

## La enseñanza del periodismo en la Sociedad del Conocimiento

### RESUMEN

El artículo pretende presentar una visión general acerca del impacto producido en la sociedad en general y en la actividad periodística en particular, por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación e información (NTIC). Partiendo del análisis del papel que ocupa Internet en el mundo contemporáneo, incide luego en el mercado laboral finalizando con una apreciación sobre las exigencias que la Sociedad del Conocimiento conlleva para las universidades, docentes y estudiantes.

Palabras clave: Internet, Periodismo, Sociedad del Conocimiento, Tecnologías de la Información y Comunicación.

### JOURNALISM TEACHING IN THE KNOWLEDGE SOCIETY

### ABSTRACT

This paper pretends to show a general vision about the impact produced on society in general, and journalism in particular, due to the development of the New Information and Communication Technologies (NICT). Starting on the analysis of the Internet's role in this contemporary world, the labor market is analyzed then, and finally it is given an appreciation on the requirements of the Knowledge Society for universities, teachers and students.

Key Words: Internet, Journalism, Knowledge Society, Information and Communication Technologies.

Amaro La Rosa Pinedo  
Psicólogo Social y periodista investigador.  
Profesor de la Universidad Femenina del  
Sagrado Corazón y de la Universidad Inca  
Garcilaso de la Vega, Perú. Autor, entre otros,  
del libro: *Psicología de la Comunicación Masiva*.

Mediante un ejercicio mental, intentemos describir algunos rasgos de las tareas del periodista de mediados del siglo XX en América Latina. Luego de recoger información de su fuente, iniciaba su procesamiento usando sus carillas en una máquina de escribir de la ruidosa sala de redacción. Si requería contrastar con información pasada, tenía que acudir al archivo del medio y, si se trataba de un asunto nuevo y no lograba datos allí, tenía que ingeniárselas para encontrar un especialista que aclarara sus dudas.

¿Cómo trabaja un periodista del siglo XXI? Gracias a Internet, puede conectarse en tiempo real con el mundo entero y saber lo que pasa al otro lado del planeta y prácticamente no existe asunto acerca del cual no encuentre información. Puede que trabaje en la sala de redacción del medio pero, también, puede ser que lo haga en su hogar y que una vez terminada su labor, envíe el material a través del correo electrónico a su redacción.

¿Cómo evolucionará el trabajo del comunicador en el futuro? No podemos dar una respuesta categórica, pero sí estamos convencidos de que las universidades tienen el compromiso de preparar profesionales capaces de asumir los retos que ello suponga.

### El ejercicio profesional en la Sociedad del Conocimiento

Vivimos en una sociedad que cambia aceleradamente, con una velocidad tal que, a nuestro entender, no tiene precedentes en la historia de la humanidad. La sociedad globalizada de nuestra época ha sufrido modificaciones profundas en los últimos años y es muy probable que, al formar parte de nuestra vida cotidiana la multiplicidad de situaciones que supone, no nos percatemos de sus reales dimensiones. En la realidad contemporánea, la información pasa a convertirse en el insumo central en torno al cual se moviliza el funcionamiento de los actores y de las instituciones sociales que estructuran las sociedades urbanas de inicios del siglo XXI; de allí que se haya acuñado el concepto de Sociedad de la Información. Este fenómeno ha sido posible gracias al espectacular desarrollo de las tecnologías, aquellas que permiten la codificación,

adquisición, almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos mediante recursos cada vez más avanzados entre los cuales es Internet protagonista principal. Y es, en esta sociedad, donde el conocimiento se convierte en un capital de considerable importancia.

La tecnología de la información marcha a pasos agigantados, mucho más acelerados que la velocidad del ajuste de la sociedad, de sus instituciones y de sus integrantes, para estar en condiciones de asimilar los cambios que genera.

Utilizando la terminología de Umberto Eco, ante la evidencia del desarrollo tecnológico pueden producirse dos actitudes: la de los apocalípticos o modernos *ludditas* quienes se resisten a su uso y la de los integrados, quienes adoptan entusiastamente las innovaciones; tanto más, motivando a los demás para que también se integren. Desde luego, los apocalípticos de hoy tienden a ser cada vez menos y pueden convertirse en los integrados a ultranza del mañana, pues tarde o temprano deberán emplear los recursos tecnológicos a los que potencialmente tienen acceso, los cuales a nuestro entender conllevan una serie de ventajas:

- Facilitan las tareas cotidianas.
- Perfeccionan los productos informativos.
- Permiten mayores estándares de logro para afrontar la competitividad.

A este proceso de inclusión contribuye naturalmente la constante innovación, que acelera los procesos y simplifica el propio manejo de los recursos tecnológicos. Comparemos en este sentido la complejidad de los comandos que debíamos memorizar hace algunos años para literalmente lidiar con una computadora, con la relativa sencillez requerida para operar los sistemas actuales. Evidentemente, uno de los factores que ha contribuido a la difusión de esta innovación ha sido la creciente accesibilidad de su costo, debido a la economía de escala.

El uso de Internet es una necesidad para el trabajo profesional en la sociedad contemporánea, caracterizada por la marcada competitividad en el mercado laboral y la incesante necesidad de datos sobre la realidad. En consonancia con ello, no es factible imaginarnos a un profesional de la Comunicación actualizado, trabajando sin conexión alguna a Internet,

en el entendido de que la red de redes permite un significativo ahorro de esfuerzos y conlleva una serie de ventajas competitivas (Gráfico 1).

GRÁFICO 1

## VENTAJAS COMPETITIVAS DE INTERNET



Elaboración: ALR

Dada la naturaleza de su labor, los profesionales de la información y de la comunicación se cuentan entre los usuarios más frecuentes de la red de redes, tal como lo expresan claramente las cifras. En el 2000, se estimaba que cerca del 90% de periodistas latinoamericanos estaban conectados permanentemente a Internet para conocer directamente lo que sucedía en el mundo entero.

La capacitación es un asunto prioritario para los profesionales, tanto más en esta era de cambios tan acelerados y de marcada competitividad, pues garantiza su ajuste a las exigencias que cada día se incrementan.

Nuestra experiencia nos enseña que los periodistas están permanentemente motivados para aprender e innovar, pero no siempre cuentan con los recursos, el tiempo suficiente para ello o el apoyo de sus centros de trabajo. No obstante, estamos convencidos, como Guerrero (2002), que es su deber buscar alternativas para mantenerse al día.

Somos fundamentalmente usuarios de los sistemas de información; sin embargo, esto demanda conocer las versiones más avanzadas del *software* y utilizar los recientes avances del *hardware*, de los periféricos y de las comunicaciones en general para poder cumplir adecuadamente con nuestra profesión.

Todo comunicador debe conocer las herramientas básicas de Internet, para estar en condiciones de buscar, analizar y presentar información actualizada a través del medio que conduce o para el cual produce; y, en general, para almacenar, procesar, recuperar o aplicar información para sus propósitos particulares. Para ello, resulta vital la práctica cotidiana mediante la cual aprendemos a dominar los recursos, superar inconvenientes o diferenciar entre la información objetiva, veraz y la antojadiza o falseada, que también se encuentra en el ciberespacio.

Ahora bien, es necesario tomar conciencia de la realidad, visualizando perspectivas laborales innovadoras, que vayan más allá del empleo asalariado al interior de los medios. Con el desarrollo tecnológico, se abren nuevas posibilidades de trabajo en las diversas áreas en las cuales puede laborar el Periodista, ya sea como productor de información, como asesor en operaciones de comunicación o como consultor especializado en el diseño de proyectos y actividades con componentes de comunicación. Contamos para ello con recursos tecnológicos cada vez más avanzados, que nos permiten nutrirnos de los recientes descubrimientos de la investigación especializada, así como de las experiencias practicadas en otras realidades, para construir criterios o modelos propios, medir su probable impacto y ponerlos en ejecución.

En el gráfico 2, intentaremos describir, al menos, parcialmente la complejidad del mercado laboral del periodista en la actualidad, donde intervienen una diversidad de variables que es menester analizar aunque sea brevemente.

Transitamos de manera acelerada en una ruta que suele denominarse la revolución de la información donde lo más importante viene a ser el conocimiento cada vez más global. Según el informe de la OIT sobre Tecnologías de la información, la revolución *on line* en los medios de comunicación y la industria del ocio está cambiando el modo de trabajo de los periodistas, a la vez que obliga a revisar los patrones de empleo y la distribución por sexo de los trabajadores en los medios y en las empresas dedicadas al ocio de todo el mundo (OIT, 2002).

Las empresas del sector se enfrentan al reto de la convergencia de las telecomunicaciones que supone el vertiginoso ritmo de cambio en la tecnología, en las comunicaciones y en la informática. Esta situación las obliga a formular nuevas estrategias creativas, las cuales generan a su vez nuevos paradigmas empresariales, produciéndose en consonancia con ello, modificaciones sustanciales en los valores empresariales tradicionales, que por cierto van a reflejarse en el perfil del profesional que requieren.

La flexibilidad y la precariedad del mercado laboral se expresan en realidades como la nuestra en el desinterés de las empresas por el cumplimiento de las normas específicas que regulan el trabajo periodístico. Así, por ejemplo, no se hacen efectivas las disposiciones legales que reglamentan dos días de descanso para los periodistas, jornadas más breves de trabajo y el pago de tres sueldos mínimos como remuneración básica. La mayor parte de los periodistas de los medios de comunicación no figuran en planilla.

Los paradigmas y estrategias empresariales, así como el avance tecnológico, generan nuevas funciones y tareas, que requieren innovar conocimientos, desarrollar aptitudes y, desde luego, poner en práctica nuevos comportamientos, lo que se aplica naturalmente al periodismo, implicando la demanda de renovados perfiles de personal. En este sentido, es posible vislumbrar ciertas tendencias: los puestos de trabajo desaparecen rápidamente<sup>1</sup> o se modifican pero, al mismo tiempo, se crean otros que no tienen nada o muy poco que ver con los anteriores y estamos convencidos de que en las próximas décadas la situación cambiará mucho más. Esta realidad demandará, tal como ya lo ha señalado la OIT, la necesidad de la reconversión laboral de los periodistas así como su permanente capacitación para las nuevas demandas que se le están

planteando. En esta tarea, es inobjetable que los medios de comunicación deban brindar su aporte, para contar con el personal que pueda cumplir de manera eficiente y eficaz con sus funciones, en un mercado altamente competitivo. Los medios locales y regionales deben entender que todo costo en capacitación es una inversión indispensable tanto para optimizar su labor de servicio a la comunidad como para presentar un producto comunicacional con mayores estándares de calidad.

GRÁFICO 2  
MERCADO LABORAL DEL PERIODISTA



Elaboración: ALR

Asimismo, se está modificando considerablemente la misma concepción de puesto, hablándose ya de entorno de funciones de trabajo en el que una o más personas pueden y deben intervenir para lograr el producto final. La creciente implantación del teletrabajo, entre otros cambios, hace factible que algunos periodistas presten sus servicios en la actualidad fuera de las instalaciones del medio, enviando sus notas, gráficos o infografías desde la comodidad de su hogar convertido en sala de trabajo, donde pueden procesar los datos en su computadora personal, revisando y contactando innumerables fuentes a través de Internet. Obviamente, este periodista, al que suponemos altamente calificado, pues tiene la posibilidad de trabajar de manera independiente, no formará parte de las redes sociales que se conforman entre los trabajadores que interactúan en la sede del medio, adonde solamente irá para ciertas reuniones de coordinación; pero desde luego formará parte activa de otras redes sociales que se hacen efectivas en el ciberespacio.

Por otro lado, los propios organismos internacionales reconocen que los profesionales de la información deberán sufrir procesos de reconversión laboral, para reajustarse a las necesidades del mercado, o para decirlo en palabras más simples, para no quedarse sin empleo. Queda como alternativa para el periodista el trabajo independiente, creando su propio medio: experiencia tal vez azarosa, pero que tiene el antecedente de experiencias exitosas.

#### Universidades, docentes y estudiantes en la era del conocimiento

Las universidades no pueden mantenerse al margen de los cambios sociales. No tiene sentido desarrollar competencias en sus estudiantes para que estén en condiciones de responder solamente a las expectativas actuales. Más bien, los centros de estudios superiores deben contribuir de manera decidida para que sus estudiantes se conviertan en profesionales altamente competitivos preparados para asumir los nuevos retos de la sociedad del mañana que, sin duda, será en esencia una sociedad global altamente competitiva. La acreditación es una necesidad para las universidades que quieren alcanzar adecuados estándares de

calidad internacional en su funcionamiento y en la actividad de formar cuadros profesionales altamente capacitados.

Esta cambiante realidad exige nuevas estrategias para el manejo financiero de las instituciones educativas pues, dadas las condiciones del mercado, no es fácil elevar los costos de las pensiones o aranceles, pues cuando ello se produce de manera abrupta se producen deserciones del alumnado que ocasionan serios desajustes. En el caso de las universidades nacionales, ello representa un verdadero dolor de cabeza, pues las limitaciones presupuestarias que implican eventualmente el recorte de recursos para el sector, demandan la generación y puesta en marcha de soluciones creativas tales como la de prestación de servicios a terceros en asesoría, capacitación, investigación o producción.

Con el acelerado desarrollo de Internet y su inserción como parte habitual del entorno cotidiano, se crean nuevas demandas para las facultades de comunicación. Ahora, las salas de cómputo utilizadas para la enseñanza deben contar con acceso a la red mundial, con un creciente ancho de banda, dadas las exigencias del sistema y porque los usuarios universitarios ocupan habitualmente mucho espacio, tanto para el aprendizaje y el intercambio como para la recreación, que en algunos casos está estrictamente prohibida, pero a la cual se accede aunque sea subrepticamente. Resulta constante la demanda de actualización del *hardware*, del *software*, y de los periféricos, por lo cual los costos de enseñanza per cápita se incrementan también.

Desde luego la tecnología demanda exigencias para el presupuesto universitario. El periodo de obsolescencia de las tecnologías de la comunicación es ahora tan breve que cuando un producto logra niveles globales de consumo, su reemplazo ya se está introduciendo en los países más desarrollados. Mientras tanto, en ese mismo momento, en los laboratorios más avanzados del mundo, en una incesante carrera, equipos altamente calificados de científicos y técnicos están probando los prototipos de los recursos tecnológicos del futuro próximo.

No obstante, de nada vale la tecnología, si para su uso no se aplican los criterios metodológicos apropiados y se incentiva su empleo adecuado por parte de los docentes, quienes deben estar convenientemente capacitados para estos menesteres. Usar una presentación audiovisual

con abundante texto escaneado de un libro, aunque sea muy actualizado, no sirve más que para aburrir a los estudiantes, dejándose así de lado toda la potencialidad que el sistema posee como herramienta para motivar al estudiante y lograr una optimización del proceso de enseñanza-aprendizaje. Resulta interesante, en este sentido, entender, como Casas (2005), que las nuevas tecnologías tales como Internet son facilitadores del proceso de aprendizaje, requiriendo por ello de la orientación del maestro.

Los cánones bajo los cuales se proyectaba tradicionalmente una carrera universitaria estaban basados en la continuidad de la vigencia del sistema social, de la tecnología y del ejercicio profesional. Esta visión es una herencia milenaria que proviene del Trivium y del Quadrivium y que se formaliza en la expresión *Magíster dixit*, que a pesar de los años y del desarrollo tecnológico, aún sobrevive en la mentalidad y en la práctica de algunos docentes universitarios.

Compartimos con Kane, Sandretto y Heath (2002), la apreciación de que no está clara la manera en que los académicos se desarrollan como docentes. Al parecer estos configuran en el aula sus creencias y concepciones sobre la docencia universitaria tanto como sus propios objetivos e intenciones. Por ello, y por lo que dicta la experiencia en el terreno, no resulta apropiado improvisar como docente a un egresado de Comunicación que no cuenta con experiencia profesional en su área, aun cuando se trate de quien obtuvo el promedio más alto a lo largo de sus estudios. Estimamos que debe exigirse cuando menos dos años de experiencia para poder hacerse cargo de una cátedra. Al haber trabajado en su profesión lejos de las aulas universitarias, el profesional tendrá una idea más clara de las reales implicancias de su profesión y de aquellas competencias que debe poseer quien egresa, para lograr una socialización rápida y efectiva en el ámbito laboral. No obstante también entendemos como válida la formación del docente desde ayudante de cátedra, integrado en equipos de trabajo con docentes calificados quienes se encarguen de desarrollar sus competencias para la actividad académica.

No tiene asidero el pretexto de que quien enseña no es un profesional de la educación, pues el dedicarse a la enseñanza universitaria supone la obligación de capacitarse para lograr un desempeño óptimo en su tarea

docente. En este particular, las competencias del comunicador profesional serán sumamente útiles.

Dees *et. al.* (2007), plantean un modelo transaccional de enseñanza-aprendizaje que creemos menester analizar detalladamente. Consideran siete factores que interactúan con la transacción enseñanza/aprendizaje, que describiremos brevemente, acotando que el orden de su tratamiento no implica necesariamente una jerarquía entre los mismos.

1. Docente: Las creencias y las teorías educativas que sustentan su accionar así como las experiencias influyen sobre su desempeño.
2. Ambiente: Entorno físico con sus fortalezas y debilidades.
3. Estilo: El clima psicológico que genera el docente.
4. Modalidad: Las estrategias instruccionales que emplea.
5. Contenido: Involucra el conocimiento de la temática, su correspondencia con las exigencias actuales y su significación para el estudiante.
6. El estudiante: Con sus estilos de aprendizaje, sus motivaciones y expectativas.
7. Evaluación: la clase de evaluación que se emplea y sus resultados.

Ya no podemos formar profesionales en masa sino proyectarnos en las necesidades futuras de un mercado que, como el de las comunicaciones, demanda constante innovación. El análisis prospectivo es un requisito de primera importancia. De nada vale pensar en lo que queremos ahora sin tener claro qué se exigirá mañana al comunicador. El diseño de un escenario de futuro es fundamental, pero no debe basarse en un mero ejercicio especulativo sobre lo que podría pasar en el futuro, sino en un acucioso análisis en el que se empleen los recursos que ha desarrollado y puesto en práctica la prospectiva.

Sonia Palma (1998), afirma que en los últimos años se han conformado comisiones curriculares en universidades públicas y privadas para responder a la necesidad de adecuar la formación profesional a las demandas del mercado, orientado además a desarrollar competencias en los estudiantes para el empleo autogenerado y el espíritu empresarial. Por mejor intención que pudiera existir, resulta un sinsentido la propuesta

de un nuevo plan académico elaborado individualmente por algún funcionario universitario, por más buena voluntad que tuviere, y por más capacitado que se encuentre. Si esto resulta absurdo en cualquier especialidad lo es más en el terreno de la comunicación que justamente presupone intercambio de criterios pues nadie es dueño de la verdad absoluta. Estimamos que para este propósito es indispensable dejar de lado los dogmatismos y las cerradas perspectivas del análisis disciplinario para analizar y compartir experiencias procedentes de diversas fuentes y realidades. Entendemos que en la actualidad es indispensable la integración de conocimientos para la evaluación y propuesta de nuevos planes de estudio en las Universidades. Necesariamente, la renovación de la malla curricular debe ser fruto del trabajo de un equipo integrado por especialistas capacitados de diversas disciplinas.

Siendo el periodismo una profesión liberal, se supone que quienes la estudiaron deben contar con los conocimientos y recursos instrumentales suficientes para desarrollar alternativas de trabajo propio, ya sea de manera individual o asociándose para conformar empresas de producción o asesoramiento. Habría que preguntarse qué tanto se preocupa efectivamente la universidad por orientar a sus educandos para el desempeño en estas nuevas líneas de trabajo. También habría que extender estas posibilidades. Estamos convencidos de que las Universidades deberán reformular sus paradigmas educacionales, para crear fórmulas alternativas o para poner en práctica las ya existentes, de manera tal que aplicando creativamente las tecnologías, extiendan sus servicios a todos los colegas que trabajan en los diversos lugares del país, quienes no cuentan con horarios fijos para dedicarle a los estudios, pero que como todos nosotros necesitan capacitarse permanentemente.

Desde nuestro punto de vista, no resulta funcional el supuesto de que todos los jóvenes ya contarían con un *background* suficiente, de manera tal que no sería necesario capacitarlos en el uso de tecnologías. Empero, si bien nos encontramos en la sociedad del conocimiento, no todos los alumnos saben lo suficiente acerca del uso de Internet, para manejarse mejor en el entorno, satisfacer sus necesidades de información o servir adecuadamente a la sociedad. Resulta más frecuente de lo que pudiera pensarse, encontrarse con alumnos que manejan con cierta suficiencia

el chat o el correo electrónico, y que son expertos en participar en juegos electrónicos, pero que prácticamente desconocen los sistemas de búsqueda de datos, de manera tal que, si bien no son analfabetos funcionales, apenas saben usar lo mínimo de los ingentes recursos que nos ofrece Internet.

Lo cierto es que este acceso al conocimiento colocado en el ciberespacio, exige una serie de competencias particulares, que en todo caso están interrelacionadas. En el cuadro 1 intentamos consignar las fundamentales.

CUADRO 1  
COMPETENCIAS BÁSICAS PARA EL USO DE INTERNET EN LA ACTIVIDAD ACADÉMICA

DESCRIPTORES	COMPETENCIAS
Conocimientos básicos sobre la computadora	- Ensamblar el sistema - Diferenciar el hardware del software
Destrezas motoras para manejo de una computadora	- Manipular el mouse - Manejar el teclado
Conocimientos específicos adquiridos por la interacción cotidiana con el sistema	- Controlar la configuración del sistema - Dominar la jerga típica - Aplicar procedimientos de registro y almacenamiento de datos - Reiniciar la máquina - Usar atajos
Conocimiento del software. Al menos a nivel de usuario.	- Manejar el menú básico - Configurar las páginas - Usar los lenguajes así como las posibilidades de conversión entre los mismos.
Conocimiento de los diversos recursos de Internet	- Acceder a la red - Consultar los motores de búsqueda - Utilizar bases de datos - Descargar archivos - Convertir archivos - Leer, enviar y archivar mensajes de correo - Abrir sistema de chat - Chatear - Producir un blog - Colocar recursos de diverso tipo en el blog - Gestionar el blog - Abrir una cuenta en una red social - Subir información a la cuenta de red social - Gestionar cuenta en una red social

Elaboración: ALR

Amén de las competencias señaladas, se demanda por cierto una buena dosis de paciencia y un adecuado nivel de tolerancia ante las frustraciones. Es factible que encontremos rápidamente abundantes datos y que el tiempo no nos alcance para revisar todo lo que quisiéramos en ese momento; pero también sucede que en ciertas ocasiones las búsquedas son infructuosas y al parecer no logramos la información que deseamos. Aquí es importante perseverar para encontrar la brújula que nos oriente entre los intrincados laberintos del ciberespacio y nos conduzca al buen puerto donde hallaremos al fin y al cabo lo que buscábamos con tanta dedicación.

Constatamos que aunque resulte paradójico, algunos docentes universitarios no utilizan los recursos de Internet por desconocimiento o falta de experticia, a pesar de laborar en una institución que cuenta con el servicio de acceso gratuito. Y no resulta raro que sean estas mismas personas quienes se oponen a la innovación bajo la presunción de que resulta onerosa para la institución educativa. Craso error, pues no toman en cuenta que existen bancos de datos electrónicos prácticamente para cualquier especialidad, muchos de ellos con acceso irrestricto para cualquier cibernauta, poniendo a nuestro alcance información actualizada previamente catalogada, que nos permite estar al día con los últimos avances de la disciplina que nos interesa.

Desde luego, la tecnología por sí misma no lo resuelve todo. Nos facilita el acceso, ciertamente, pero debemos estar claros en cuanto a la información que queremos lograr, y convencernos que Internet no es el único medio para satisfacer nuestra necesidad de datos, sino que existen otras fuentes de información valiosas para la investigación que no podemos obviar. En este sentido es preocupante observar que mientras los laboratorios de cómputo de las instituciones educativas deban ampliarse constantemente para satisfacer las demandas, las bibliotecas permanezcan poco menos que desiertas.

Ahora bien, en cuanto a la selección de la información, es bien cierto que existen motores de búsqueda y otros sistemas que nos entregan datos preseleccionados; no obstante, el buen criterio, el juicio del experto es importantísimo, pues finalmente decidirá entre lo que resulta útil y aquello que debe descartarse. No es novedad afirmar que en el

ciberespacio existe información desechable a la cual Alejandro Piscitelli ha llamado “basura electrónica”, y también se apela a la farsa, la estafa o el burdo plagio, por lo cual es necesario validar las fuentes.

Articular conocimientos demanda manejo conceptual apropiado así como la puesta en marcha de operaciones de comparación, análisis y síntesis, las cuales deben ser fruto del ejercicio intelectual. Aplicar los conocimientos involucra, desde luego, una percepción apropiada de la realidad, que nos permita entender qué resulta lo más adecuado para sus condiciones específicas. Y en esta construcción de la realidad, ahora apoyada con los recursos tecnológicos más avanzados, interviene indiscutiblemente el maestro, quien debe desarrollar las competencias en su alumnado. El docente ya no sería aquí el referente único pues se convierte, a decir de Colás (2003), en un “gestor de la formación” que se ocupa de gestionar las capacidades de sus alumnos motivando sus posibilidades de un aprendizaje.

José Soriano, uno de los más entusiastas propulsores de Internet en el Perú, nos comentaba hacia mediados de los 90 sobre las enormes posibilidades que suponía Internet para las Universidades, pues hacía factible producir sus propios medios de comunicación con costos sumamente reducidos, permitiendo a sus estudiantes contar con la necesaria práctica profesional, requerida para insertarse posteriormente de manera competitiva en el mercado laboral. Estimamos que, en este caso, una de las ventajas que ofrece Internet es la retroalimentación, vital para quien se encuentra en proceso formativo pues, tal como lo sostiene María Teresa Quiroz (1997), para mejorar la calidad de sus productos deben obtener la posibilidad de someterlos a la opinión de la sociedad, y qué gran ventaja que en este caso puedan recibir los puntos de vista de personas procedentes de diversas realidades, ya sea en formatos preestablecidos accesibles mediante un hipervínculo o a través del correo electrónico.

Hablando de los alumnos universitarios, cabe que ellos desarrollen nuevas maneras creativas de enfrentar a la realidad, se convenzan plenamente de que la academia no lo da todo, siendo indispensable que ellos mismos se esfuercen con mayor dedicación para alcanzar sus metas, que no tienen por qué circunscribirse a laborar en los medios o para los

medios. Usando una metáfora surgida en el marco del VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, es menester dejar de ser analógicos para convertirse en digitalizados.

La navegación por el ciberespacio nos da acceso a ingentes fuentes de conocimiento pero, naturalmente, todo depende de quién sea el “conductor” durante el paseo virtual. Los estudios realizados en diversas realidades nos revelan que un porcentaje mayoritario de usuarios de la red lo hacen con fines de recreación. Sobre el particular, sucede que personas a quienes vemos con mucha frecuencia pasar hora tras hora utilizando la red, son todas unas expertas para entrar en competencia *on line* con cierto videojuego o en manejarse simultáneamente con varias ventanas de chat. Sin embargo, prácticamente desconocen cómo encontrar material especializado utilizando cierto motor de búsqueda o ignoran los criterios mínimos para investigar en el ciberespacio.

Al respecto, compartimos con varios colegas la preocupación por la disminución de los estándares de calidad de la mayor parte de los trabajos académicos realizados por los alumnos, quienes a pesar de contar con mayores posibilidades de acceso a la información que los alumnos de generaciones previas, no han sabido responder a las expectativas de sus maestros, creyendo que la tecnología puede solucionarlo todo. Desde luego, ello obedece también a otros condicionantes de índole social y cultural que no trataremos aquí. No obstante, creemos necesario anotar que, a lo largo de los años, hemos visto centenares de alumnos universitarios con capacidad suficiente, perdidos en el mar de la desconfianza y el facilismo, estudiando meramente para aprobar sus cursos, sin utilizar todas sus potencialidades.

Profesores universitarios de distintos lugares, inclusive de países desarrollados, relatan la existencia de “trabajos de investigación” realizados por sus alumnos que han significado simplemente copiar y pegar un texto encontrado en Internet.

Evidentemente, prepararse para una carrera profesional es algo más que permanecer en la Universidad, pues pasa por el aprendizaje constante y sólido que capacitará para enfrentarse adecuadamente al mercado laboral, y que tendrá como un valor agregado que disciplinará al estudiante para esforzarse constantemente por aprender. En esta época

de Internet 2.0 y de las redes sociales virtuales, se cuenta con una importante fuente de intercambio de conocimientos con estudiantes de otras latitudes y también con especialistas. El propio desarrollo profesional puede verse favorecido por la facilidad de convertirse en productor de contenidos.

Cuántas veces hemos escuchado lamentarse a nuestros egresados, preguntándose a sí mismos ¿por qué no aproveché mejor las oportunidades en la Universidad?, ¿por qué no supe darme el tiempo para aprender mejor?, ¿por qué no utilicé mejor las oportunidades que me daba la Universidad?

¿Qué podemos decirles nosotros, quienes para usar los términos del inolvidable Mario Kaplún, somos meramente los facilitadores del aprendizaje en las aulas? Las respuestas a nuestros alumnos se las damos día a día en las aulas, con lo que hacemos y decimos, y también por cierto, con lo que dejamos de decir.

#### Notas

- 1 Por ejemplo, en las cadena de producción de los medios impresos ya pasaron a formar parte de la historia diversos puestos tales como los de linotipista, cajista, operador de composer, montajista, entre otros; pero aparecieron otros y se transformaron algunos, como el de diagramador, quien ya no trabaja con su tipómetro y hojas milimetradas, sino con una computadora dotada con software de diseño, que posibilita ver en pantalla el arte final y hasta imprimirlo.

#### Referencias

- CASAS, M. (2005). “Nueva universidad ante la sociedad del conocimiento” [artículo en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)* (vol. 2, n° 2). UOC. [Fecha de consulta: 10/setiembre/2008].  
<http://www.uoc.edu/rusc/2/2/dt/esp/casas.pdf>

- COLÁS, P. (2003) "Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento", *Comunicar*, N° 20, marzo, 31-35.
- DEES, D., INGRAM, A., KOVALIK, C. HUFFMAN, M., MCCLELLAND, A. y JUSTICE, L. (2007) "A Transactional Model of College Teaching", *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, Volume 19, Number 2, 130-139.
- GUERRERO, S. (2002) "Prensa, poder y política: Vladivideos. Criterios para un replanteamiento de la ética en la empresa informativa", *Comunifé*, 2, 99-118.
- KANE, R., SANDRETTO, S. y HEATH, C. (2002) "Telling Half the Story: A Critical Review of Research on the Teaching Beliefs and Practices of University Academics", *Review of Educational Research*, Summer, Vol. 72, N° 2, 177-228.
- OIT (2000) "Las tecnologías de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo: Sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales", Ginebra, Organización Internacional del Trabajo.  
<http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/smei00/smeir.htm#indice>
- QUIROZ, M. T. (1997) "¿Empresarios que forman profesionales?", *Signo y Pensamiento*, 31, 113-122.

Correo electrónico: amaro@unife.edu.pe