

El papel de la academia en la remediación del periodismo. Apuntes del Primer Congreso Mundial de Educación para el Periodismo, Singapur, 25-28 de julio **Octavio Islas¹**

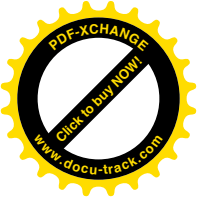
La tecnología del periódico impreso –que efectivamente, en alguna ocasión fue “nueva tecnología”- y la producción industrial, representaron contribuciones definitivas en el proceso de transformación del periódico vecinal en medio de información masiva. Durante el siglo XIX esporádicas innovaciones tecnológicas favorecieron la expansión del periodismo industrial.

De acuerdo con Pablo Boczkowski, el periódico impreso alcanzó enorme grado de familiaridad en el siglo XX gracias a tres atributos: antigüedad, ubicuidad y estandarización. Las innovaciones tecnológicas entonces no representaban dilema alguno para la expansión de la industria periodística, por el contrario, éstas favorecieron su desarrollo.

La introducción de la World Wide Web, en 1993, pronto transformó la “amigable” relación histórica del periodismo industrial con las innovaciones tecnológicas. Entre los primeros cambios es posible destacar la introducción de computadoras en las salas de redacción. No sin enfrentar grandes resistencias, las computadoras modificaron la organización y estructura de éstas, alterando hábitos e inercias del oficio y el quéhacer mismo de los periodistas. Así Internet empezó a modificar la ecología cultural del periodismo.

En la agonía de la década de 1990, afirmaciones relativas al inminente fin del periodismo impreso solían ser consideradas como absurdas. Sin embargo, en años recientes tales advertencias han generado incertidumbre y preocupación en la industria de los medios impresos.

Con excepciones como China e India, hoy la mayoría de los periódicos enfrentan la sensible disminución de un considerable número de lectores y, peor aún, la de algunos de sus principales anunciantes, quienes han optado por invertir su dinero y confianza en



otros medios de comunicación.

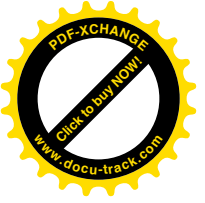
Para adecuarse a las duras exigencias de la sociedad de la información y el conocimiento, los principales periódicos impresos optaron por ensayar una profunda remediación del periodismo² al desarrollar versiones en línea.

Como signo de los nuevos tiempos, directivos del *Post Och Inrikes Tidningar*, el diario más antiguo del mundo, publicado desde 1645, en Suecia, decidieron retirar su versión impresa para sólo publicar el diario en línea a partir del primero de enero de 2007.

A finales del mes de enero de 2007, directivos de *Los Angeles Times* -uno de los periódicos más importantes de Estados Unidos-, dieron a conocer la reestructuración del diario para convertir a Internet en *su* prioridad por encima de la edición impresa. Para los directivos de *Los Angeles Times*, la competencia informativa se ubica en el plano del ciberespacio.

También reconociendo al ciberespacio como principal escenario de la nueva competencia informativa, *The New York Times* decidió vender su canal de televisión y centrar su atención en Internet.

La versión en línea debe ser entendida como nuevo medio de comunicación y no como nuevo servicio informativo de valor agregado. Aún cuando la versión en línea sea entendida como un medio de comunicación nuevo e independiente, el poder articular un modelo financiero que efectivamente genere atractivas ganancias –similares a las alcanzadas por el periódico impreso en sus mejores días-, asegurando además la fidelidad de un considerable número de usuarios y lectores, ello, sin embargo, de ninguna manera garantizará la supervivencia y rentabilidad de la versión impresa.

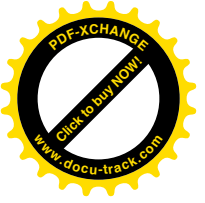


A pesar de los esfuerzos realizados, la mayoría de los periódicos venden menos ejemplares cada año y las ganancias que obtienen a través de Internet aún resultan exiguas.

Sensibles a los grandes dilemas que enfrenta el periodismo y, en general los medios impresos, directivos de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJM), en el marco de la a decimosexta conferencia anual de la Asian Media and Communication Centre (AMIC),³ convocaron a representantes institucionales de las principales asociaciones dedicadas al estudio y la investigación del periodismo y las ciencias de la comunicación, para participar, del 25 al 28 de julio, en Singapur, en el Primer Congreso Mundial de Educación para el Periodismo (WJEC).⁴

En el Primer Congreso Mundial de Educación para el Periodismo participaron representantes institucionales de 27 de las principales asociaciones dedicadas a la enseñanza y la investigación del periodismo y las ciencias de la comunicación:

- African Council on Communications Education (ACCE)
- Arab-US Association of Communication Educators (AUSACE)
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC)
- Association for Education in Journalism and Mass Communication (US)
- Association for Journalism Education (UK)
- Association of Schools of Journalism and Mass Education (US)
- Brazilian Society of Interdisciplinary Studies in Communication (Intercom)
- Broadcast Education Association (US)
- Canadian Committee for Education in Journalism (CCEJ)
- Chinese Communication Association (US-based)
- Chinese Journalism Education Association
- European Journalism Training Association (EJTA)
- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) Internacional
- International Association of Media and Communication Research (IAMCR)
- International Communication Association (ICA) -Journalism Division-
- Israel Communication Association
- Journalism Education Association (Australia y Nueva Zelanda)
- JourNet
- Korean Society for Journalism and Communication Studies
- Philippine Association for Education in Journalism
- Russian Association for Education in Journalism



Russian Association for Film & Media Education
Saudi Association for Media and Communication
Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)
South African Communication Association
The Japan Society for Studies in Journalism and Mass Communication (JSSIMC)
Trans-African Council for Communication (TRACCE)

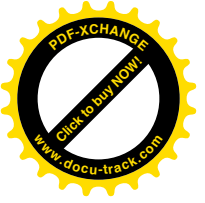
Joe Foote, profesor de la Universidad de Oklahoma (Estados Unidos) y miembro de la Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJM),⁵ fue el principal promotor del Primer Congreso Mundial de Educación para el Periodismo, cuya organización y logística corrieron a cargo de profesores de la Universidad de Oklahoma, así como de miembros de la AEJM.

Profesores e investigadores de la Universidad de Oklahoma observan un papel protagónico en la AEJM. Charles Self, por ejemplo, es presidente electo de la AEJM; Joe Foote, principal promotor del congreso. Ambos además trabajan para el Gaylord Collage of Journalism and Mass Communication de la Universidad de Oklahoma.⁶

En el marco del congreso, directivos de la AEJM dieron a conocer los resultados del *Reporte 2007 de la WJEC*. De acuerdo con lo asentado en el referido estudio, se dispone información relativa a 1,859 escuelas en las cuales son impartidos programas de estudios en periodismo.

Tabla 1 Número y porcentaje de escuelas y/o universidades que imparten programas de estudios en periodismo en el mundo.

Región	Total	Porcentaje
África	116	6.35%
Asia	362	19.47%
Europa	408	21.95%
América Latina	368	19.80%
Medio Oriente	73	3.93%
Norteamérica (Estados Unidos y Canadá)	476	25.61%
Oceanía	54	2.90%
Total	1,858	100%



Fuente: *Reporte 2007 de la WJEC*.

Las 368 instituciones educativas de América Latina en las cuales son impartidos programas de estudios en periodismo estarían ubicadas en los siguientes países:

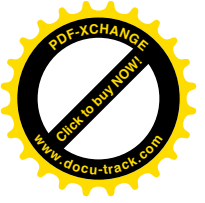
Tabla 2 Número de escuelas y universidades que imparten programas de estudios en periodismo en el mundo

País	Total	Porcentaje
Argentina	39	10.59%
Bolivia	12	3.26%
Brasil	103	27.98%
Chile	26	7.06%
Colombia	36	9.78
República Dominicana	6	1.63%
Ecuador	2	0.54%
El Salvador	3	0.81%
México	83	22.55%
Nicaragua	2	0.54%
Panamá	2	0.54%
Paraguay	6	1.63%
Perú	23	6.25%
Puerto Rico	7	1.90%
Trinidad y Tobago	1	0.27%
Uruguay	5	1.35%
Venezuela	12	3.26%
Total	368	100%

Fuente: *Reporte 2007 de la WJEC*.

Es fácil advertir algunos errores en el registro de la información asentada el *Reporte 2007 de la WJEC*. En México, por ejemplo, la relación de instituciones educativas de ninguna manera se restringe aquellas escuelas y universidades que ofrecen programas de periodismo. En el listado fueron incluidas instituciones que ofrecen programas de licenciatura y posgrados en ciencias de la comunicación.

El estudio podría resultar de gran utilidad en la medida en que las organizaciones que participaron en el Primer Congreso Mundial de Educación para el Periodismo, efectivamente se involucren en depurar la información obtenida, dándose además a la



tarea de reunir la información faltante.

Además de presentar los resultados del *Reporte 2007 de la WJEC*, los directivos de la Association for Education in Journalism and Mass Communication sometieron a la consideración de los representantes institucionales de las principales organizaciones dedicadas a la enseñanza y la investigación del periodismo, la “Declaración de Principios para la Enseñanza del Periodismo”. El documento en cuestión fue objeto de algunas correcciones. El texto final es el siguiente:

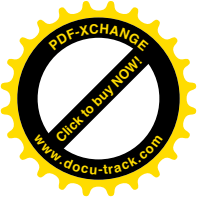
“Los representantes institucionales de las asociaciones dedicadas a la enseñanza del periodismo, compartimos preocupaciones e intereses comunes sobre la naturaleza, papel, importancia y futuro de la educación del periodismo en el mundo. De forma unánime afirmamos que la educación del periodismo proporciona la fundamentación necesaria como teoría, la investigación y el entrenamiento para la práctica eficaz y responsable del periodismo.

La educación del periodismo se define de diversas maneras. En la base está el estudio de todos los tipos de periodismo. El periodismo debe servir al público de manera importante, pero puede hacerlo solamente si sus practicantes dominan un campo cada vez más complejo de conocimientos y habilidades especializadas.

Ser periodista responsable debe implicar, sobretodo, un compromiso ético hacia el público. El compromiso debe incluir la comprensión y el aprecio profundo del papel que el periodismo juega en la formación, desarrollo y perpetuación de la sociedad informada.

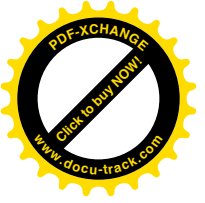
Prometemos trabajar juntos para consolidar la educación del periodismo e incrementar su valor con los estudiantes, los patrones y el público. En el proceso para cumplir con nuestro compromiso nos guiaremos por los siguientes principios:

- 1 El corazón de la educación del periodismo comprende un equilibrio de los contenidos conceptual, filosófico y práctico. La educación del periodismo es interdisciplinaria, y al mismo tiempo supone un campo académico por derecho propio y un cuerpo distintivo del conocimiento y la teoría.
- 2 El periodismo es un campo apropiado para los estudios universitarios desde niveles de licenciatura hasta posgrado. Los programas de estudios en periodismo comprenden una gama completa de grados



académicos que incluyen estudios de licenciatura, maestría y doctorado, así como diplomados y cursos de especialización.

- 3 Los educadores del periodismo deben ser académicos y practicantes del periodismo; es importante que los educadores tengan experiencia profesional como periodistas.
- 4 Los planes de estudios para la enseñanza del periodismo deben incluir una variedad de cursos destinados al desarrollo de las habilidades profesionales, como el estudio de la ética del periodismo, su historia, el estudio de las estructuras de los medios y de las instituciones nacionales e internacionales, el análisis crítico del contenido de los medios y del periodismo como profesión. Además deben incluirse cursos sobre el papel social, político y cultural de los medios en la sociedad, así como talleres sobre dirección de medios y economía. En algunos países, la educación del periodismo además incluye temas asociados, como relaciones públicas, publicidad, y asignaturas destinadas a la producción de medios
- 5 Los educadores del periodismo tienen un importante compromiso en la misión de promover la alfabetización mediática en las instituciones académicas en que laboran, como con el público en general.
- 6 Los graduados de los programas de periodismo deben estar capacitados para trabajar como practicantes altamente informados, confiados de sus altos principios éticos para satisfacer las obligaciones públicas centradas en el interés de su trabajo.
- 7 La mayoría de los programas de licenciatura y muchos programas de maestría en periodismo tienen una fuerte orientación vocacional. En esos programas es de capital importancia el aprendizaje práctico que se adquiere en los laboratorios, pasantías y también a través de programas de servicio profesional.
- 8 Los educadores del periodismo deben mantener estrechos vínculos con la industria de los medios. Deben ejercitar la crítica en prácticas profesionales y ofrecer consejos a la industria basados en su reflexión.
- 9 El periodismo es un intenso campo tecnológico. Los practicantes necesitan dominar una variedad de herramientas computacionales. En la práctica, la educación del periodismo debe proporcionar orientación sobre esas herramientas.
- 10 El periodismo es un esfuerzo global; los estudiantes de periodismo deben aprender que a pesar de diferencias políticas y culturales, comparten importantes valores y metas profesionales con sus pares en otras naciones. En la práctica, la educación del periodismo debe



proporcionar a los estudiantes la experiencia, de primera mano, de la manera cómo se practica el periodismo en otras naciones.

- 11 Los educadores del periodismo tienen la obligación de colaborar con sus colegas en el mundo para proporcionarles ayuda y apoyarles de modo que la educación del periodismo pueda ganar fuerza como disciplina académica y desempeñar un papel más eficaz que ayude al periodismo a alcanzar su máxima plenitud”.

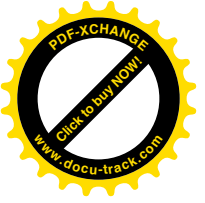
El 24 de agosto de 2006, la portada de la versión impresa de *The Economist* formulaba una pregunta que generaría gran conmoción al interior de la industria de los medios impresos: Who Killed the newspaper? De acuerdo con el artículo de *The Economist*, el último periódico impreso será tirado a la basura en el año 2043.

El ciberespacio efectivamente representa el escenario lógico de la nueva competencia informativa. En la competencia informativa en el ciberespacio participan conglomerados multimedia, medios convencionales que han decidido *remediarse* a través de Internet y, por supuesto, medios informativos concebidos en Internet. En el ciberespacio poco importan las fronteras que suelen aún afirmar algunos medios convencionales.

Debemos entender que en la web 2.0 así como ambientes posteriores permiten que cada individuo que cuente con acceso a Internet y que disponga de los conocimientos elementales para desarrollar un blog, publique sus opiniones sin depender de ningún tipo de editores.

Ramón Alberto Garza –director de *Reporte Índigo*–, la información se volvió un “commodity”. Todos tenemos acceso a la información gracias a Internet, y ahora la gente no está dispuesta a pagar por información que puede encontrar en la Red. Lectores y televidentes sólo están dispuestos a pagar por entretenimiento.

De acuerdo con Álvaro Vargas Llosa,⁷ la mayoría de los diarios de América, Europa y América Latina han incurrido en el error de “haber encarado esta tendencia como un desafío financiero y tecnológico en vez de un fenómeno cultural”.



El tránsito de la tinta y el papel al píxel y la pantalla efectivamente no ha resultado sencillo para periodistas, para dueños de los medios impresos y también, por supuesto, para académicos e investigadores de la comunicación. Resulta imposible afirmar por decreto indispensabilidad de la enseñanza del periodismo en las universidades. La relevancia de la contribución de las universidades a la enseñanza del periodismo dependerá de su propia remediación.

De la productiva remediación de la academia de comunicación deberán derivarse algunas respuestas prácticas a los retos y exigencias profesionales que impone tan complejo fenómeno cultural.

Bibliografía

Alexander, J. (2006). *Digital youth. Emerging literacies on the World Wide Web*. USA: Hampton Press.

Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación de los diarios online*. Argentina: Manantial.

Briggs, A., y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus: Colombia.

Fidler, R. (1997) *Mediamorphosis*. California: Thousand Oaks.

Levinson, P. (1997). *The soft age. A natural history ad future of the information revolution*. London: Routeledge.

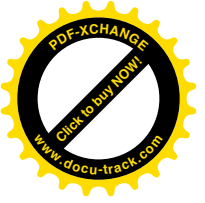
Levinson, P. (2004) *Cellphone. The story of the world's most mobile medium and how it has transformed everything*. Palgrave, New York, N.Y.

McLuhan, M. y McLuhan, E. (1988). *Laws of Media: The New Science*. Toronto: University of Toronto Press.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.

Piscitelli, A. (1998). *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.

Postman, N., y Weingartner, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*. New York: Delacorte.



Reig, R. (2002). *La comunicación en su contexto. Una visión desde el periodismo*. España: Centro Andaluz del Libro.

Rojo, P. (2003). *Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de la prensa ante la convergencia mediática*. España: Comunicación Social ediciones y publicaciones.

Rojo, P. (2005). *Prensa y sociedad de la información (1). Convergencia y diversificación de los medios impresos en la nueva era digital*. España: Visión Net.

Strate, L. Jacobson R., y Gibson S., (1997). *Communication and Cyberspace. Social Interaction in an Electronic Environment*. New Jersey: Hampton Press.

¹ Director de Proyecto Internet-Cátedra de Comunicación Estratégica y Cibercultura. Coordinador de los consejos editoriales de Revista Mexicana de Comunicación, y Razón y Palabra. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Su correo es octavio.islas@itesm.mx y su blog principal: <http://www.espacioblog.com/octavio-islas>

² El concepto “remediación”, por lo menos admite dos interpretaciones en ecología de medios. En el libro *The Soft Age*, Paul Levinson (1997) empleó el término “medio remedial” para describir como nuestras sociedades utilizan un medio para reformar o mejorar a otro. De acuerdo con Levinson, en un esfuerzo del cual no siempre somos conscientes, intentamos hacer que los medios se parezcan más al hombre. En uno de sus recientes libros: *Cellphone. The story of the world’s most mobile medium and how it has transformed everything*, Levinson afirmó que los medios de comunicación aún compiten -y de forma más intensa- por la atención de las personas (Levinson. 2004: 12). En términos darwinianos -sugiere Levinson-, la selección del ambiente mediático queda en manos de las personas, quienes contribuyen con su preferencia a la evolución de un medio determinado. Constantemente se decide entre ir al cine o quedarse en casa a ver televisión, leer un libro o ver un video, hablar por celular o enviar un correo electrónico. Los medios no evolucionan por una selección natural sino por una elección humana. El medio que mejor evoluciona es aquel que se ajusta más a las diversas necesidades del hombre. El proceso de remediación de los medios de comunicación sintetiza tal adecuación dialéctica que permite a los medios de comunicación “imitar” las facultades u órganos del ser humano. Jay Bolter y Richard Grusin² emplean el concepto **remediación** para describir las relaciones formales de interdependencia cultural que existen entre dos o varios medios, argumentando que en las primeras líneas de *Comprender a los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, Marshall McLuhan afirmó que el contenido de todo medio es otro medio. Para Jay D. Bolter y Richard Grusin, Internet es un nuevo medio remediador pues asimila a los medios que le antecedieron. El contenido de Internet son los medios que le antecedieron.

³ Las oficinas de la Asian Media Information and Communication Centre (AMIC) se encuentran ubicadas en la Nanyang Technological University, en Singapur. El sitio web de AMIC es: <http://www.amic.org.sg>

⁴ World Journalism Education Congress.

⁵ Las oficinas centrales de la Association for Education in Journalism and Mass Communication se localizan en Columbia, Estados Unidos. Véase: <http://www.aejmc.org>

⁶ Véase: <http://jmc.ou.edu/faculty/alpha.html> Fecha de consulta 12 de julio de 2007.

⁷ Véase “No, al periódico nadie lo mató”, de Álvaro Vargas Llosa, disponible en *Reporte Índigo*, número 1, septiembre de 2006 [<http://www.reporteindigo.com.mx>]