



# El comunicador y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática

*WILLIAM RICARDO ZAMBRANO AYALA*

---

Docente de la Universidad Sergio Arboleda  
zambrano\_william@hotmail.com

## Resumen

La comunicación está sufriendo cambios, debido a la convergencia digital, a la penetración y uso de internet, a la producción de contenidos multimedia, a los nuevos lenguajes y narrativas, a las nuevas audiencias, al manejo de dispositivos móviles para la emisión y recepción de mensajes, a la gestión de la información y al desarrollo de las competencias digitales. Debido a estos paradigmas, se proponen las nuevas competencias del comunicador y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática; para ello, se empleó una metodología cualitativa. Se concluye que la concepción basada en un enfoque en competencias comunicativas hace más significativa la capacitación de estos profesionales, lo cual obliga que los programas de Comunicación y Periodismo replanteen sus contenidos, alineen sus estrategias y recursos pedagógi-



cos con las condiciones y necesidades de la comunicación digital, e identifiquen nuevos perfiles para responder a los retos y escenarios que exige la convergencia mediática.

**Palabras clave:** competencias, comunicación, periodismo, medios, TIC.

## Introducción

La comunicación interpreta y estructura tanto la producción y recepción de mensajes como “el desarrollo de estrategias comunicativas basadas en la información, transmisión e interpretación de las necesidades del ser humano en contextos sociales” (Aguilera, 2004, p.37). Su esencia se fundamenta en la producción y entendimiento de la incidencia que tienen los mensajes y la información en ámbitos de interés social, cultural y político; se apoya en el análisis de las necesidades del contexto, producto de los cambios globales y del desarrollo tecnológico.

La comunicación estudia los procesos de producción, circulación, intercambio, negociación y usos de formas simbólicas en la vida social; estas últimas son acciones, objetos y expresiones significativas de varios tipos, en relación con contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados dentro de los cuales estas expresiones simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas a través de medios tradicionales en forma análoga según la convergencia digital.

Scolari, et al. (2004, p.55) expresa que esta convergencia incide “en múltiples esferas del quehacer comunicativo: en las estrategias empresariales, en la elaboración y distribución de contenidos para distintas pla-



taformas”, en los medios, las TIC, las industrias culturales y digitales, la educación y las profesiones. Por tales razones, los programas de Comunicación, están replanteando sus contenidos curriculares para responder a las exigencias del mundo digital, lo que los ha llevado a crear nuevas competencias para la formación de los futuros profesionales.

Las competencias son capacidades con que un sujeto cuenta para realizar una actividad competente. El Ministerio de Educación Nacional (MEN, 1998, p.34) las define como una forma de desempeño y de articulación específica. Según Ferrés y Piscitelli (2012) son un conjunto multifuncional y transferible de conocimientos, destrezas y actitudes que todos las personas necesitan adquirir en el proceso de aprendizaje para su realización y desarrollo personal, inclusión en la sociedad y acceso al empleo. Deben ser transferibles y, por tanto, aplicables en determinados contextos y situaciones. La competencia digital está relacionada con el pensamiento lógico y crítico, con las habilidades para el manejo de la información y con el desarrollo eficaz de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).

Lo enunciado está en coherencia con las disposiciones del Gobierno Nacional, que mediante el Decreto 2566 de septiembre 10 de 2003 estableció que todos los programas académicos de pregrado deberán garantizar una formación integral que le permita al egresado desempeñarse en diferentes escenarios con el nivel de competencias propias de cada campo.

Debido a estos paradigmas, se proponen las nuevas competencias del comunicador y periodista frente a los nuevos retos y escenarios de



la convergencia mediática, según el nuevo ecosistema comunicativo. En tal sentido, surgen los siguientes interrogantes: ¿Cuál es el contexto internacional y nacional de los programas de Comunicación en cuanto a la convergencia digital? ¿Cuáles son las nuevas competencias profesionales frente a las exigencias de las TIC?

## Metodología

Para responder al objetivo y preguntas planteadas, se emplea una metodología mixta teórica y aplicada, de enfoque cualitativo, a través de entrevistas y encuestas a estudiantes, egresados, docentes, decanos y directores de programas de Comunicación. De igual forma, a reporteros, jefes de redacción, editores y periodistas de medios de comunicación que están viviendo esta transformación tecnológica.

## Programas de comunicación en la convergencia mediática

El estudio de la comunicación y las tecnologías inició en la década de 1980: Smith (1980); De-Sola-Pool (1983); Bogart (1989). En los años de 1990 se profundizó con aportes de Negroponete (1995), Pavlik (1996) y Fidler (1997). En España las primeras monografías, tesis doctorales, artículos de investigación y congresos sobre la materia datan de esos mismos años Salaverría (2008); Masip; Micó-Sanz (2010). Deuze (2005); Kopper; Kolthoff; Czepek (2000); Palacios; Díaz-Noci (2009); Salaverría (2011); Steensen (2011), realizaron investigaciones sobre comunicación digital y ciberperiodismo. Ante este panorama no se evidencian investigaciones sobre convergencia digital como nuevos escenarios de los programas de Comunicación.



Europa agrupa 130 programas de Comunicación, de los 42 seleccionados, 23 están orientados a la comunicación, la acción social, a los procesos de cambio y en el apoyo a la participación colectiva; 19 hacen énfasis en medios, emisión, recepción y mensaje; priorizan aspectos históricos, discursivos, tecnológicos y político-económicos; 39 no presentan asignaturas relacionadas con procesos de comunicación mediados por las TIC y tres profundizan en la convergencia de medios.

En América, existen 1047 programas de Comunicación en 20 países (Felafacs, 2016, p.5). Estados Unidos, México, Brasil y Colombia cubren de los 592 programas, 403 (68 %) de este continente, el 25 % se ha interesado en el manejo de contenidos digitales, 5 % en drones, dispositivos tecnológicos, big data y visualización infográfica. El 75 % de asignaturas siguen ancladas a las herramientas tradicionales distantes en modelos de innovación digital.

En América Latina, 78 % de materias están orientadas a modelos teóricos y a metodologías aplicadas a estudios históricos de medios, desatendiendo los digitales, lo cual confirma lo que expresa Salaverría (2008) “que el camino de los medios digitales no ha hecho más que empezar”. A pesar de ello, estos programas académicos intentan transversalmente incluir temas sobre medios digitales y convergencia.

Colombia cuenta con 42 programas profesionales en formación humanística en radio, prensa y televisión. Existen 12 orientados a la comunicación, su fin es la integralidad en los saberes, en los enfoques periodísticos y pedagógicos para acercarse más a la complejidad de lo social y a la búsqueda de información.



## Resultados

El 85 % de los comunicadores encuestados propone que las competencias más importantes que deben tener los actuales profesionales para trabajar en el proceso de convergencia que se lleva a cabo en los medios de comunicación serían: dominio de la tecnología, producción de video y fotografía digital.

El 92 % de reporteros coincide que hoy no se puede entender la comunicación desde una perspectiva de transmisión de conocimiento bidireccional desde el comunicador a su audiencia, debe conocer las dinámicas de la red, su conexión social a través de la Web 2.0 y disponer de sistemas personales de búsqueda y de acceso a la información.

El 89 % de los jefes de redacción de los medios expresó que los programas de Comunicación deben brindar al estudiante amplios conocimientos intelectuales, estéticos y tecnológicos para utilizar de manera más apropiada la convergencia. El 78 % de editores afirmó que el profesional debe tener capacidad creativa e imaginativa para interpretar y re-interpretar el mundo, a fin de generar soluciones; ser hábil en el manejo de procesos de producción de contenidos digitales desde su concepción, creación, producción y distribución hasta su uso.

El 92 % de comunicadores afirmó que es necesario que el profesional digital se fundamente en las técnicas, procesos, modelos y teorías en un campo específico del hacer. El 81 % de reporteros explicitó que estos medios de comunicación instalados en Internet necesitan producción digital con nuevas formas de redacción de textos y de presentación de información con características particulares para cada plataforma. El 79



% de editores complementó que el comunicador debe estar preparado para afrontar la simbiosis entre la comunicación unidireccional y omnidireccional.

El 83 % de periodistas configuró el siguiente mapa de competencias: saber producir nuevos contenidos, lenguajes y narrativas multimedia, implementar tecnologías y redes, crear formatos informativos e interactivos acordes con las preferencias de la audiencia. El 87 % de periodistas aseveró que se necesita de un comunicador capaz de responder a los nuevos medios con creativas narrativas, lenguajes y audiovisuales.

### **Nuevas competencias del comunicador y periodista en la convergencia de medios**

Conocimiento de las tecnologías aplicadas a la comunicación para usarlas de manera adecuada en las diferentes fases del proceso de creación de contenidos para múltiples plataformas mediáticas según sus audiencias. Habilidad en la planificación, aplicación y evaluación de TIC; suficiencia crítica, analítica y reflexiva en la implementación de lenguajes interactivos; manejo de soportes de información (prensa, radio, televisión e Internet), uso de narrativas transmedia propios de cada medio, en los cuales los consumidores participen en los procesos innovadores y en las estructuras complejas de la producción de contenidos.

Conocimientos sobre algunas aplicaciones y tecnologías de audio, video y textos, pero más allá saber su manejo; aplicar los conceptos del hipertexto, hiperenlaces, multimedia y el trabajo colaborativo; poseer pensamiento computacional; manejar correctamente la información; y estar familiarizado con la colaboración virtual.



Habilidad para adecuarse al nuevo ecosistema comunicativo y planificar estrategias de comunicación; capacidad para conectar ideas y entender los mensajes del mundo que le rodea, a fin de darles sentido y contexto. Desarrollar la inteligencia social; hacer hincapié en la cooperación y en las relaciones interpersonales; y entender las emociones de los demás y saber conectarlas colaborativamente.

Capacidad de análisis y síntesis; iniciativa y espíritu emprendedor; y motivación por la calidad y sensibilidad a temas de cibercultura. Saber filtrar y syndicar información para entregar al usuario un mensaje veraz, concreto y convincente; y crear sus propios medios o “nanomedios”.

Saber buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de información en diferentes pantallas; realizar multitareas mediante análisis de estructuras, contenido y estilos informativos; trabajar con equipos interdisciplinarios en contextos nacionales e internacionales utilizando las TIC. Poseer formación integral; es decir, que sea capaz de producir en varios formatos con rigor y disciplina; y tener percepción por la simplicidad, la experiencia, el respeto y la humildad.

## Conclusiones

Al analizar el estado de los programas de Comunicación de Europa, se encuentra una estructura común en cuanto a las bases teóricas y metodológicas de la ciencias humanas no tan distantes de uso de las tecnologías, salvo pequeñas variaciones especialmente en los cursos optativos o electivos frente a los objetivos generales de las carreras. Los programas de Comunicación de Estados Unidos y América Latina, se orientan a la



consolidación de conocimientos teóricos y metodológicos que permiten la comprensión de la sociedad y la posibilidad de resolución de sus problemas.

Se evidencia en el análisis de los programas de Comunicación en Colombia, la división entre teorías, metodologías y la interdisciplinariedad como búsqueda constante de diálogo entre diversas disciplinas. No incluyen 45 programas lógicas digitales, la producción de nuevos contenidos, lenguajes, narrativas, multimedia, redes, formatos informativos e interactivos según las preferencias de la audiencia. Se basan en el diseño de productos, estrategias comunicativas, elaboración de diagnósticos, modelos comunicativos organizacionales, educativos y sociales.

Se identifica la dispersión y fragmentación de asignaturas en los planes de estudio; existe distanciamiento entre la formación teórica y técnica; tendencia a la instrumentalización, al uso funcional de los medios masivos, a la teorización de la comunicación y a los enfoques sociales, políticos y culturales. Dichos temas invitan a construir un nuevo mapa de competencias del comunicador a fin de afrontar la convergencia digital, lo que contribuiría al fortalecimiento curricular, a la investigación y al desarrollo tecnológico e innovador de la profesión.

Los programas de Comunicación están invitados a integrar herramientas, espacios, métodos de rutina y lenguajes anteriormente disgregados, trabajar por la integralidad de saberes, en enfoques y en búsquedas pedagógicas para acercarse más a la complejidad del nuevo ecosistema comunicativo. En este sentido, dichos programas deberían reorientarse hacia un eje fundamental y transversal como es lo digital, destinado a la



consolidación de procesos y productos adecuados y afines con las dinámicas del desarrollo del país.

Estos programas tienen un compromiso complejo, pues están llamados a actualizar sus contenidos curriculares, contar con mecanismos que permitan modificar los procesos educativos y métodos de enseñanza y de aprendizaje, con el fin de adecuar competencias acordes con el mundo digital; por consiguiente, se pregunta: ¿Cuáles serán los principales debates para afrontar estos nuevos procesos comunicativos digitales? ¿Qué análisis se podrán hacer sobre los programas de Comunicación, planes de estudio y evaluación frente a la empresa mediática? ¿Qué nuevos contenidos, narrativas, lenguajes y estilos requieren los cibermedios?

## Referencias

- Aguilera, P. (2004). Contexto y Comunicación Social. Notas para un primer acercamiento al programa de comunicación social de nuestra universidad. *Hablas y Decires de la Facultad de Comunicación Social y Publicidad de la Universidad Santiago de Cali*, (1).
- Bogart, L. (1989). *Press and public: Who reads what, when, where, and why in American newspapers*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- De-Sola-Pool, I. (1983). *Technologies of freedom. On free speech in an electronic age*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Deuze, M. (2005). Global Journalism Education. A conceptual approach. *Journalism Studies*, 7(1), 19-34.
- Ferrés, J. y Piscitelli, A. (2012). Revista Científica de Educomunicación. *Comunicar*, 38, XIX.



- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis. Understanding new media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Kopper, G., Kolthoff, A. y Czepek, A. (2000). Research review: Online journalism - a report on current and continuing research and major questions in the international discussion. *Journalism studies*, 1(3), 499-512. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/14616700050081803>.
- Masip, P.; Micó-Sanz, J. (2010). Investigación sobre ciberperiodismo en España. Trayecto hacia la consolidación. *El profesional de la información*, 19(6), 577-584.
- Ministerio de Educación Nacional, MEN. (1998). *Lineamientos curriculares. Lengua Castellana*. Bogotá: Editorial Magisterio.
- Negroponete, N. (1995). *Being digital*. Nueva York: Alfred A. Knopf.
- Palacios, M. y Díaz, N., (eds.) (2009). *On line journalism: research methods. A multidisciplinary approach in comparative perspective*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Pavlik, J. (1996). *New media technology: Cultural and commercial perspectives*. Needham Heights: Allyn y Bacon.
- Salaverría, R. (2008). La investigación sobre ciberperiodismo en España: tendencias, resultados y perspectivas. En: López-García, Guillermo (ed.). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*.
- Scolari, C., Micó, J., Navarro, H. y Pardo, H. (2004). El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes. *Zer: Revista de estu-*



*dios de comunicación*, 25, 60. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2885940> (recuperado: 02/02/2015).

Smith, A. (1980). *Goodbye, Gutenberg: the newspaper revolution of the 1980s*. Cambridge: Oxford University Press.

Steensen, S. (2011). On line journalism and the promises of new technology. A critical review and look ahead. *Journalism studies*, 12(3), 311-327.