. Las notas, fotos y demás se cargaban con facilidad y sencillez absoluta. No hacía falta ser un especialista en computación para lograrlo.

-¿Tenías materias específicas sobre usos técnicos para aplicarlos al periodismo?

-Sí, teníamos materias específicas sobre usos técnicos. Esas asignaturas eran la de taller de radio y TV, en donde nos enseñaban a usar todo, desde como hablar al aire hasta como funciona la consola de la radio o desde como hacer un pequeño informativo televisivo a como manejar las cámaras.

-Necesito que desarrolles tu formación y experiencia laboral en periodismo.

-He tenido algunas experiencias mínimas antes de ingresar a la carrera de periodista deportivo. Durante los últimos años de secundaria, entré como pasante en la sección

deportes de un diario zonal de San Andrés, hice un programa de radio dos veces por semana sobre deportes en general, y realicé la labor de vestuarista para una transmisión de fútbol partidaria. Luego, ya en mis últimos meses de estudiante de periodismo, ingresé como pasante al Departamento de Prensa de la Asociación del Fútbol Argentino. Finalmente y hasta el día de hoy, continúo trabajando allí pero ya no como pasante, sino que desde hace dos años, soy efectivo en dicha sección de la AFA. Ahí, junto a otros cuatro colegas, me encargo del sitio web oficial y de las coordinaciones de las entrevistas y conferencias de prensa en el predio de Ezeiza los días que el seleccionado nacional entrena.

-Cuando empezaste a trabajar, ¿Qué tipo de TIC's había a disposición en periodismo?

-Cuando comencé a trabajar en el periodismo, todo lo relacionado a los sites de Internet era lo más fuerte. De hecho, la mejor tecnología que manejo es esa, los sitios web. Una herramienta vital que llega a cualquier parte del mundo y que día a día sigue creciendo y masificándose aún más. Ahora, han ingresado fuertemente al sistema los celulares con Internet y las tablets.

-¿Qué tipo de tecnología utilizas en periodismo? ¿Cómo la aplicas?

-Uso los sitios web. Trato de aplicarla de la manera más sencilla y clara, sin que el lector se vuelva loco. Tratar de hacer lo mismo que en un diario gráfico pero para la web, no mucho más. Allí en las páginas, se pueden usar muchas variantes, desde galerías de buenas imágenes para ilustrar, vídeos, entrevistas, encuestas, Chat online con seguidores y/o lectores, informaciones minuto a minuto etc.

-¿En tu trabajo te exigen o sugieren que sepas sobre tecnologías?

-No, en mi trabajo no me exigen que sepa de tecnologías en general. Pero si me exigen que sepa utilizar la herramienta con la que trabajamos, algo básico. Después, la verdad, no son exigentes al respecto. Pero en lo personal, siempre que puedo, me gusta aprender a utilizar cosas nuevas y diversas tecnologías para poder transmitir y comunicar.

-¿Lees bibliografía sobre periodismo en general, periodismo digital, sobre tecnología?

-Suelo leer pero no mucho sobre periodismo en sí ni de tecnología. Soy más de leer otra clase de cosas que son de mi interés, como libros de personalidades del deporte o historias de los clubes, por ejemplo.

-En tu trabajo, ¿te dan cursos de capacitación?

-No, nunca nos han dado un curso de capacitación exclusiva sobre tal cuestión. Para empezar a usar el sistema del site web de AFA, el editor y jefe de la página fue quién nos guió. Después, fui aprendiendo solo y mirando a alguien que lo sabía usar.

-¿Asistís de forma particular en cursos de capacitación?

-No, no suelo ir a cursos de capacitación.

¿Usás mail, facebook, twitter, blog, páginas de internet o cualquier otro dispositivo técnico en periodismo? ¿Cómo los usas?

-Sí, utilizo todos esos dispositivos. Tengo Facebook, Twitter, página de Internet y me manejo con mails permanentemente. Estas herramientas las uso mucho para un proyecto personal que tengo del Club Atlético Colegiales. Tengo un programa radial semanal y uso el Facebook, el Twitter y el site de internet para informar a cada instante. Las dos redes sociales suelo utilizarlas para datear cosas importantes y sencillas, por ejemplo, la lesión de un jugador a último momento. En cambio, el web site, lo uso para escribir mi columna personal, para hacer las crónicas de los encuentros, para hacer notas a los protagonistas y demás.

-¿Cómo y dónde aprendiste a usarlos?

-Las redes sociales las aprendí solo. Me parece que la generación mía (de 20 años en adelante) maneja esto de una forma casi natural. Me parece que no hay posibilidad de hacer un curso para comprender el Twitter. Claro, hay personas más grandes que

crecieron sin internet a las que sí les cuesta esto y es lógico. Es una cuestión generacional pura y exclusivamente. Por otra parte, el sitio web lo comencé a usar en AFA y el que manejo de Colegiales es idéntico al de mi trabajo.

-¿Lees bibliografía sobre el tema?

-No, no soy de leer al respecto. Supongo que por que leo cosas de mi interés total y en la escala, leer sobre esto no está en los primeros niveles.

-Con la incorporación de tecnologías, ¿sentiste que hubo un cambio en el periodismo en general y en el trabajo del periodista?

-Sí, creo que ha habido un cambio y bastante importante. Hoy por hoy se transmite todo al instante en cualquier parte del globo. Vía Internet, vía redes sociales, la información viaja de inmediato para cualquier lugar. Como si fuera poco, está la ventaja de que vía web las noticias están de inmediato a cualquier hora, supongamos que hubo un acontecimiento por la madrugada, en la versión online siempre hay alguien de guardia para subirlo de inmediato, en cambio en el papel, eso saldrá mucho más tarde y hasta quizás, al otro día. Además, en la actualidad la gran mayoría ya dispone de Internet y eso ha hecho que los medios a través de la web hayan crecido de una manera gigante en los últimos cinco años. Igualmente, el diario aún le da batalla.

-¿Sentiste que tuviste que incorporar conocimientos nuevos para no quedar desactualizado y/o en desventaja con respecto a alguien que ya los posee?

-Yo no creo estar desactualizado porque soy joven y vengo con esto desde chico. Prácticamente viene incorporado conmigo (lo de la tecnología). Pero la gente de más edad que se dedica a esto, muchos han tenido que hacerlo y me animaría a decir que la mayoría por obligación, para no quedar fuera del sistema. Claramente ellos, si estaban en desventaja, es por eso, que debieron adquirir, bien, regular o mal, el conocimiento de inmediato.

-¿Cómo incorporas las TIC's en tu trabajo?

-Las incorporo con facilidad. Me gusta aggiornarme constantemente ya que no se me hace difícil. De hecho, busco todo el tiempo ir tratando de incorporar nuevas TIC's. Obvio, incorporarlas pero desde mi, sin recurrir a un aprendizaje específico. Con esto quiero decir que prefiero investigar y aprender yo que ir a un curso especial de dicha tecnología.

-¿Consideras útil en lo laboral y en lo personal incorporar conocimientos con respecto a este tema?

-Si, creo que es muy útil para los dos aspectos. Tanto en lo laboral, como en lo personal, considero que es útil.

-¿Te cuesta aprender cosas nuevas?

-No. Como puse anteriormente, me resulta sencillo y creo que a la generación de 30 años hacia abajo no les cuesta prácticamente nada, es algo que viene incorporado porque hemos crecido con esto. Luego desde los 30 hasta los 40, creo que se la rebuscan bien y ya de 50 en adelante, con la lógica que implica, les cuesta un poco más.

-¿Dónde te sentís más cómodo, en los medios tradicionales o en los medios digitales?

-Me siento cómodo en los dos. Sinceramente, considero desarrollarme bien en ambos. En los tradicionales, como la gráfica, la radio o la tv me desempeño con mucha solvencia y tranquilidad y en los medios digitales también, me siento cómodo al 100%.

-¿Crees que se valora más tener conocimientos sobre tecnología y demás dispositivos multimediales que solo saber redactar una nota?

-No sé si se valora más. Lo que si me parece que te abre más puertas y más en la actualidad, en donde todo esto ha crecido mucho. Uno, cuánto más herramientas tenga mejor, eso ayuda a crecer en la profesión y a estar constantemente dentro del sistema que propone el mundo.

-Tener conocimientos sobre TIC's, ¿te posiciona en un mejor lugar como periodista o es indistinto?

-No, el posicionamiento como periodista lo da la categoría de cada uno. Eso engloba muchas cosas. Ahí se ve como se desempeña uno, como utiliza uno las tecnologías, como llega a los demás, qué clase de información maneja, como es considerado por sus colegas y demás. Si tenés o no conocimientos sobre TIC's no te hace, ni mejor ni peor periodista.

-En general, ¿cómo te llevás con la tecnología?

-Con la tecnología me llevo realmente bien. Me considero una persona que se puede mover bien junto a la tecnología y me interesa estar siempre dentro de ella. No soy un fanático, pero si trato de aprovechar estas armas de trabajo.

Entrevistada: **Marisol Parnofiello**

Estudiante de Ciencias de la Comunicación UBA. Periodista de Clarín

-Necesito que desarrolles tu formación académica.

-Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Sociales de la UBA.

-Necesito que desarrolles tu formación y experiencia laboral en periodismo.

-Seis años de experiencia en medios masivos. De 2008 a 2012 responsable de sección en el suplemento Clarín Espectáculos. Antes trabajé en El Argentino.

-¿Qué materias específicas de periodismo tenías en la facultad?

-En el tronco de la carrera, apenas algunas materias como taller de radio y gráfica. Las materias en periodismo son optativas. Yo hice dos nomás.

-¿Recordás brevemente cómo se desarrollaban esas clases?

-Eran, a diferencia de las clases teóricas, dictadas por profesionales del periodismo. Generalmente, se planteaba una consigna práctica y se pedía a los chicos que realizaran una crónica o un programa radial para ese mismo día o para la clase siguiente.

-¿Qué dispositivos técnicos tienen a su disposición?

-Pocos dispositivos en materias sobre gráfica, casi ninguno. En cambio, sí, en TV o en radio había estudios específicos, aunque no muy de avanzada. En el caso del taller anual de cine, el grupo debía hacerse de una cámara, algo bastante complejo de conseguir.

-¿Les enseñaban a usarlos en el mismo establecimiento o consideraban que era un conocimiento que ya traían?

-Había operadores para los estudios de edición. Pero el trabajo previo a las clases y muchas entregas requerían de la buena voluntad de los estudiantes para aprender a editar, por ejemplo, una pista de audio o un recorte de video en bruto. Esas cuestiones se omitían y se notaba mucho la diferencia entre los que sí manejaban la técnica previamente y los que no.

-¿Tenías materia específicas sobre usos técnicos para aplicarlos al periodismo?

-Apenas una materia de gráfica nos explicó de que se trataba el periodismo 2.0, pero lo cierto es que la UBA es eminentemente teórica, cosa que es buena y no sólo catastrófica. Uno aprende a pensar en las aulas: a manejar un programita se puede aprender solo en casa.

-Cuando empezaste a trabajar, ¿qué tipo de TIC's había a disposición en periodismo?

-Blogs, Internet, procesadores de texto.

-¿Qué tipo de tecnología utilizas en periodismo y cómo las aplicas?

-Procesadores de texto, entorno MAC, Windows, Office. Utilizo mucho internet y redes sociales. Twitter da muchísima inmediatez. Facebook, contacto fluido para ver la viralidad y las repercusiones de los hechos. Tumblr me sirve como portfolio de mis trabajos, al igual

que Blogger. En lo personal, soy bastante techie. He escrito la tapa de Clarín, cuando falleció Spinetta, haciendo guardia en la puerta de la casa con mi iphone: la nota le llegó al editor a pocos minutos del cierre de la edición

-¿En tu trabajo te exigen o sugieren que sepas sobre tecnologías?

-Hay un problema, a mi parecer y es este: somos una generación de transición. Por lo general, nuestros superiores se formaron en otra corriente del periodismo, ligada al oficio. El manejo de la palabra era infinitamente superior. Ellos no competían con la tele ni con Internet. Aprendían a escribir y esa era su arma. La batalla ahora es otra. Es muy difícil integrar las nuevas tecnologías en aquellas secciones menos permeables a los cambios, que se integran poco con las redacciones digitales. Generalmente, en las redacciones de papel, es indispensable saber usar una PC, un procesador de texto y, operativamente, un sistema de maquetación. Pero no se exige mucho más. Se intenta que todos los periodistas suban sus notas a la web, pero hay resistencias.

-¿Lees bibliografía sobre periodismo en general, periodismo digital, sobre tecnología?

-Sí, bastante. Me interesan todos esos géneros.

-En tu trabajo, ¿te dan cursos de capacitación?

-Generalmente aplicados a los nuevos softwares a usar en el medio. Mayormente, me capacito de manera autodidacta. Facebook y Twitter aprendía a usarlos en la facultad, con Alejandro Piscitelli. El resto, sola, en casa. Sí, soy muy curiosa y trato de aprender.

-Con la incorporación de tecnologías, ¿sentiste que hubo un cambio en el periodismo en general y en el trabajo del periodista?

-Desconozco cómo era antes. Pero sí veo muchas resistencias por parte de los periodistas, ligadas al oficio y hasta a la flexibilización laboral.

-¿Considerás útil en lo laboral y en lo personal incorporar conocimientos con respecto a este tema?

Es lo que nos toca vivir. O entrás o te quedás afuera.

-¿Te cuesta aprender cosas nuevas?

-Como a todos. La zona de confort tiene sus resistencias.

-¿Dónde te sentís más cómoda, en los medios tradicionales o en los medios digitales?

-En ambos, aunque me gusta la nostalgia del papel.

-¿Crees que se valora más tener conocimientos sobre tecnología y demás dispositivos multimediales que solo saber redactar una nota?

-Depende de la publicación. En los grandes medios se valora mucho la buena escritura.

-¿Crees que la cuestión generacional entre nativos y migrantes digitales influye en la formación?

-Creo que la formación debería adaptarse a esta cuestión emergente, pero en la academia siempre manda el género y no el estilo, como dice Steimberg.

-¿Cómo ves a otros colegas con respecto al tema?

-A muchos muy mal. A un pequeño grupo, en especial a los jóvenes, muy bien.

-¿Tener conocimientos sobre TIC's, te posiciona en un mejor lugar como periodista o es indistinto?

-Tener conocimientos sobre TIC's te permite acceder a otras formas fuentes que hoy por hoy son muy ricas. En esa medida, tus herramientas como periodista, crecen. Pero de nada sirve si el caudal de información que recolectás es inmenso y tu capacidad analítica acortada. Es lo que sucede con los egresados de escuelas de periodismo y con periodistas de cualquier base universitaria: los primeros dominan la pirámide invertida, pero a veces carecen de profundidad (no todos); los segundos tamizan los datos desde otro lugar macro. Un buen periodista no es un robot de la técnica: la ética, la sensibilidad, la profundidad manejan la dimensión humana de esas manos que manipulan teclitas.

-En general, ¿cómo te llevás con la tecnología?

-Me llevo bien, pero tengo mis peleas éticas. Hace unos meses compré una Mac y en ese hecho anecdótico entendí qué tan presos estamos de las estructuras cognitivas

hegemónicas (Windows en este caso). Me resultó difícilísima la migración, porque llevo años y años de otros sistemas que ya sedimentaron.

-¿Los medios digitales democratiza la profesión?

-Me parece que la pluralidad de los medios digitales es peligrosa: que cualquiera pueda escribir en un blog no significa que todos deban hacerlo sobre cualquier tema. De la misma forma que alguien que sabe dar una inyección no debería dar una vacuna, porque para eso los enfermeros van, se capacitan, aprenden mil cosas antes de tocar la piel. La legitimación social de los egresados de Comunicación es bajísima, quizás producto de que la carrera apenas gatea, y eso me parece terrible, porque pasamos años y años analizando desde dónde y con qué responsabilidad debemos comunicar sin olvidar que a nosotros también, en tanto sujetos imposibles de descentrarse, nos atraviesa una dimensión política.

Entrevistado: **Fernando Aguinaga**

Periodista de la agencia de noticias NA. Universidad de Lomas de Zamora

-¿Qué tecnologías había cuando empezaste a trabajar?

Cuando me mudé a la agencia había una lexiton 80. Yo entré en NA en febrero de 1982. Me había recibido y entré de pinche como se entra siempre. Cuando empieza la guerra, lo más moderno que había tecnológicamente era una radio creo, marca Kenwood. En onda corta agarraba una radio inglesa en español que se llamaba Liberty. Era una radio de contrapropaganda. Ellos informaban sobre la guerra. Vinieron de EEUU de AP y de UPI. De AP trajeron un transmisor de fotografías en color que no teníamos (en blanco y negro).

-¿Cómo era la práctica cuando estudiabas?

-En la universidad entré en el 73, un proyecto de universidad popular en Lomas de Zamora y no llegamos a tener una formación teórico-práctica. Era teórica de la comunicación. Después del golpe hubo una decadencia de la universidad. Hicimos otro proyecto de biblioteca de periodismo en Adrogué que tenía que ver con la formación y acercamiento a la práctica de periodismo.

-¿Cómo fue la introducción de TIC's en la agencia?

-El período que va de la guerra hasta que aparecen las primeras PC, del 82 al 84-85 A fines de la '80 aparecen las primeras PC. Yo era delegado y había resistencia a las PC, amenazaba el fantasma de la desocupación pero más que nada la exigencia. Teníamos una sección que todavía quedan sin resolver la situación de cuatro compañeros que eran teletipistas. Todas las agencias tenían máquinas de escribir lexiton 80, Olivetti. Eso le quitaba mano de obra a los de teletipos, algunos eran teletipistas del correo. Se termina por asignarles otras tareas.

En un momento, en medio de la redacción una PC con juegos, algunos más avanzados algo estaban a prendiendo, era difícil de entender y nadie te enseñaba nada. Era instalar una PC para que juegues era cómo producir un cambio de manera no traumática. Era enganchar al resto para que primero aprendan a manejar los jueguitos y te vayas familiarizando con una PC que el monitor era una pantalla negra con letra naranjas y así se fue instalando. Los teletipistas transmitían por radio teletipo y lo más moderno que había llegado (en época de Malvinas) era subir de 50 a 75 baudios y después a 100 la velocidad de transmisión en baudios. El secretario de redacción corregía y el jefe de teletipos. Se transmitía por puntos igual que la fotos pero eso era con un ojo lector leía la intensidad e luz transmitía sonido que se decodificaba en intensidad de luz en un cilindro con papel fotosensible que recomponía la fotografía, tardaba 20 min cada foto.

-¿Cambiaron los tiempos?

-Esto significó que el tiempo que vos tardabas en escribir una nota, ya no lo tenés más. La capacidad que había antes tenías menos tiempo, inmediatamente después que aparece la pc apareció una mayor exigencia de producir más material.

-¿Cómo es el trabajo actualmente?

-Soy secretario de redacción del turno noche y ahí decae la información. Tenemos la autorización para retransmitir al interior del país, los cables de la agencia FP que son cables internacionales. Si lo medimos a la velocidad de antes ahora son miles de bautios. Los equipos son modernos, la PC que tenés en casa es la misma de tu trabajo. Yo hago temas judiciales y tenemos tecnología obsoleta, estamos esperando que el consejo de la magistratura nos ponga una PC, recién ahora se están modernizando.

-¿Cómo es tu relación con las TIC's, en cuanto a lo generacional?

-Generacionalmente sigo siendo un semianalfabeto, de mi generación nos cuesta mucho, creo que lo aprovecho en menor medida.

Una de las primeras marchas contra la dictadura (cuando cae Galtieri) en Plaza de Mayo quemaban un colectivo, una hoguera. De la redacción nos mandan a mí y a otro delegado a plaza de mayo con una bolsa con fichas de teléfono. Cuando se escuchaban los tiros uno se refugiaba en la recova pero el teléfono estaba sobre la calle, para pasar el boletín tenías que salir, meterte en la cabina y pasar el boletín.

Un compañero de la agencia DyN lo mandaban a las marchas con uno de los primeros celulares que le decían zapato y pensaban que era policía.

-¿Qué cambios notás que hubo con la introducción de TIC's?

-Hubo cambios en periodismo con la TIC's para bien, te facilitan. Creo que hay cambios evidentes, no se va a buscar tanto la información, se han perdido las especialidades. Está el drama de los movileros, gente que se desgasta que salen en un móvil de madrugada, arrancan 4 am. y no se sabe cuando terminan. Los viejos movileros tienen una práctica y hay problemas de formación, de lenguaje. En la redacciones hay un problema con la tv, es un como si, esperan a que primero lo transmitan ellos. Se pierde en el caso nuestro en que la agencia era la que generaba la información. Googlear algo uno termina escribiendo dos veces lo mismo uno, sin mala intención. Ventajas hay muchas, porque las posibilidades de acceder a la información son mayores porque. Los de nuestra generación la piloteamos un poco porque tenemos la notebook y la llevamos pero teníamos los misterios de la

computación, hay otras cosas que uno desconoce, mi esposa me ayuda a superar esas dificultades.

Nosotros creemos mucho en los contenidos, en las palabras, las formas estilos. Fuimos idealistas en muchas cosas y mentalmente uno tiene eso de “si sirve lo subimos” hay un esmero. Yo como editor estoy hace muchos años y lo que hizo la pc fue absorber a los desprolijos y a los que tenía errores de ortografía. Cuando entré había un secretario de redacción que cuando agarraba lo que escribiste, agarraba la birome y tachaba, escribía es lo mismo que pasa ahora pero no se nota porque ahora son todos prolijos. Hay una cuestión generacional pero no es que uno se niegue al aprendizaje pero no está en la etapa de aprendizaje, gente que está arriba de los 50, te adaptas. De 30 a 40 le cuesta un poco más que al de 30 y de 40 para arriba te cuesta un poco más.

-¿Qué tipo de TIC´s utilizás?

-Tengo la pc con el programa que se usa en la agencia y ahora estoy sorprendido porque puedo escribir desde hace meses con el celular, pudo conectar con Facebook con Wassap, Yahoo, busco con Google. Twitter todavía no.

-¿Hubo capacitación en la agencia?

-No hubo capacitación en la agencia, no te mandaban. El área técnica estaba a cargo de un ingeniero de electrónica y los que trabajaban en técnica, ellos habrán hecho un curso y saber de qué se trataba y le preguntábamos a ellos. Hay algunos que estaban escribiendo y la pantalla se les tildaba, con la lexiton no pasaba y no sabía qué hacer para recuperarlo, hacía una hora que estabas trabajando y no lo habías grabado porque escribís y escribías y si se borró listo, lo tenías que escribir todo de nuevo. Daba bronca porque cuando pasa eso tenías ganas de tirar ala pc contra la pared. La palabra maldita “va a haber que resetearlo”

-¿Con qué capacidad entraban los nuevos periodistas a la agencia?

-Los últimos que entraron a la agencia venían de la Universidad de Lomas donde hay una agencia noticiosa que se llama UL, lo que los profesores consideran que eran aptos y que podían llegar a venir eran chicos ya formados con mejor tecnología que en la agencia. La agencia de la universidad tuvo mucha inversión. A mí me hubiese gustado tener esa universidad. Con esa tecnología, ahora salen capacitados como para poder desenvolverse en cualquier medio.

La agencia siempre fue un lugar de formación de periodistas, el estilo de la formación de agencia es especial. Te enseña a pensar, objetivar. El orgullo del periodista de agencia es el periodismo anónimo.

-El uso de TIC's, ¿democratiza la profesión?

-El debate de la ley de medios es fructífero y saber quién es quién, que la sociedad está dividida.

Desde el punto de vista ideológico en los '70 el proyecto era la horizontalidad del mensaje, el periodismo se va a diluir en eso, más voces, no hay que tenerle miedo. Puedo escuchar la radio de mi barrio. Ese es el futuro, un mensaje generado por más voces, que tengan más cosas para decir

Entrevistada: **Delia Piña**

Licenciada en Periodismo en la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Sub editora del suplemento Moda y Belleza del diario La Nación.

-¿Cómo fue la incorporación de las TIC's en el diario?

-En el diarios e hizo mucho hincapié en los últimos años para el uso de tecnologías y nuevas herramientas que permitan diversificar la manera de comunicar. Hoy en día no todo pasa por el papel, Se supone que tenderá a la desaparición del papel cosa que no creo. Me parece que no solo porque tiene su público de culto sino porque es el soporte de medios de comunicación de años y años., no porque su principal sostén sea la tradición de leer en papel, yo no creo en la desaparición del diario en papel pero sí me parece que está bueno hoy día a abrirse a otros nuevos canales., sobretodo on-line

-¿Cómo fue la capacitación?

-En un principio la capacitación estaba dirigida a replicar el papel de manera on line, ahora se trabaja mucho en un nuevo formato on line mucho más corto más ágil, más visual. Pero eso en el último tiempo fue como dejado de lado ante la aparición de las redes sociales. Hoy día el uso de redes sociales es algo que ya es cotidiano, uno ya lo tiene incorporado. No esperás al día de cierre para escribir una nota, sino que lo comunicás de manera inmediata y sintética a través de las redes sociales. Sobre todo Facebook, ahora la mayoría de los medios han incorporada el Facebook en cuanto a temática. Yo trabajo como subeditora del suplemento moda y belleza de la nación y el suple sí tiene su Facebook y genera mucha fidelización con las lectoras, mucha interacción,, mucha participación a diferencia de la apertura de comentarios on-line que terminan siendo mucho más críticos, tendenciosos y agresivos pero que en redes sociales lo que se genera es comunidad tan en Facebook como en Twitter. Y lo que nos permite es tener otra mirada sobre la información especial para la temática que nosotras hacemos y sobre todo nos permite comunicarlo en la inmediatez y hacerlo como una experiencia. Yo puedo ir a hacer una nota y mientras tanto contar mis impresiones respecto del entrevistado o respecto de la presentación por ejemplo si voy a un desfile o lanzamiento o cosas que me llamaron la atención que antes se perdían. Creo que estos nuevos formatos lo que permiten es una mirada mucho más cerca, no sé si más humana pero sí más descontracturada. Antes por ahí yo iba a una entrevista y veía unos detalles que después volcaba la nota en el papel y priorizabas la información y no te fijabas tanto en que yo llego y lo que más me llamó la atención es que una diseñadora esté vestida con una marca de la competencia que se lo pregunto o no o lo escribías o no. Ahora inmediatamente lo que haría es sacarle una foto y subirlo y hacer el comentario, me permite eso y que la gente se engancha mucho.

-¿Cómo fue incorporar todas esas herramientas?

-La incorporación de las redes sociales es como todo. No sé si en otros medios de comunicación pero es de un día para el otro y hay mucho ensayo y error, mucha prueba. Yo un día fui a cubrir la semana de la moda en Colombia, en Medellín y un día me dijeron vamos a hacer la experiencia con vos vía Twitter. Mirá la cuenta se genera así, lo que tenés que hacer es un comentario de 140 caracteres, podés sumar unas fotos, es más interesante y probemos. Te querés matar y decís dios mío y te lanzás. La diferencia es que las nuevas tecnologías en realidad es otra manera de comunicar es otro formato. No es que vos decís “tengo que empezar a escribir y transmitís”, no, simplemente tenés que resumir en 140 caracteres y por ahí en esta temática, los temas que tratamos acá en la sección se presentan mucho para esas cosas. Después, obviamente es aprender el procedimiento. En Facebook o Twitter algún amigo te vas diciendo y vas aprendiendo. Acá es lo mismo, simplemente después de una experiencia piloto como la mía eso fue como

sistematizar, lo empezamos a aplicar en la cobertura de desfiles y es como un canal personal con el cual te podías alinear con el grupo del diario o podés twitear desde tu cuenta o desde la cuenta de la sección en la que estás. En el caso de Facebook lo mismo, está masificado, millones lo usan entonces generamos una cuenta para eso nada más. Además de estas dos herramientas, lo que el diario ha hecho es un programa de entrenamiento multimedia (pem). Todos hicimos el pem en distintos grupos y lo que se trataba era una bajada o análisis de la importancia de incorporar las nuevas tecnologías sobre todo un análisis más macro (quiénes los usan por qué con qué resultados) y a partir de eso se hacía como un entrenamiento de lo mismo que hacíamos en papel, generarlo para notas on-line. Ese programa de entrenamiento se hizo durante dos años, dividió la redacción en grupos, sacándolos de temas, mezcló y eso fue muy enriquecedor porque estabas trabajando con un chico de política o alguien del grupo de revista y te reunías a hacer un tema que nada que ver en otro formato que era multimedia, on-line y resultó muy piola. Esto fue una situación muy fuerte y hay cursos o mini cursos puntuales. Esto se hizo en los últimos años.

-¿A partir de cuándo?

-Esta nueva gestión del diario arrancó en el año 95. Empezaron a trabajar fuerte lo que es capacitación y desarrollo de nuevas tecnologías pero en los 2000.

-Fue rápido...

-La incorporación de tecnología se hizo rápido. Se incorpora y se capacita. Hoy en día la información está súper globalizada. Desde el medio de comunicación lo que se hace es una sistematización de información tal vez ya conocida y sobre todo se adapta para aplicarla. Los primeros que empezaron a usar Facebook o Twitter lo manejaban o incluso el tema de los blogs hace un par de años. Fue muy fuerte el tema de blogs y se hizo una capacitación fuerte y se estudia claramente que tema dan más que otros y para eso sí se capacita al periodista y el uso de la herramienta, de cómo usar un blog, cómo crearlo, de qué manera obtenés resultados más óptimos. No es lo mismo en el caso de Facebook, vos te vas dando cuenta en la práctica, conviene hacer esto, conviene aplicarlo otro, tenemos más respuestas en este tipo de consignas. De manera cronológica el boom fueron los blogs, después vino Facebook y Twitter. No diría que implican una nueva tecnología o la incorporación de una nueva herramienta me parece que son distintas maneras de plantear la información, sea más estética, más interactiva, más personal en el caso del blog.

Cuando empezaron a surgir las puntocom era una réplica de lo que se publicaba en papel. Vos leías la edición impresa en otro formato no respetando la misma diagramación. Después lo que se hizo fue generar contenidos especiales para puntocom. De hecho acá

está la redacción papel y la redacción puntocom hoy día están integradas, al principio estaban separadas, lo único que hacían era una suerte de operadores que subían contenidos de papel ahora no. En puntocom se generan nuevos contenidos distintos a los del papel por ahí más inmediatos. Te dabas cuenta que si vos subías el diario de papel durante el día estaba la edición de la noche. Nadie te iba a leer y tenías que generar contenidos y eso es sobre todo lo que pasa por actualidad. Podés subir a la mañana una noticia sobre el accidente del colectivo y podés sacar una foto, la primera porque llegaste al momento, algún testimonio y en papel va a salir esa noticia mucho más ampliada más desarrollada lo que permite el contenido de puntocom es la inmediatez, la cosa cortas concisa y rápida y sobre todo primero que nadie. En ese sentido cambió el contenido, al principio era una réplica y ahora es contenido propio y si querés podés ir a la edición impresa y ver.

-¿Qué tecnologías había cuando empezaste?

-Cuando entré acá, en julio del '87, escribía en las Olivetti y ese primer paso a las computadoras era codificado medio a ciegas en el que vos marcabas un código para determinar la tipografía en al que ibas a escribir, un ancho de columna y escribías. Al principio tenías esa dificultad que parabas para hacer otra cosa, volvía y tu jefe te decía lo siento mucho, se borró, se perdió y extrañabas mucho la máquina de escribir y tenías que respirar hondo y hacerlo de vuelta. Distinto la máquina de escribir que tenías el papel. Igual no creo que haya sido muy costoso pasar de la máquina de escribir a la computadora, ese fue un paso muy grande, muy cómodo y aunque tuvo que ver con determinada edad o generación porque hubo gente que no lo pudo sostener. Había gente que venía de años de trabajar con la máquina de escribir y que tenía determinada antigüedad fue como un estrés muy grande. En el caso de acá hubo varios infartados y con picos de presión, cuestión de adaptarse, ese fue un paso enorme así como el no tener que bajar al taller y agarrar el cortante, el poder cortar de otra manera es más coherente, prolijo, más honesto. Fue un paso muy grande pero vino bien, después esos errores de sistema que se fue perfeccionando, se cambió a otro. Con la incorporación de compu hubo cursos porque en ese momento la pc no era algo accesible, que vos lo tenía en casa (en general tenías una máquina de escribir y un grabador). Siempre la redacción tiene su soporte técnico que no siempre te soporta ni te resuelve pero siempre está y tenés un acompañamiento y una asistencia. Tenés un problema, levantas el teléfono y hay gente preparada y entrenada para resolverlo ya porque no podés esperar.

Esto que te estoy diciendo era fines de los '80 principios de los '90 y tenés que pensar que era gente que tenía 30 años de antigüedad o que estaba pisando los 60 años y les resultó muy difícil. El jefe que yo tenía tuvo un acv y no volvió más a la redacción pero por ahí era por su personalidad que se hacía mucho problema. Salvo esos casos fue un paso muy

importante no tanto porque este es un diario tradicional hasta en esos detalles sino porque el cambio de tecnología y la incorporación a la redacción era una cosa bastante grossa. Si te lo ponés a pensar era mucho más fácil, hoy día esas cosas no pasan tanto porque el uso de nuevas tecnologías o de nuevas herramientas tecnológicas está mucho más masificado. Yo siempre estaba con mi cuadernito y anotador y era una manía en cualquier charla o conferencia y me apunto algo e iba con el anotador a todos lados incluso las notas, gastaba en papel, anotadores creo que hasta promediando los 90 usé grabador dos veces porque mi jefe me pidió que lo usara sí o sí porque era entrevistas a políticos como Cafiero, Gianetassio por las dudas porque sino jamás usé grabador y para mí es mucho más fácil, no me pierdo nada en cambio ahora por ahí que tenés la facilidad de grabar y bajas audio, tenés que desgravar y te lleva un montón de tiempo. De las herramientas básicas es la que yo incorporo y sigo alineada con apuntar porque te obliga a prestar atención y no estoy así prendo y pregunto. Cuando hice el pem me compré un grabador que recomendaba el coach y después te endulzas porque anoto tal cual lo que me dice y te queda justo tal cual, es fidedigno desgravar pero te lleva más tiempo. Creo que tiene que ser algo flexibles el uso de estas herramientas de cómo te sirvan a poder transmitir mejor.

-¿Hubo necesidad de incorporar las TIC's?

-El periodista sin duda se tuvo que ir adaptando sí o sí. O te adaptas o quedás fuera eso es siempre en todo orden y no creo tanto por una cuestión de competencia sino también por una cuestión de actualidad. Es lógico sino seguiríamos con la imprenta de Gutemberg. Me parece razonable a lo que es nuestra evolución. Hay que adaptarse y es inteligencia hacerlo. Sin embargo esa obsesión por las nuevas tecnologías, poner el acento en eso a veces condiciona. Por ejemplo, no tanto en el uso de un grabador o de una máquina de escribir o de redes sociales. A veces la obsesión hace que se distraiga de lo más importante. No es como antes que vos llegabas a una redacción, hoy vas a la calle, veía información, venías y escribías. Hoy hay redacciones dormitorios más de casa. Podés trabajar acá en la redacción y en tu dormitorio o el escritorio de tu casa, es cómo lo mismo porque hoy te lleva mucho tiempo, estás tan conectado con la tecnología, redes sociales, internet que se sale poco a la calle y a veces eso se nota. La redacción on-line está acá, con guardias rotativas las 24 hs. Y viene acá, es poco el ejercicio en comparación. No es que vienen acá y no hacen nada, refritan o copian, es poco el ejercicio de salir a la calle. Eso a veces, es una pérdida importante y la obsesión por las nt por las nuevas redes te distrae mucho de qué es lo importante. Lo tenés que tomar como una nueva manera de comunicar o de hacer lo tuyo con lo cual la adaptación fue fuerte y lamentablemente no estuvo acompañada, no tanto por la capacitación sino por el sostén de nuevas tareas. Esas nuevas tareas no están reconocidas. Yo acá no vengo solo a escribir una nota o a

editar el suplemento, también hacemos un seguimiento de nuestro canal de Facebook, también twiteamos y son muchos también y está como muy diversificada la tarea y no está tan complementada y no suma mucho. Al principio hubo resquemor y decir no puedo creer que se me vaya el tiempo en esto y a veces eso va en detrimento de la tarea del periodista. Te distraés mucho.

-Saber sobre TIC's, ¿en qué lugar te coloca como periodista?

-Siempre saber más te coloca en un lugar mejor. Lo que yo digo es que es una cuestión de prioridades. No por saber más y nuevas herramientas sos mejor periodista. Creo en ese sentido, como las nuevas generaciones de periodistas ves que falta mucha escuela de la calle, salir a guardias, a coberturas, a buscar info. Aún en temáticas como la mía, más light o descontracturadas como moda y belleza, el salir a la calle, mirar, descubrir, suma un montón y no está tanto eso. Todavía hace falta como equilibrar un poco más de manera más inteligente.

-¿Cómo llegaste al diario?

-Llegué acá por concurso, Había tres vacantes y gané una y en una charla o conferencia nos dijeron que no había que cerrarse porque todos éramos trabajadores de prensa, ya sea Clarín, La Nación, Página 12, Tiempo Argentino, Canal 7 o 13 que no necesariamente quien trabaja en una empresa comulga ideológicamente con la empresa. Siempre he trabajado en temáticas que no hacían a la actualidad, salvo cuando trabajé en zonales y después pasé a la redacción fría, temas como turismo, moda que me permitió manejarme con mayor soltura y escribir de temas que no hacían a la esencia del diario con lo cual fue mi manera de sobrevivir tantos años.

Hoy día no podría trabajar en el cuerpo principal del diario o temas de actualidad. Por una cuestión ideológica y porque no estoy dispuesta a resignar mi vida personal por eso. La presión y los horarios son muy fuertes y se convierte todo en una lucha interna demasiado pesada que no hace a lo importante. Por otro lado prefiero la redacción de los '80 por lejos porque en los '90 la flexibilización laboral hizo, efectivamente, modificar las redacciones, con la tercerización o el teletrabajo. Cuando yo entré al diario todos empezaban en comunicaciones internas y después pasabas a una sección determinada. Era un grupo de 5 redactores, un jefe, un subjefe, un fotógrafo, un diagramador, ahora esos equipos no existen, equipos fijos de redactores, de trabajo que vos con los años te ibas haciendo amigo o no, eso no existe más. Hoy estás acá, mañana estás allá, eso fue siempre históricamente en cualquier medio de comunicación en cuanto a la rotación durante la redacción. Se ha perdido mucho en el trato con la gente. En los '90 se flexibilizaron tanto las condiciones de trabajo que valía cualquier cosa y se perdió mucho en ese sentido. Por eso, de alguna manera, uno añora la redacción de los '80 hasta que

fue así hasta mediados de los '90 porque la calidad humana era distinta, después esa política de los '90 lo que generó en las empresas es mucha competitividad que está buenísimo, se limpió las redacciones de muchos becados. Estoy a favor de que resulte más eficiente el trabajo, tampoco me interesa venir a la redacción y andar perdiendo el tiempo. Extraño en eso, en lo personal, en el trato, los grupos después pasó a ser más competitivo, más personal, mezquino de te paso por arriba. Eso fue, del cambio para los que veníamos de años costó bastante. Te vas adaptando y sobrevivís.

-¿Qué ventajas ves en las TIC's?

-La ventaja de las nuevas herramientas tecnológicas es la inmediatez, facilita el trabajo, te genera nuevos canales de comunicación, mayor interacción. Los grupos igual siguen siendo reducidos, no hay nada más masivo como un diario en papel aunque parezca ciego, aunque no conozcas a quién te está dirigiendo. En contrapartida la nt te acercan a la gente, conocés su opinión de inmediato, te siguen o no, opinan a favor o en contra, pero tenés un feedback más directo. Ante era una carta de lector o un llamado telefónico ahora esa interacción es más personal, más directa pero también mucho más acotada y la muestra no siempre es representativa. La muestra es de quien tiene tiempo, de levantar el teléfono, desde ese viejo lector que te llamaba hasta el que te pone un comentario en fb. En puntocom no siempre es representativo sino quien es más gracioso, más piola, ahora no están tan abiertos los comentarios sino el que vos veas mil y pico de comentarios por eso después surgieron los moderadores de comentarios.

-¿Cómo llegan los nuevos periodistas al diario?

-Los periodistas que entran veo que llegan con mucha formación profesional. Cuando fue el atentado a la Amia fue tan sorpresivo que se sacaron grupos a la calle y muchos de esa nueva generación de periodistas en una época donde estaba bueno tomar gente con una licenciatura en ciencias Sociales. o con posgrados con dos o tres idiomas y con una capacitación genial en una universidad privada. En esa oportunidad yo vi que muchísimas compañeras volvían de la Amia, se sentaban y se quedaban paralizadas sin poder escribir. Cuando yo entré en los 80 y dije que era licenciada en periodismo. No tengo la misma reacción frente al nuevo que viene con master, idioma y no sé qué pero todo eso hay que bajarlo y poder aplicar esas herramientas en el día a día. A mí me parece que está bien y suma pero tenés que poder aplicarlo día a día.

-¿Qué preparación tienen?

-A veces llegan bien en teoría pero no en práctica sin embargo hay que reconocer que últimamente en la formación académica se ha agudizado mucho el sentido común, el sentido crítico, la mirada, la capacidad de mirar, observa y descubrir y eso salva a más de

uno. Eso es muy bueno y una excelente base para un periodista. En general, salta a la vista a la hora de escribir porque tienen una mirada más allá.

-¿Qué vislumbrás para el futuro?

-Por ahí las nuevas tecnologías van a hacer crecer muchísimo los diarios on-line, la manera de comunicar a través de internet. Nosotros trabajamos en un medio de comunicación cuyo fin es comercial sobre todo cuando es más masivo. Cuando esté mucho más afianzado el canal comercial y el on-line ahí va a despegar mucho más. Desde el punto de vista periodístico, los medios que están hoy en día, no solo en Argentina, se van formando, actualizado, buscando nuevas maneras, en ese sentido hacen un trabajo bastante serio. A veces, para mí tiene serios cuestionamientos que a favor de la inmediatez o de los clicks termina subiendo o publicando cualquier cosa sobre todo lo más amarillista y efectista y eso me parece muy burdo y básico al quedarse con esa idea que es lo que la gente quiere, desde una chica desnuda hasta un video de sexo o una frase chabacana claro que voy a hacer click y si eso lo dice la nación más todavía. Eso me parece muy berreta y va a llegar un momento en que eso va a saturar y si no se condice con el nombre que toda la vida proclamó, peor todavía. Fuera de eso creo que hay trabajos periodísticos muy buenos, feedbacks muy buenos, y en cuanto logren pasar el esquema comercial y afianzarlo creo que van a crecer mucho más. Pero no creo, de ninguna manera, eso vaya en detrimento del papel así como no fue en detrimento del libro, la radio, la tele, habrá más o menos podrás medirlo que sea o no tendencia pero no creo que el diario papel desaparezca.

-¿La capacitación te la proponen o te ofrecés?

-En general la capacitación te la proponen, además de temas de divulgación invitan gente para conferencias. El diario en los últimos años se ha aggiornato bastante, ha habido mucho de eso para poder sostenerlo. Han cambiado radicalmente secciones, enfoques, que no solo han tenido que ver con lo estético, con la cosmética. En general ese tipo de cursos sirven para tirarte la información y después lo atendés en la práctica, tampoco son como cosas extrañas y desconocidas. Cosas que después vos vas y las aplicas, te obliga a aprenderlas, no por obligación sino porque lo necesitas para seguir laburando.

Entrevistada: **Daniela Bruno**

Secretaria académica de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA

-Necesito que desarrolles tu formación académica y profesional.

-Soy egresada de la UBA. Soy la Secretaria académica. Tengo un posgrado en gestión y planificación de procesos comunicacionales en la Universidad Nacional de La Plata.

-¿Cuántos años tiene este plan de estudios?

-Este plan de estudios tiene 27 años. A lo largo de estos años tuvo algunas modificaciones, Esos cambios son relativamente menores, de denominaciones de materias, de algunas correlatividades, cambios relativos a la tesina, no hubo cambios sustanciales del programa en estos 27 años.

-¿Hubo intentos de reformarlo en todo este tiempo?

-Hubo dos intentos de reforma “fallidos” que no llegaron a buen puerto. Desconozco las razones de por qué no se llegó porque yo ni siquiera estaba graduada creo. Puedo imaginarme de qué se trató porque un proceso de reforma no es un proceso técnico, es un proceso político también, entonces a veces no están dadas las condiciones para llegar a ciertos consenso y por la experiencias que estamos teniendo en este momento te puedo decir que es muy difícil pensar un plan de estudios pero es aún más difícil pensar un plan de estudios de una carrera que ya existe y que tiene 27 años de tradición donde hay una experiencia acumulada, hay relaciones personales, hay equipos de trabajos concursados trabajando, es decir hay trabajadores de la educación que están ya desempeñándose, hay que tener en cuenta todo eso, es decir respetar a los trabajadores, incluirlos en esta nueva propuesta, respetar las tradiciones de trabajo, de investigación de pensamiento de nuestros colegas, respetar también las demandas de los estudiantes que han pasado por esa experiencia y no es que suponen sino que efectivamente les lleva 7-8 años hacer esta carrera y desde ese lugar reclaman, los egresados que no se gradúan, compañeros que terminan la cursada y demoran años en entregar la tesina y a medida que se alejan de la

carrera más se demoran. Entonces es un proceso complejo, hubo dos intentos y me puedo imaginar infinidad de motivos por lo que esos dos intentos no llegaron a bien puerto.

-¿Por qué cree que ahora sí se puede reformar?

-Estoy convencida de que vamos a reformar el plan de estudios. Me parece que después de 27 años todos estamos de acuerdo en la necesidad del cambio del plan de estudios. El escenario social, político, tecnológico cambió muchísimo. Incluso el legislativo, tenemos una ley de servicios audiovisuales por un lado me parece eso, por otro lado creo que tiene que ver con la gestión con la dirección de la carrera y con una voluntad de todos los actores de la comunidad de la carrera, docentes, graduados, estudiantes de coincidir en ese diagnóstico. Hay datos que son incuestionables, lo que demora un estudiante en terminar esta carrera, los que terminan de estudiar y no entregan la tesina hay datos que son muy contundentes. Estamos todos de acuerdo en que hay que reformar la carrera. De nuestra parte lo que estamos logrando porque hay una predisposición sino no lo lograríamos, es sentarnos a conversar y que ese deseo y voluntad y ese diagnóstico en común se convierta en un lineamiento de acción muy concreto y compartido.

-O sea que ¿están más cerca de que se pueda reformar?

-Todavía estamos en ese proceso. No recuerdo en los anteriores procesos se haya llegado hasta donde se llegó ahora, ya estamos discutiendo un borrador con cuestiones muy concretas, qué tronco, qué materias, tesina sí o no, discutimos estas cuestiones, ya no es reforma sí o no o qué es la comunicación. Hemos avanzado muchísimo.

-¿Cómo cambió el lugar de la comunicación en todo este tiempo?

-Sin duda los tiempos que corren han puesto a la comunicación en un lugar particular como perspectiva, campo disciplinario en un lugar central. Hay 30 años de recorrido de la carrera, de investigación, de docentes que se han graduado, que se han formado, han concursado, todo eso permite pensar otras cosas y ha ido ayudando a que hoy nos demos ese debate. Además es un debate que no está pasando solo en nuestra carrera sino

también en muchas carreras, en la UNLP, donde yo trabajo se está intentando nuevamente reformar el plan de estudios porque hubo intentos fallidos.

-¿En qué lugar se encuentra con respecto a los planes de otras universidades?

-La UBA siempre se caracterizó por una particularidad y es que la carrera está inscripta en una facultad de ciencias sociales y esto hace a nuestra identidad. Nosotros, incluso aunque estuviésemos pensando en un plan de estudios con una clara orientación a la formación profesional, esos profesionales serían profesionales críticos, que podrían revisar sus prácticas, recrearlas y que no necesariamente ese diseño curricular esté orientado a las exigencias del mercado sino que tiene que ver con un diagnóstico respecto de las necesidades sociales y también una prospectiva social, es decir, la sociedad que queremos no solamente qué necesita ésta sociedad que tenemos hoy. Me parece que nuestra inscripción en una facultad de ciencias sociales nos da esa particularidad. Sin embargo el plan de estudios que estamos imaginando le da otro peso a que sin resignar esta matriz que comento que es nuestra marca distintiva me parece que le da una mayor profundidad a la formación profesional, le da más importancia. Estamos pensando que hay un mayor porcentaje de horas orientadas a la práctica profesional. Que esto no es otra cosa que una estrategia formativa que coloca al estudiante en una situación de trabajo que no es la mercantilización del conocimiento sino colocarlo en la situación de trabajo donde el estudiante no solamente tiene que dar cuenta de los conocimientos técnicos sino enfrentarse a situaciones que tienen que ver con lo relacional de la profesión, es decir cómo es estar en grupo de trabajo, tomar decisiones sin un docente que esté al lado y le diga lo que tiene que hacer, conflictos éticos políticos, decisiones que tiene que ver con su sistema de valores, con creencias con proyectos políticos ideológicos. Todo eso que es aquello que la práctica profesional como la estamos imaginando le da a la formación, que hoy aparece en algunos casos como los talleres anuales, nosotros queremos llevar eso mucho más allá y que eso también signifique una articulación diferente con otros actores sociales de todo tipo, del estado, organizaciones sociales,

comunitarias, los emprendimientos productivos de la economía social y popular, las empresas del estado, privadas. También siendo críticos de la mercantilización de todo.

-¿Qué tipo de graduado sale de al UBA?

-Es otro perfil de graduado porque es un perfil de graduado de la facultad de ciencias sociales de la UBA. Pero además es otro perfil diferente al que tenemos hoy porque también estamos pensando en un ciclo orientado a la investigación que no existía, eso es nuevo y no conozco carreras de comunicación que tengan ese ciclo. Estamos pensando en un ciclo orientado a producción de contenidos publicitarios y periodísticos, que puedan pensar eso de manera articulada y no fragmentada. Pensamos en un ciclo orientado a la intervención social y comunitaria donde ya no se piense por un lado a lo comunitario, por el otro lo estatal u por el otro lo popular sino que se piense el diálogo entre estas cuestiones. Es novedoso, recoge la experiencia nuestra y de otras facultades de 30 años, es una apuesta novedosa, una relectura de un contexto de intervención profesional que estamos haciendo.

-¿Qué lugar van a ocupar las TIC's en este nuevo plan?

-Las TIC's es un gran debate porque, no es mi especialidad pero por lo que puedo interpretar de los foros y espacio abierto, algunos docentes proponen que haya espacios concretos (materias) que problematicen por un lado el uso de las tics y por otro lado que entrenen el uso de tics. Pero que esto se visualice en materias concretas como por ejemplo comunicación digital, taller multimedial. Hay otros compañeros que dicen que en realidad el taller audiovisual, el de radio, gráfica ya han incorporado la cuestión de las tecnologías por lo tanto nosotros la trabajamos. Periodismo digital, producciones audiovisuales ya estamos trabajando con este entorno tipo de entornos digitales por lo cual no tiene sentido cristalizar en una materia del diseño curricular cuando en realidad todo está atravesado por estos entornos digitales. Por lo tanto te diría que ese es el gran debate que todavía no está clausurado. Como todavía las dominaciones siguen siendo las viejas, son las palabras que hasta hace poco seguían nombrando las prácticas, hoy habría que repensar eso porque hay imaginarios que ya no se corresponden. Los docentes ya

incorporaron estos nuevos entornos hace mucho tiempo, la cuestión es ver si efectivamente es necesario incorporar algunos contenidos que no se venían trabajando.

-¿Qué características tiene este nuevo plan?

-El plan tiene zonas de incertidumbre. El plan tiene cinco grandes características: la cuatrimestralización, la electividad del estudiante, el estudiante tiene mayores posibilidades de elegir, de hecho en el planteo que estamos manejando, no hay ninguna materia que sea obligatoria (todas podrían no ser elegidas por el estudiante) cada materia se ubica dentro de un grupo diferente y depende del grupo que esté vos tenés más chances de elegirla o no (ahí hay una pauta en el diseño9). Esta es una primera tensión en cuanto al imaginario del estudiante que elige, cómo, cómo se lo acompaña en la decisión, es bueno o no que elija, hay una serie de cuestiones en torno a la elección. La otra cuestión es entorno a la correlatividad (y eso significa una forma de entender los procesos de conocimientos). Tampoco son conflictos que se presentan todos por igual, se ubican en determinados grupos.

-¿Cuál es el foco de la discusión?

-La cuestión que se está discutiendo es la práctica profesional. Hoy la práctica profesional está muy focalizada en los Tao que le ponen mucho a la práctica pero una cosa es la práctica y otra la p profesional. Esta supone la inserción en espacios de trabajo y hay muchas discusiones en torno a cómo debe ser esa p profesional. La carrera no está pensando en pasantías, al contrario nuestra principal apuesta es que sea la universidad sea la que cree unidades de gestión productiva donde los estudiantes puedan desarrollar una p profesional, una productora audiovisual de la carrera, una agencia de noticias de la carrera y a la vez ofrecer un servicio público como debe ofrecer la universidad pública por ejemplo una agencia de noticias comunitaria sería fantástica, una productora audiovisual que produzca contenidos que respondan a determinadas necesidades de demanda no del mercado solamente sino de la sociedad, con los actores con los que nos vinculemos y deseamos trabajar, es la alternativa que a nosotros nos parece más interesante y que responde a todos los propósitos al mismo tiempo. Ese espacio no existe hoy en la carrera

entonces no hay conflicto sino incertidumbre y hay un proceso creativo que estamos tratando de animar pero que genera muchos temores. Como gestión de la carrera nosotros tenemos la obligación que animar ese proceso, alentar ese debate, acompañarlo, democratizarlo y darle un cierre y acompañar la gestión administrativa.

El otro tema es la tesis. Si bien hay un consenso de que tiene que haber un trabajo final, tiene que haber taller de tesis. Si nosotros vamos a pedir una tesis, tiene que haber un taller, un acompañamiento formal. El plan de estudios está imaginado con una serie de créditos, donde el estudiante suma créditos por materia cursada y que la tesina tenga más crédito que las materias porque la tesina lleva más tiempo (seis meses un año), hay que reconocer esas horas y acompañar al estudiante. No que sea una tesina necesariamente peo si un trabajo final vinculado con la práctica profesional que sea más la sistematización de esa práctica.

Aquello que nosotros estamos imaginando en la zona de intervención no ha habido estudios sistemáticos propios de la carrera, sobre la trayectoria profesional de los egresados, si han habido tesinas e investigaciones particulares. Tiene que ver con esa centralidad de la comunicación y ese dimensionamiento del peso que tiene y lo simbólico en los procesos de cambios sociales, ahí yo te diría que hay un campo que quizás no está reconocido como el periodismo en la publicidad.