

LOS CAMBIOS DEL PERIODISMO FRENTE A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN DOS CIUDADES PRINCIPALES DEL CARIBE COLOMBIANO

Miguel Garcés-Prettel¹
Dalis Botero-Rivera²
Huber Castro-Escobar³

RESUMEN

Esta investigación descriptiva analiza las percepciones de periodistas del caribe colombiano sobre los posibles cambios percibidos en el periodismo local a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en las labores que desarrollan en Montería y Cartagena de Indias (Colombia).

Dentro de los hallazgos se resaltan que los periodistas de estas ciudades perciben grandes beneficios que les ha brindado las TIC en términos de acceso a fuentes de información, facilitación de labores de redacción y edición de contenidos; sin embargo resaltan algunos usos tecnológicos inapropiados que están afectando la calidad periodística en algunas empresas informativas: la *pérdida del contacto con la realidad y las fuentes, la reducción de la profesión a retransmisión de información o noticia, y el ejercicio de la práctica periodística desde competencias tecnológicas que dejan de lado las competencias profesionales y éticas.*

PALABRAS CLAVES

Periodismo, profesión periodística, noticias, retransmisión, tecnologías de la información y la comunicación.

ABSTRACT

This descriptive research analyzes the different perceptions journalists from the Colombian Caribbean have on the possible changes in the local journalism due to the incorporation of new technologies on their work field in Monteria and Cartagena de Indias (Colombia).

The journalists have found that the cities have been greatly benefited by the TIC regarding access to information sources, facilitation of editing work, and content editing; however, they highlight some inappropriate uses of technology that are affecting the journalistic quality in some information companies: the loss of contact with reality and sources, the reduction of the career to broadcasting of information or news, and the exercise of journalism in the light of technological competences that leave out the professional and ethical competences.

KEYWORDS

Journalism, journalist career, journalist quality, information technologies and communication.

Depositado en febrero 12 de 2013, aprobado en mayo 09 de 2013.

1 Profesor asistente Universidad Tecnológica de Bolívar. Doctorando en Communication, Universidad del Norte. mgarces@unitecnologica.edu.co

2 Profesional en Comunicación Social, Universidad Tecnológica de Bolívar. dalisbotero@gmail.com

3 Magister en Comunicación, Universidad del Norte. hubercastror222@yahoo.es

1. INTRODUCCIÓN

El periodismo y los periodistas en muchas partes del mundo han tenido cambios en la manera de comunicarse y ejercer sus roles a partir de la inserción de las tecnologías de la información y la comunicación en sus labores diarias, lo que ha obligado también a cambiar el uso común de la información y la relación entre los periodistas y sus audiencias.

En la actualidad se reconoce que gracias al internet muchos periodistas han impulsado un modelo de periodismo más dinámico, claro y sencillo (López, 2005). Especialistas en el tema como Sandoval (2001) y Meso (2002) son optimista al creer que con el internet, los periodistas pueden asumir las nuevas tareas y desafíos éticos que genera el ciberespacio y el trabajo en entornos digitales en donde se han convertido simultáneamente en emisores y receptores que reciben y emiten información desde el mismo canal.

Sin embargo, a pesar de las bondades del ciberespacio no deja de existir la preocupación creciente por el mal uso de las nuevas tecnologías en el mundo periodístico, lo cual genera desafíos para la profesión en cuanto a la definición de parámetros que afirmen la rigurosidad del oficio, sin que esto implique tomar distancia de estas tecnologías que aportan al desarrollo de las naciones en todos los niveles (Toffler, 1994), y en particular al avance del periodismo mundial.

Frente a este panorama de contraste resultó pertinente para este estudio analizar las percepciones que tienen periodistas de la región Caribe colombiana sobre los posibles cambios que ha tenido su oficio, a partir de las oportunidades y dificultades que observan con la inserción de las nuevas tecnologías en las empresas informativas donde laboran en Montevía y Cartagena de Indias, dos ciudades principales de la región Caribe Colombiana, siendo la última muy reconocida por su potencial turístico-cultural y por ser un puerto marítimo en donde se mueve buena parte de la economía colombiana.

2. REFERENCIAS TEÓRICAS

El término Nuevas Tecnologías fue acuñado desde 1995 en el marco de la 28ª Asamblea de la UNESCO para referirse a las tecnologías digitales. También el término hace referencia a los desarrollos tecnológicos basados en Internet. Cobo Romani (2009) las define como dispositivos tecnológicos que permiten la edición, producción, almacenamiento, intercambio y transmisión de datos entre sistemas de información que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes que posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal como la multidireccional.

Para entender la relación entre periodismo y las nuevas tecnologías es pertinente indagar sobre los estudios asociados al tema. Al hacer una revisión bibliográfica general fue posible concebir al menos cuatro tendencias: *nuevas tecnologías y condiciones laborales*, *nuevas tecnologías y modelos de comunicación*, *nuevas tecnologías y desafíos éticos*, *nuevas tecnologías y calidad periodística*.

2.1 Nuevas tecnologías y condiciones laborales

En este aspecto hay preocupación por entender hasta qué punto el modo en que se incorporan estas nuevas tecnologías dentro de las empresas informativas está generando mejoramiento o deterioro en las condiciones laborales y profesionales de los periodistas (Suarez et al., 2009; Bencomo, 2004). Existen estudios que muestran como algunas formas de incorporación de estos recursos ha conllevado a la reducción de la planta de personal por razones “optimización”, por lo cual los despidos de uno generan sobrecarga laboral en los otros, en especial en los periodistas que manejan estos nuevos recursos tecnológicos.

A lo anterior se añade la preocupación por comprender, hasta qué punto dicha optimización sujeta a estas modernizaciones tecnológicas en las empresas informativas implican mayor deterioro en el modo de comprender la profesión y dimensionar la noticia. Lo cierto es que la calidad profesional sigue amenazada no solo por el mal uso de las tecnologías en algunos

contextos, sino también por aspectos inherentes a las malas condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo precisamente por la sobrecarga laboral, la pérdida del poder crítico y la capacidad de autoregulación de la profesión (Arroyave & Blanco, 2005).

2.2 Nuevas tecnologías y modelos de comunicación:

Las tecnologías han permitido a los periodistas hacer usos de nuevas plataformas como el internet, lo que ha hecho que en diversos contextos sociales el modelo de comunicación tradicional (unidireccional) perdió vigencia debido a las ventajas comunicativas que ofrece la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad (Salaverría, 2008).

El constante y acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías determina también la celeridad en la transformación de los modelos comunicativos, que implica no solo un cambio en el modo de entender la profesión desde el clásico trió (investigación, producción y difusión) sino también cambios en el modo de operar y crear (redacción y edición) teniendo en cuenta las nuevas plataformas digitales (Molera, 2008; Díaz y Salaverría, 2003).

De otro lado, se plantea la necesidad de usar los adelantos tecnológicos para generar procesos de comunicación horizontal de doble vía, en donde los periodistas deben ser al mismo tiempo emisores y receptores de información que respondan a las nuevas demandas de participación e interacción que tienen muchas audiencias, entre ellas los públicos juveniles que tienen otras necesidades informativas y noticiosas distintas de las viejas generaciones (Tuñez, Martínez y Abejon, 2010).

En este orden de ideas, los cambios en el modelo comunicacional desde el uso de las nuevas tecnologías implica para los periodistas crear mayores escenarios para visibilizar la noticia y mayor acceso a diversas fuentes de información que pueden redundar en el fortalecimiento del periodismo investigativo y el trabajo colaborativo (García de Torres et al., 2011; Díaz y Sala-

verría, 2003). De ser así, las nuevas tecnologías pueden fortalecer la libertad de expresión de los periodistas que tanto en el contexto virtual como en el presencial todavía en algunos países está en maduración (Pérez Ariza, 2006).

2.3 Nuevas tecnologías y desafíos éticos:

Los estudios develan una preocupación legítima por la ética buscando que haya regulación y normas claras frente al debe ser de la profesión a partir de los desafíos éticos que genera el ciberespacio y el trabajo en entornos digitales.

Hay un gran interés por formarse en el manejo de competencias tecnológicas y profesionales a la par de competencias éticas que sirvan de fundamento a la identidad profesional. De esta manera los periodistas deberían ser capaces de depurar qué es noticia y que no, a partir de criterios éticos que apunten a un compromiso con la veracidad, la reivindicación del estatus profesional, la libertad ideológica y el tratamiento informativo serio y eficaz (Tunez, et al., 2010; Suárez, 2009).

Los desafíos éticos en el ámbito periodístico tiene que ver con:

- Definición de estándares mínimos y nuevos principios deontológicos que no vayan en detrimento de la calidad periodística, pues el periodista no puede perder su rol de investigador, entrevistador y redactor (Salaverría, 2008).
- La ética tiene que ver con la responsabilidad social y con la idea de identificar los valores periodísticos universalmente reconocidos como aspiraciones en pro de la dignidad de la persona humana y de la sociedad democrática (Bursset, 2003).
- La ética apunta a comprender los medios tradicionales y digitales como fuentes de conocimientos y recursos para un desarrollo que potencialice la ciudadanía, la construcción del ser social y de la paz (Naji, 2009), además impulsa a entender la información como propiedad colectiva y bien público (Dallal, 2003)

2.4 Nuevas tecnologías y calidad periodística:

En este punto existen grandes preocupaciones en el modo de concebir, generar y transmitir las noticias, al igual que el modo de entender el quehacer profesional de los periodistas a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en sus labores.

Incluso algunos alertan sobre la configuración de un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes (Vega, 2008; De Pablos, 2006). De allí el interés en observar como esos cambios tecnológicos cambian la profesión y la metodología para ejercerla teniendo en cuenta el proceso de recolección de datos, el contacto con las fuentes y las dinámicas de investigación periodística (Mogollon y Prieto, 2006).

A las necesidades de competencias idiomáticas se suman las nuevas necesidades de competencias tecnológicas para trabajar en la compleja sociedad actual mediada por las redes informáticas que plantean retos a los comunicadores de esta era digital (López, 2005; Díaz, 2010). En ese sentido las competencias tecnológicas para que sean medios y no fines, deben estar supeditadas a las competencias profesionales como factores mutuamente incluyentes que deben responder a las nuevas formas de acceso informativo y a las nuevas posibilidades de convergencia que no están presentes en ninguno de los medios tradicionales, destacándose los aspectos de multimedia, personalización, interactividad, narrativa hipertextual, capacidad documental y virtualidad (Tunez et al, 2010; Jaramillo, 2005).

3. METODOLOGIA

La investigación es descriptiva de naturaleza mixta exploratoria. Como no existe ninguna información oficial en cuanto al número de periodistas en la Región Caribe, se hizo un muestreo intencional de ciento cuatro (104) periodistas de cada medio de comunicación escrito, radial y televisivo de las dos ciudades. Para el proceso de identificación de las tecnologías que están incorporando los periodistas en sus labores se aplicó un cuestionario tipo encuesta a una muestra voluntaria de sesenta y tres (63) perio-

distas, de los cuales cuarenta y un (41) periodistas eran de Cartagena de Indias y veintidós (22) de la ciudad de Montería.

En cuanto al análisis de la percepción de las oportunidades, dificultades percibidas y las nuevas demandas profesionales en las empresas informativas se entrevistaron a treinta y cuatro (34) periodistas de diferentes empresas de comunicación masiva y siete (7) jefes de los medios más importantes de estas ciudades que respondieron a preguntas sobre oportunidades y dificultades percibidas en su oficio desde el uso de las nuevas tecnologías, mediante entrevistas estructuradas diseñadas por la unidad investigativa.

Los periodistas participantes cumplían con los criterios fijados para este estudio, siendo estos:

- Periodistas en ejercicio vinculados formalmente a un medio de comunicación.
- Periodistas con mínimo dos años de experiencia laborando en estas ciudades produciendo noticias ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional.

4. RESULTADOS

El abordaje del objetivo en estas dos ciudades se hizo desde tres aspectos centrales:

1. Las TIC que están usando los periodistas en su oficio; 2. Las oportunidades y dificultades que perciben con la inserción de las nuevas tecnologías en sus labores; 3. Las demandas profesionales que están haciendo las empresas informativas a partir de las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

Antes de abordar lo central, es importante señalar a nivel demográfico que la participación de los periodistas en este estudio fue diversa en cuanto a género y condición etaria. El periodismo en los medios de estas ciudades es ejercido con mayor frecuencia por hombres (67%) que por mujeres (33%). Ambos grupos contaban en su gran mayoría con periodistas que tienen título profesional (86%), pero también había grupos minoritarios sin formación académica en periodismo (11%) y otros que sólo disponían de formación técnica (3%).

Al valorar la categoría edad se encontró que los periodistas de estos medios en su gran mayoría son jóvenes entre los 20 a 26 años (32%), otros son adultos jóvenes entre los 27 a 33 años (16%) y entre los 34 a 40 años (17%); el resto correspondió a adultos maduros o intermedios entre los 41 a 47 años (27%), y en porcentajes bajos están los de 48 a 54 (3%) y los superiores a 54 años de edad (5%), que no alcanzaban el rango de adulto mayor.

Las empresas informativas muestran tener una buena convergencia generacional que bien aprovechada puede ayudar a generar internamente procesos de formación periodística con sólidas bases profesionales aprovechando la experiencia de los veteranos y el dinamismo modernizador de las nuevas generaciones.

4.1 Las tic que usan los periodistas en su oficio

- Los dispositivos tecnológicos más usados en su oficio

A nivel de tecnología informática los dispositivos más usados en sus labores periodísticas son los computadores de escritorio y portátiles (96.8%), incluyendo las populares memorias USB (93.7%) usadas para el almacenamiento e intercambio de información.

En el ámbito de las telecomunicaciones, el celular (100%) y el blackberry (44%) muestran ser los nuevos dispositivos más imprescindibles en su tarea profesional, aunque siguen usando las tradicionales grabadora de voz (68%) y cámaras profesionales (46%) pero han ido incorporando nuevas tecnologías como el Ipod (23.8%), y en otros casos están modernizando los dispositivos de grabación y filmación adquiriéndolos con mayor capacidad de almacenamiento, mejor resolución y con tendencia a lo digital.

- Las nuevas tecnologías usadas por los periodistas.

Internet se muestra como un medio masificado entre los periodistas de estas dos ciudades, de hecho no sólo el total de periodistas participantes manifiestan manejar computadores e inter-

net, sino que el 100% ha usado internet frecuentemente los últimos tres meses desde diferentes lugares y escenarios, incluso desde su propio hogar en donde el 95% cuenta con conexión a internet. Los usos más frecuentes que estos periodistas le dan a las tecnologías es posible ubicarlo en dos ámbitos: personal y Laboral.

Dentro del ámbito personal, la gran mayoría de los periodistas escogidos usan frecuentemente las nuevas tecnologías para buscar información de interés personal o privado (84%) y para fortalecer los vínculos socio afectivos como relaciones de amistad (81%) y relaciones familiares (74.6%). Los tipos de programas que más usan para estos fines son: programas de correo electrónico (100%), motores de búsqueda (95%), programas tipo chat (93.7%) y redes sociales como Facebook (87%) y Twitter (60%).

En el ámbito laboral el uso de las Tic puede verse en dos vertientes: en lo administrativo, que abarcan los usos tecnológicos para comunicaciones internas, informes, actividades de diagramación y diseño gráfico entre otros; y en lo periodístico tiene que ver con los usos tecnológicos en procesos propios de la práctica periodística y el trabajo de campo, esto abarca búsqueda de información con fines periodísticos, uso de dispositivos tecnológicos para fines noticiosos o cualquier otro género periodístico que posibilite la divulgación de información y/o interacción con las audiencias, o bien para modernizar la plataforma de comunicación buscando mayor cobertura e impacto comunicativo.

Específicamente en lo laboral administrativo los periodistas participantes usan las nuevas tecnologías para la comunicarse con colegas y equipos de trabajo. Dentro de los tipos de programas más usados para estos fines se destaca en primer lugar, los tipo mensajería instantánea como el caso de las cuentas de correo electrónico (90.5%); en segundo lugar, los de comunicación en tiempo real como los chat de Messenger y Yahoo (50.8%); y en tercer lugar, los tipo videoconferencia como Skype (30.2%). Por supuesto también usan las programas tradicionales para transcribir información, presentaciones y otras labores de oficina con programas de aplicación general como Word (90.5%), Ex-

cel (49%) y Powerpoint (52%); algunos incluso complementan su trabajo periodístico con artes gráficas, usando programas de diseño como Photoshop (27%), Indesign (19%), Coreldraw (12.7%) y Pagemaker (12.7%).

A nivel laboral periodístico, los periodistas de estas empresas informativas, usan las nuevas tecnologías asociadas a Internet para: 1. Buscar información y hacer seguimiento a noticias (92%) usando motores de búsqueda (87%); 2. Fortalecer la interacción con sus audiencias y difundir información, aquí es común el uso de redes sociales como Facebook (34.9%) y Twitter (38%).

Los hallazgos anteriores coinciden con los trabajos de García de Torres et al. (2011) quienes al estudiar el uso de este tipo de redes en medios iberoamericano encontraron que son usadas de forma generalizada y para esos mismos fines, facilitándoles una mayor visibilidad, captación de información y promoción de sus contenidos; 3. Abrirse a nuevas lógicas y modalidades de periodismo mediante el uso de cibermedios en sus labores periodísticas (52%) que contribuyen a la elaboración y difusión de información como también en actividades de periodismo investigativo (Díaz y Salaverria, 2003).

Algunos dicen estar incursionando en periodismo electrónico (34.9%), otros en periodismo digital (22%) que técnicamente son lo mismo. Existe también un grupo especial que ha podido trascender del contexto de apropiación institucional de las nuevas tecnologías al contexto de apropiación personal de dichos recursos, incluso varios han logrado crear su propio blog de información (27%) en donde abordan temas sociales, políticos, culturales y deportivos. Dentro de los periodistas blogueros hay algunos que definen su blog como especializado (12.7%) porque tratan a profundidad temas especiales desde una base periodística más personal y menos institucionalizada.

De esta manera el Internet ha sido visto por los periodistas de estas dos ciudades de la región Caribe colombiana como una red que posibilita una comunicación horizontal, pues al no ser controlado por ninguna institución o gobier-

no potencializa mejor la libertad de expresión (Negroponte, 1995), y les permite alcanzar una apropiación tecnológica autónoma que genera lo que Castell (1999: web) denomina como cohesión social porque en este caso fortalecen los lazos comunicativos con las audiencias y promueven acciones colectivas con otros colegas, logrando una mejor difusión de sus ideas desde una visión libre, abierta y diversa de la realidad que les reafirma su identidad política como sujetos productores de información sin condicionamientos políticos e institucionales que en ocasiones obliga a la autocensura.

5. OPORTUNIDADES Y DIFICULTADES PERCIBIDAS

5.1. Oportunidades generadas con el uso de las nuevas tecnologías

Los periodistas participantes de la investigación miran las oportunidades basándose en las ventajas que ha generado el uso de las nuevas tecnologías en sus quehaceres profesionales. De esta manera sobresalen tres tipos de beneficios: *el beneficio de la inmediatez, la posibilidad de acceder a información abundante y la ampliación de las oportunidades laborales.*

- Inmediatez:

“Las nuevas tecnologías me permite obtener información en tiempo real y totalmente actualizada; también puedo contar sucesos de manera rápida y recibir al instante retroalimentación”

Periodista de medio radial.

La inmediatez la relacionan con la forma instantánea en que llega la información, la manera rápida de llevar a cabo el proceso de obtención y divulgación de la noticia, las grandes posibilidades de interacción mediante las redes sociales, los programas de chat y video instantáneo que logran según ellos una comunicación sin barreras y más cercana con colegas, audiencias, amigos y familiares en todo el mundo.

Dentro del trabajo periodístico que realizan la inmediatez es percibida con el beneficio de ob-

tener mayor cobertura periodística, pues reconocen que hoy es posible desde cualquier lugar del país o el mundo transmitir en directo un hecho noticioso a través de celulares, redes sociales y portales de internet, o bien usando servicios de streaming que les facilita la difusión de audio y video en tiempo real.

- Acceso a mayor fuente de información

Los periodistas perciben que antes el proceso informativo se desarrollaba de forma lenta y con muchas limitaciones que impedían la masificación de la noticia. En la actualidad los periodistas de estas dos ciudades identifican ventajas de acceso a la información más allá de lo presencial y lo local, por eso identifican cambios positivos en este punto gracias a las innovaciones tecnológicas existentes en las empresas informativas donde laboran. El siguiente testimonio de un periodista de medio impreso recoge algo de esas percepciones:

“Antes había que tirar una línea, poner una consola, esperar tres días para dar una noticia, ahora con la Web 2.0 originas una información desde donde tu estas, puedes acceder a la información sin moverte del lugar de trabajo. Eso es un adelanto y un beneficio que se ve reflejado en el rol y ejercicio periodístico”.

Perciben además ventajas en el acceso informativo con el uso de las nuevas tecnología que han nutrido las labores de producción, emisión informativa y relacionamiento con las fuentes, para lo cual destacan de manera específica:

- Acceso a las bibliotecas y fuentes de información periodística desde diferentes lugares e idiomas.
- Facilidad de interacción con otras fuentes.
- Facilitación de las labores de redacción y edición de contenidos.

- Ampliación de oportunidades laborales.

“El uso de las tecnologías está abriendo el espectro de acción de nuestra profesión en nuestras ciudades y a nivel global”.

Periodista de medio impreso

“Las nuevas tecnologías ha ayudado a optimizar la planta de personal, pues ahora una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de periodistas”.

Director de Prensa Virtual

Los periodistas intervenidos no solo mencionan reiteradamente como el uso de las nuevas tecnologías ha facilitado la labor periodística sino que también resaltan, que en estos últimos años las empresas informativas locales han modernizado la plataforma de comunicación para un mejor desempeño y cobertura, abriéndose con esto nuevas ofertas laborales para los periodistas, en especial para aquellos con manejo de recursos tecnológicos digitales y habilidades para la integración tecnológica mientras algunas empresas informativas completan la transición de lo análogo a lo digital.

Los directores de los medios participantes de este estudio también señalaron que existen diversos casos de periodistas con experiencia en el uso de las nuevas tecnologías que han logrado un mejor posicionamiento y una mejor remuneración en sus instituciones, otros han podido ascender a nuevos cargos como los de editor Web y relacionista laboral que se encargan de conseguir nuevos negocios por medio de las redes de información.

Pese a esto, preocupa que algunos de estos directores de medios definan la optimización como un simple proceso de reducción de costos de contratación, ya que según ellos, en años anteriores había que contratar más personal de apoyo logístico para el desarrollo de una noticia, lo que implicaba un gasto elevado en la remuneración salarial debido a la cantidad de personas que trabajaban en la producción informativa.

Este concepto de optimización es desconocedor de lo que han demostrado los estudios de Bencomo (2004), Suarez et al. (2009) y Arroyave & Blanco (2005) en materia de calidad periodística, afirmando que la calidad se encuentra amenazada por aspectos inherentes a las malas condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo precisamente por la

sobrecarga laboral, el descontento con los salarios, los recursos limitados, la carencia de oportunidades y la temporalidad en los empleos entre otros factores, que influyen injustificadamente en la pérdida de la independencia, el poder crítico y la auto regulación de la profesión.

5.2 Dificultades percibidas

Dentro de lo negativo que ha sufrido la profesión periodística en estas dos ciudades, los participantes del estudio coinciden en que la baja calidad periodística que existe en ciertas empresas informativas locales con relación a las nuevas tecnologías no es por causa de estos medios, sino por los fines y la forma en que se usan para ciertas actividades que contradicen los principios del periodismo.

De esta manera en las percepciones sobre el tema se lograron identificar cuatro peligros que afectan la calidad periodística desde el uso inapropiado de las nuevas tecnologías en sus ciudades: *perdida del contacto directo con la realidad y las fuentes; reducción de la profesión a retransmisión de información o noticias; desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes; cimentar la práctica periodística sólo desde competencias tecnológicas, dejando de lado las competencias profesionales y éticas.*

- **Perdida del contacto directo con la realidad y las fuentes**

En este aspecto se percibe en algunos periodistas entrevistados la preocupación de que muchos de sus colegas están haciendo de las nuevas tecnologías el centro de su dinámica profesional perdiéndose en ocasiones cercanía directa con el contexto social. Esto se ve explícito en uno de los comentarios que expresó un periodista de medio radial:

“Los buscadores se han convertido para algunos periodistas en la única fuente de información, ya muchos no acceden a fuentes primarias”.

Esta dificultad percibida tiene relación con las inquietudes De Pablos (2006) sobre el mal uso de las nuevas tecnologías, que según él está

proliferando un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes, por lo cual la tentación de hacer periodismo desde el escritorio y desde lo que brinda la web está generando una profesión que apela a lo fácil, dejando de lado la rigurosidad periodística que es un elemento vital para la credibilidad social de las empresas informativas.

- **Reducción de la profesión a retransmisión de información o noticias**

Este hallazgo guarda relación con lo anterior, en los discursos de los periodistas entrevistados se logró identificar una crítica clara a los colegas que por el mal uso de las tecnologías han dejado de lado el trabajo de campo, perdiendo la capacidad de analizar, investigar, confrontar, profundizar y contextualizar la noticia. En ese sentido, las percepciones apuntan a que la sobrecarga laboral es una categoría que potencializa la aparición de este tipo de prácticas de facilismo en el oficio, ya que el periodista en ocasiones busca responder a lo coyuntural que desplaza lo importante por lo urgente al darle la espalda al compromiso social y a la rigurosidad periodística.

La reducción del marco integral de la profesión en estas ciudades es percibida por el periodista como la tecnificación del oficio reduciendo la labor al simple ejercicio de extraer información o noticias que publican otras empresas informativas y periodistas independientes en la web para luego retransmitirla a sus audiencias tal cual como la reciben.

- **Desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes**

Para los periodistas dos de las cosas valiosas que caracteriza al periodismo es la duda y la búsqueda insaciable de la verdad. Ambas cosas se pierden cuando el periodista erróneamente da por hecho que todo lo que encuentra en las redes de información es verdadero. Cuando lo hace renuncia irresponsablemente a la tarea de constatar las fuentes.

Perciben que algunos colegas están perdiendo la privacidad y la relación con el entorno so-

cial al dedicar cientos de horas a un dispositivo tecnológico que los aleja del mundo real y los transforma en seres impersonales. Por esa razón consideran urgente la necesidad de:

- No usar el internet como la única fuente de información y subsistencia.
 - No convertirse en periodistas mecánicos que pierden el olfato periodístico al transmitir sólo información ajena sin construcción propia.
 - No convertirse en periodistas de escritorio amantes del encierro laboral que no buscan la noticia, sino que esperan que todo les llegue desde una pantalla.
 - Evitar perder la pasión por investigar.
- **Cimentar la práctica periodística sólo desde competencias tecnológicas**

Algunos temen que por el mal uso de las nuevas tecnologías se pierda el interés por la calidad de la noticia, a raíz de que *“hay más preocupación por lo inmediato, por lo de forma que por lo de fondo”*, así afirmó uno de los periodistas de Prensa. Los periodistas si bien es cierto que deben estar a la vanguardia de los avances tecnológicos no son estos lo que definen su quehacer profesional, sino sus propósitos sociales y los principios de veracidad, objetividad, responsabilidad, legalidad, y manejo adecuado del lenguaje y las bases de la comunicación.

Frente a lo anterior, García (1996) plantea que la responsabilidad periodística en un contexto democrático se basa en esos principios y radica estratégicamente en mostrar todos los hechos y puntos de vista significativos para que los ciudadanos tomen sus propias decisiones a partir de lo que recibe, tratando así de aportar a ese proceso y no de decidir por ellos.

6. DEMANDAS PROFESIONALES DESDE EL USO DE LAS TIC

Se encontraron tres tipos de competencias que demandan las empresas informativas de estas ciudades con relación a los avances tecnológicos: *competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas.*

6.1. Competencias tecnológicas aplicadas al periodismo:

Referida específicamente al uso de las nuevas tecnologías basadas en la Web 2.0 en donde cada vez más las empresas informativas de estas dos ciudades están requiriendo periodistas con dominio de estos recursos, así lo dejó entrever uno de los directores de medios impresos:

“Si a mí llega una persona que tiene sólo condiciones para hacer un periodismo convencional, no me sirve porque creo que esa parte la complementaria yo y el equipo que me ayuda en la parte editorial. Tengo un grupo de personas, son como diez, unas escriben otras no, pero me apoyan en el tema de las nuevas tecnologías y eso para mí es de gran ayuda”.

Este comentario guarda relación con los trabajos de Tuñez, Martínez y Abejón (2010) quienes afirman que el modelo de comunicación tradicional en el campo periodístico está siendo superado por las nuevas tecnologías que están generando cambios en el producto informativo, los roles de los emisores y receptores, los soportes y la formación académica que se espera en la actualidad de los periodistas que deben ser capaces de llegar a nuevas audiencias activas y a públicos juveniles que demandan participación, interacción e información de carácter local.

Es así que dentro las habilidades y conocimientos tecnológicos que están demandando las empresas informativas de estas dos ciudades para contratar a periodistas resaltan:

- Deben tener conocimiento de las redes sociales y capacidad para aplicarla estratégicamente en los propósitos periodísticos.
- Capacidad para tratar periodísticamente la información localizada en la Web.
- Manejo de correo electrónico.
- Dominar técnicas y principios para redactar periodísticamente en la Web,
- Dominar técnicas para hacer periodismo investigativo en la Web,
- Habilidad para crear y administrar blogs y páginas Web para fines periodísticos.

- Capacidad para buscar, generar y difundir información en internet.
- Manejo de programas de edición digital, productos audiovisuales y multimedios.
- Manejo de programas de diseño gráfico.

6.2 Competencias Profesionales integradas:

“Más que competencias tecnológicas son las profesionales las que se necesitan, porque para mí un periodista no se mide porque sepa hacer una grabación o porque sepa manejar un computador, yo creo que lo más importante es el compromiso que uno tenga consigo mismo y con la comunidad”

Director de noticiero radial

Los periodistas participantes de este estudio apuntan a que el periodismo no se define sólo por el manejo de recursos tecnológicos, sino por competencias profesionales sólidas que deben soportar el presente y el porvenir de esta labor a partir de un compromiso con la sociedad. Las palabras de Alberto López Marín (2012: web) lo resume mejor: *“el futuro del periodismo es el periodismo”*.

Estas son las competencias profesionales que más enfatizaron:

- El periodista debe tener un buen nivel de cultura general.
- Tener buena capacidad de redacción y de lectura.
- Servir responsablemente con un firme compromiso social y no usando los medios para el mero beneficio personal.
- Ser creativos, innovadores y estar a la vanguardia de la tecnología.
- Tener habilidad de síntesis y análisis, aspectos que también resaltan los trabajos de López (2005) al considerarlos elementos vitales en la formación académica del periodista.
- Manejo de una segunda lengua u otras, preferiblemente el inglés.
- Tener una visión integral que abarque lo profesional, lo tecnológico y lo estratégico de la comunicación.
- No evadir la crítica de sus colegas y audiencias.

Los hallazgos de Tunez et al. (2010) muestran que las competencias profesionales y tecnológicas son factores mutuamente incluyentes en el ejercicio periodístico, por lo cual adicionan otros desafíos que apuntan a la necesidad de integrar lo masivo con la revolución de las comunicaciones interpersonales ya sea de forma individual o en grupos sociales; producir mensajes a la misma velocidad y en los mismos términos que los consumidores; capacidad para depurar qué es noticia con lo que no desde criterios de calidad y ética periodística.

6.3 Competencias Éticas

La ética es un aspecto importante en la fundamentación de la identidad profesional del periodista, pues ésta tiene que ver con el desarrollo de un periodismo sólido en su compromiso con la verdad que reivindica el estatus profesional, la libertad ideológica y el tratamiento informativo serio y eficaz (Suarez, 2009).

Al respecto los jefes de medios de estas ciudades resaltan las siguientes competencias como vitales para el desarrollo de la práctica periodística:

- Saber utilizar las tecnologías apreciando la crítica y tratando con respeto a la audiencia.
- Tener en cuenta el tema de la responsabilidad social, porque de la veracidad de la información depende la credibilidad del periodista.
- Transmitir noticias o cualquier género periodístico de manera seria y analítica.
- Mantener la independencia periodística desde cualquier ámbito o medio tecnológico utilizado.

CONCLUSIONES

Los participantes de esta investigación en términos generales señalaron que los dispositivos tecnológicos más usados por los periodistas son los computadores personales y los celulares, aunque reconocen que todavía usan las tradicionales cámaras y grabadoras aunque algunas han ido modernizándolas con mayor capacidad de almacenamiento, resolución y funcionamiento digital.

El internet con sus herramientas de búsqueda, servicio de correo electrónico y redes sociales se convirtieron en herramientas fundamentales en la labor periodística. Los escenarios que más frecuentan para la utilización de la Web 2.0 se ubican en dos ámbitos: personal y laboral. A nivel personal los periodistas usan frecuentemente las nuevas tecnologías para buscar información de interés personal y fortalecer relaciones sociales y vínculos afectivos. Dentro del ámbito laboral usan las nuevas tecnologías para fines administrativos y para el trabajo periodístico que abarcan los procesos de producción informativa, fortalecimiento de la interacción con sus audiencias y para incursionar en periodismo digital mediante el uso de blog de información en donde abordan temas sociales, culturales y políticos.

En términos generales se evidenció que los periodistas tienen más percepciones positivas que negativas frente al uso de las nuevas tecnologías, resaltando beneficios significativos como la inmediatez, la posibilidad de acceder a información abundante y la ampliación de las oportunidades laborales; sin embargo cuestio-

nan a colegas que utilizan inadecuadamente las nuevas tecnologías haciendo de su profesión un oficio de escritorio que pierde contacto directo con la realidad y las fuentes, además de generar crisis en las competencias profesionales por reducir la profesión a simples procesos de retransmisión de noticias que toman de otros medios y que luego la publican sin análisis ni verificación.

En cuanto a las competencias laborales que requieren las empresas informativas, los directores de medios destacan la necesidad de apostarle a competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas.

Es evidente los aportes y avances que perciben los periodistas en Montería y Cartagena con la inserción de las nuevas tecnologías en sus labores, pero también son muchos los vacíos y desafíos mencionados que requieren asumirse para mantener la esencia de esta profesión de gran incidencia en la sociedad que exige rigurosidad, responsabilidad social, veracidad y sólidos principios éticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ARROYAVE, Jesús., & Blanco, Iscar (2005): *Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación*. Investigación y desarrollo, Vol. 13, No. 2, pp. 364 – 389.
2. BURSET, M. (2003). *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*. Ciclos de Conferencias. Universidad Complutense de Madrid. pp. 244.
3. BENCOMO, Tania (2004). *Las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el trabajo de los comunicadores sociales*. Visión Gerencial, Vol.3, No.2, pp. 3-13.
4. CASTELLS, Manuel (1999). *Internet y la Sociedad Red*. Recuperado el 12 de Febrero de 2012, de Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC): <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MM2162.pdf>
5. COBO ROMANI, Juan (2009). *El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento*. Revista ZER, Vol.14, No.27, pp. 295-318.
6. DALLAL, A. (2003). *Lenguajes Periodísticos*. Universidad Nacional Autónoma de México Instituto de Investigaciones Estéticas. 2da. Edición. pp. 56.
7. DE PABLOS, José Manuel. (2006). *“Fuentes Mudas en la Web: Periodismo transito propaganda”*. Razón y Palabra, Vol.11, No.49, 1-31.
8. DÍAZ, J. (2010). *Medios de Comunicación en Internet: Algunas tendencias*. El profesional de la información, Vol. 19, No.6, pp.561-567.
9. DIAZ NOCCI, Javier., & SALAVERRIA, Ramón (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, Ariel.
10. GARCÍA DE TORRES, E., YEZERSKA, L., & ROST, A. (2011). *Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos*. El profesional de la información, Vol.6, No.6, pp. 611-620.

11. GARCÍA, José Alberto (1996). Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC Y ABC. Pamplona: EUNSA.
12. LÓPEZ GARCÍA, Xosé (2005). "El Ciberperiodismo cultiva sus señas de identidad". Ámbitos, No.13-14, pp.45-58.
13. JARAMILLO, E. (2005). Revista latinoamericana de comunicación Chasqui. Quito-Ecuador. No, 90.
14. LÓPEZ MARÍN, A. (10 de Abril de 2012). Punto de Encuentro Complutense. Recuperado el 22 de Abril de 2012, de <http://www.puntoencuentrocomplutense.es/2012/04/futuro-periodismo/>
15. MOGOLLÓN, H., & PRIETO, C. (2006). Las TIC en la Generación de Contenidos Periodísticos en Venezuela. Revista Latina de Comunicación Social. No, 61.
16. MOLERA, E. (2008). Guía para el Análisis del Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Desarrollo Humano. Universidad Politécnica de Madrid. pp. 5-16.
17. MESO AYERDI, Koldobika (2002). Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital. Revista Latina de Comunicación Social, Año 5, No.51, pp.1-7.
18. PÉREZ ARIZA, C. (2006). La libertad de expresión, en el paradigma de las nuevas tecnologías y la sociedad de la información. Revista Latina de Comunicación Social, 61. La Laguna (Tenerife).
19. NEGROPONTE, Nicholas (1995). El mundo digital. Barcelona, Ediciones B.
20. SALAVERRÍA, R. (2008). Nuevos medios, nuevos modos y nuevos lenguajes. Primer Foro de periodismo digital de Rosario. Labor de Libros Editor. Edición 1, pag. 163
21. SANDOVAL MARTIN, María (2001). La formación a distancia de periodistas digitales. Revista Latina de Comunicación Social, Vol.4, No.37, pp.1-6.
22. SUÁREZ VILLEGAS, J. (2009). La crisis de identidad del periodista y la ética profesional. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, No.15, pp.119-134.
23. SUÁREZ, Juan Carlos., ROMERO, Lorena., y ALMANZA, Ana. (2009): El periodismo en el espejo. La profesión analizada por periodistas andaluces. Ámbitos, no 18, pp. 157-175.
24. TOFFLER, Alvin (1994). El Cambio del Poder. Plaza y Janes Editores; Barcelona
25. TUÑEZ, Miguel., MARTÍNEZ, Yolanda., & ABEJÓN, Paloma (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, No.16, pp.79-94.
26. VEGA, A. (2008). Retos del Periodismo en un Entorno de Avances Tecnológicos. Revista Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín- Colombia. Vol. 3, No. 5. pp. 3-12.