

5. Notas

1. Teniente de aviación, asediado y acusado de ser un peligro para la seguridad nacional, debido a la tendencia política de su padre y hermana.
2. Don Hollenbeck (30 de marzo de 1905- 22 de junio de 1954), editor de noticias y comentarista de la CBS. Aparentemente, se suicidó inhalando gas natural.

6. Bibliografía

- Cuadra, Álvaro. 2006. "La Biblioteca de Babel. Memoria y tecnología". [Documento de Internet Disponible en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=222>]
- De Fontcuberta, Mar. 1977. "El rol de los medios de comunicación ante un nuevo tipo de conocimiento". Retos de la Sociedad de la Información. Salamanca España: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Habermas, Jürgen. 1999. Teoría de la Acción Comunicativa. Madrid España: Taurus.
- Kaplún, M. 1992. "A la educación por la comunicación". La Práctica de la Comunicación Educativa. Santiago Chile: UNESCO/OREALC.
- Lozano, Pedro. 1974. El Ecosistema Informativo. Pamplona España: EUNSA.
- Mattelart, Armand, Mattelart, Michelle. 1991. "La recepción: el retorno al sujeto". Diálogo de la Comunicación 30. Lima.
- McLuhan, M, ed. 1989. La Aldea Global. Barcelona España: Gedisa.
- Paoli, J.A. 1983. Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas. México: Trillas.
- Sartori, Giovanni. 2002. Homo Videns. Madrid España: Taurus.
- Schramm, Wilbur. 1969. "El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo". Evolución Política y Comunicación de Masas. Lucian W. Pye. Buenos Aires Argentina: Troquel.
- Thompson, J. 1998. Los Media y la Modernidad. Barcelona España: Paidos.
- Vargas Llosa, M. 2000. "Las culturas y la globalización". [Documento de Internet Disponible en <http://www.elpais.com>]
- Young, K, ed. 1967. La Opinión Pública y la Propaganda. Buenos Aires Argentina: Paidos.

La Información Periodística y Técnica: sus Implicancias en la Estrategia Educativa

Dr. Héctor Alfonso Vera V.

Doctor en Comunicación Universidad de Lovaina Bélgica
 Académico Escuela de Periodismo Universidad de Santiago de Chile

hector.vera@usach.cl

Resumen: Este documento muestra las diversas y profundas vinculaciones que existen entre la información periodística y la información técnica, que usan las organizaciones para entender y decidir sobre su propio entorno y las implicancias que esto tiene en la estrategia educativa de los periodistas.

Palabras Claves: Información, Información Periodística, Periodismo de Precisión, Información Técnica, Estrategia Educativa, Perfil del Periodista.

1. Introducción

Una larga praxis le reconoce a la información periodística, la cualidad de dar cuenta del entorno social dominado por los temas de actualidad, que Wright identifica como funciones de supervigilancia del ambiente¹, de socialización, culturización y entretenimiento.

Realizar estas funciones exige cualidades profesionales como versatilidad, gran rapidez de búsqueda, de ordenamiento y de redacción clara en la entrega de información.

Y, al contrario, las funciones de la información técnica, relacionada con las organizaciones, requiere competencias ligadas a una especialización, a una maduración de la búsqueda y manejo de información muy precisa y distinta a la que se procesa en los medios periodísticos.

Según esta mirada, habrían dos modalidades distintas de buscar y de elaborar la información, pero –como veremos– tal visión resulta insuficiente y contradictoria y requiere de una nueva mirada para comprender lo que efectivamente está ocurriendo:

Modalidad A. Es el procedimiento de una información configurada según lo que pide o necesita un público masivo, llamada “información periodística”, donde hay audiencias grandes, anónimas, heterogéneas, dispersas. Esta información está ligada a los acontecimientos más recientes, a la vigencia de un cierto entendimiento de la actualidad y a la entretenimiento y necesita de un lenguaje y de un relato simple.

Modalidad B: Es el procedimiento que sigue una información configurada según lo que pide o necesita una organización o un cliente determinado. Esta información está directamente ligada a la toma de decisiones de la organización y necesita profundidad y precisión del relato y se le denomina “información técnica de carácter pública” y requiere de un lenguaje y contenidos ajustados a las reglas de los especialistas².

Esta manera de ver dos clases de información y de necesidades, está cambiando debido a las nuevas tecnologías de búsqueda electrónica de información, por las exigencias de los públicos que requieren de mejor calidad informativa y por los desafíos propios de una sociedad con rápida mutación del entorno.

De esta manera, ha surgido en personas y empresas, cada vez con más fuerza, tanto la necesidad de poseer ambas, como la convergencia de campos de búsqueda y de métodos de tratamiento de información, aunque difieran los formatos y los destinatarios. Son las convergencias o los puentes que comunican ambas búsquedas, las que deseo destacar.

2. Definición de Información

Para dimensionar lo que estamos sosteniendo es preciso señalar lo que entendemos por información. La información (Abril 2005, Alcina 1989, Berger y Luckman 1995, Escarpit 1985, McLuhan 1989, Bryant y Zillman 1996) de cualquier naturaleza o

modalidad consiste en la puesta en forma específica de un acontecimiento, proceso o fenómeno que se logra mediante el uso del lenguaje. Esta puesta en forma, que codifica de manera analógica o digital, permite transformar una idea, una experiencia o un sentimiento en dato transmisible. Esto permite que lo producido sea una entidad independiente del sujeto que la emite.

Por esta razón, la información viaja por dispositivos electrónicos y cumple una función negentrópica en cuanto combate la entropía de la degradación de la energía de los procesos sociales, transciende el presente, muestra el pasado y formula el eventual futuro. Por ello la información se constituye en la base de los procesos de diagnóstico de la realidad y de intervención en ella, siendo la materia prima de lo que llamamos conocimiento.

Para constituirse en una tal forma específica (in-forma) y distinguirse de otras estructuras (discursos), el formulador necesita identificar conceptos y fuentes, buscar datos y opiniones en personas, documentos, redes de información electrónica, banco de datos..., para luego jerarquizar (separar lo más importante de lo secundario) y establecer relaciones entre los datos obtenidos (cruzar y secuenciar hechos y opiniones de acuerdo a un plan), ordenar (discurso), redactar y difundir hacia los destinatarios estos resultados y hacerlo en armonía a los diferentes formatos y soportes tecnológicos.

El proceso de elaboración de las dos informaciones a la que hacemos referencia, sigue los siguientes pasos:

1. Proceso, realidad, acontecimiento.
2. Fijación de objetivos y de obstáculos de obtención de los datos.
3. Problematización y plan de obtención de la información.
4. Búsqueda operativa de la información
5. Detección e identificación de fuentes y expertos
6. Detección y síntesis de los principales sesgos.
7. Aplicación de encuestas, entrevistas, revisión de datos.
8. Obtención de resultados.
9. Aplicación de métodos de tratamiento de datos, selección y jerarquización.
10. Revisión de presencia de sesgos y alternativas de comprensión.
11. Diseño y ejecución del plan de elaboración de la información.
12. Secuencialización de la información para obtener óptimo rendimiento.
13. Redacción de los informes según formato y soporte.
14. Revisión de algunos expertos del borrador del informe y rectificación de errores.
15. Retroalimentación.

Este procedimiento de búsqueda, tratamiento, redacción y difusión es común y obligatorio tanto para preparar una información destinada a todo tipo de público como para una entidad en particular.

Sin embargo, las diferencias están dadas en los niveles de precisión que pide el destinatario. En cuanto el destinatario es más específico, dará más instrucciones de lo que desea y hará que se centre bien la búsqueda en esos objetivos, a diferencia es cuando es indeterminado y heterogéneo, como los públicos masivos, más se perderá la precisión

de lo que se va a buscar y procesar, porque en vez de personalizarse el material deseado, debe estandarizarse el lenguaje, perdiéndose los aspectos específicos.

En síntesis, lo que le hace perder orientación y consistencia a la información periodística, y que afecta la calidad de la búsqueda y del procesamiento de la misma, es el difuso destinatario final, integrado por diversos lectores, auditores, televidentes o navegantes Internet. Estos son desconocidos o indefinidos, lo que hace que se trabaje por un "interés general" y no para una audiencia concreta que tiene demandas, aspiraciones y expectativas específicas. No obstante, las exigencias de rigor metodológico, de contraposición de fuentes, de capacidad de análisis y de procesamiento, son compartidas tanto para una información con destino masivo como para otra con destino específico. De aquí la oportunidad que alguien que se forma como experto en información periodística esté altamente vinculado con la información técnica y pueda hacer ambas... siempre que tenga una gran capacidad intelectual y metodológica.

3. El Factor Tecnológico en la Búsqueda de la Información

Los buscadores electrónicos de información producen crecientes convergencias entre especialistas, periodistas y usuarios de cualquier nivel formativo. Por ejemplo, el reciente sitio Wolfram alfa (www.wolfranalpha), que ha seleccionado y preelaborado informes estadísticos en un banco de datos, permite obtener información precisa de variados ámbitos, mediante preguntas del usuario, entregando alternativas para escoger el ámbito al cual pertenece lo buscado y entrega comparaciones entre datos de igual naturaleza con lo que aporta un nuevo nivel de conocimiento que los avanzados buscadores anteriores no lograban.

Tal tipo de innovación tecnológica implica que cada vez será más fácil- para expertos y no expertos- obtener información útil y precisa, en cualquier ámbito, y se irá superando la información basura que contamina los sistemas de búsqueda masiva. Bastará hacer bien las preguntas para obtener resultados pertinentes y cada vez menos se necesitará de un especialista en algo para dar respuestas a problemas específicos.

Estos nuevos dispositivos de búsqueda digital están modificando la manera de formar profesionales e intelectuales en todo el mundo y en todas las actividades. Aquí sólo analizaré cómo esto impacta la formación de los periodistas.

4. Perfil del Periodista Contemporáneo

Al comienzo de la Internet se habló mucho, entre los periodistas, de la crisis de la profesión, porque cualquiera podía poner u obtener información en la red. Se dijo que el "periodismo ciudadano" (cualquiera puede enviar noticias a un medio de difusión) era una amenaza para la profesión. Todos esos temores han resultado no sólo falsos, sino que han puesto en mayor evidencia que más que nunca se hace necesario contar

con periodistas de alta calidad profesional para ser orientados en la caótica "sociedad de la información".³

La abundancia de información facilitada y generada por los buscadores digitales pone en evidencia la necesidad en los públicos de tener una oferta clara, fiable y sintetizadora sobre los diferentes temas o asuntos que se investigan y ésta sólo es posible producirla por personas, independiente de los dispositivos ciberneticos, expertas en búsqueda y tratamiento de la información de buen nivel intelectual.

Cada vez resulta más necesario para los medios periodísticos, como para las organizaciones en general, el procesar información con mayor nivel de fiabilidad, más velocidad o rapidez especialmente en los medios digitales, pero también cada vez más -a la par que crece la abundancia informativa- debe mejorar la claridad sobre lo que sucede, entendiendo que hay una guerra semántica o una ingeniería social que se disputa la definición de la realidad (Vera 2008).

Y paradójicamente, esta claridad o sencillez propia de lo no confuso, necesita incluir y conocer las conexiones complejas de un tema y no sólo las inmediatas o evidentes, incluyendo las implicaciones de los acontecimientos y del campo de las decisiones personales e institucionales. Esto exige que tengamos un intelectual con gran capacidad para establecer relaciones de hechos, procesos y significados múltiples y, al mismo tiempo, dotados de la calidad o de la profundidad suficiente para expresar esto con palabras y frases simplificadoras

Tanto los medios como las organizaciones están cada vez más exigidos por sus públicos para elaborar una información rápida, que sea oportuna, pero también cada vez más precisa porque el nivel de datos que procesa una persona y una organización actualmente son enormes y sus fuentes son variadas y no puede permanecer en el caos de una información muy abundante pero escasamente fiable.

Estamos en un período de cruzamiento de competencias: de un lado las empresas necesitan profesionales de mayor versatilidad temática y rapidez para enfrentar la competencia y entender su entorno social, y que conozcan con propiedad aspectos específicos de la información propios de la empresa⁴. Pero aún no se forman estos profesionales capaces de ser rápidos, versátiles y especialistas al mismo tiempo.

La llegada a este objetivo de formar un profesional capaz de establecer o fundar una información pública experta, susceptible de ser expresada para necesidades de difusión masiva como para hacer un informe técnico, es compleja y difícil. ¿Es esto posible y necesario? Nuestra respuesta es que es necesario y es posible.



5. Convergencia entre Información Periodística y Técnica: la Energía Nuclear en Chile

Por ejemplo, tomemos un tema que puede ilustrar sobre cómo se constituye una información sobre la energía atómica en Chile, que nos permita visualizar los atributos de cada tipo de información.

Queremos saber cuál es el estado actual de puesta en marcha de centrales nucleares para producir electricidad en Chile, quiénes están interesados, qué opinan diversos sectores y qué escenarios son los más probables⁵.

Puedo trabajar este tema con entrevistas a expertos nacionales e internacionales, con organizaciones no gubernamentales, con gente pro y contra esta energía y con este material, preparar un informe técnico para la Comisión Nacional de Energía Atómica o para la Universidad de Santiago y, con el mismo material, preparar otra información para difundir masivamente mediante un reportaje, un documental o diversas crónicas radiales.

Cuando se informa sobre el tema de la energía nuclear en los medios, la gente desea saber cuáles son las ventajas y los peligros, si se han tomado o no las medidas de seguridad necesarias. No basta saber en general, se necesita un saber específico, preciso. Del otro lado, la empresa o la institución no puede demorarse meses o años en averiguar lo que pasará con una nueva tecnología y su empresa, y requiere de respuestas rápidas y precisas.

Esta doble convergencia de intereses en el desarrollo de un tema, precisión y rapidez, puede ser satisfecha sólo si se cuenta con un profesional de alta capacidad intelectual, que entra en diálogo simétrico con los expertos. No es posible hacer informes técnicos a un reportero que sólo sabe recoger opiniones y redactar para públicos diversos, que no exigen conocimientos precisos. Tal situación se resuelve con nuevas miradas sobre el periodismo, necesita una fundamentación y una respuesta adecuada. Estimo que esta orientación se inicia con la formulación de "periodismo de precisión" que se desarrolló en los Estados Unidos⁶.

Intencionalmente se ha acuñado el término de "periodismo de precisión" y no el de "periodismo científico" porque esta denominación se refiere básicamente a cómo se vulgariza la información científica y contamina lo que deseamos sostener que es que necesitamos una información, independientemente de su naturaleza: económica, salud, astrofísica, política o deportiva, que sea rigurosa, en la evaluación y uso de los procesamientos pertinentes, antes de ser difundida.

En el informe técnico hay exigencias de alta rigurosidad que pone un cliente concreto y éste debe cumplir con los objetivos pedidos, los que a su vez se fundan en una metodología explícita con procedimientos sistemáticos. En los despachos periodísticos, la metodología se relativiza porque hay un cliente difuso sin exigencias concretas, pero los cambios tecnológicos en el área de la información, están pidiendo romper con esta

barrera. La sociedad necesita que, ante la creciente abundancia de información, existan personas –de cualquier formación- que sepan sintetizar, orientar en el mar de propuestas y faciliten la comprensión de los discursos que se multiplican cotidianamente.

Nuestro profesional para cumplir alternativamente con las exigencias de una información técnica y periodística, requiere de una alta formación teórica, metodológica, científica, ligada a las teorías de la comunicación y a las metodologías científicas, pero también requiere de un pertinente manejo del lenguaje de uso común y la versatilidad necesaria para atender demandas que se ubican en planos muy distintos, pero que están unidos por la calidad y la precisión. En consecuencia, aspiramos a formar nuestros profesionales en el ámbito del periodismo de precisión⁷.

Es decir, un periodista, en la actualidad, debe saber dar los resultados de una encuesta electoral, pero también debe ser capaz de evaluar la fiabilidad de la encuesta y para ello requiere conocer los parámetros técnicos de las encuestas y las relaciones de intereses de encuestadores y encuestados. No basta con difundir lo que hacen ciertas personas y organizaciones, es necesario averiguar el nivel de credibilidad que se le debe atribuir a esas fuentes y transferirlo a los públicos para que éstos tengan elementos de juicio para orientarse.

6. Vinculación entre Información Periodística y Comunicación Estratégica

Esta manera de ver al periodismo, desde una teoría de la información y la actualidad con un alto grado de precisión y relacionada con su estructura social, es aplicable o está conectada con la teoría de la comunicación organizacional y estratégica, en tanto que toda organización requiere de información precisa sobre sus clientes, sus servicios y productos, sobre el mercado de la competencia, las innovaciones tecnológicas o las políticas de negocios más avanzadas.

La especificidad del experto en comunicación organizacional también está dada por el tratamiento en profundidad de la información que le interesa a la empresa, mirada ésta dentro de la política de desarrollo organizacional (mirada comunicacional interna) y relaciones con los clientes, proveedores y competencia (mirada comunicacional externa).

La Escuela de Periodismo ha propuesto un Magíster en Ciencias de la Comunicación con menciones en Periodismo Digital y Comunicación Estratégica. Varios miembros del Consejo Académico⁸ de la Universidad de Santiago de Chile, observaron que les parecía pertinente que la Escuela de Periodismo postulara un post grado en Periodismo Digital, pero les resultaba menos fluida la relación entre éste y la comunicación estratégica.

Esta aparente disociación entre periodismo y comunicación estratégica, requiere una explicación. Lo que une a ambas actividades, tal como lo hemos formulado, es formar un experto en información pública, especializado en obtener información de calidad, de manera rápida, usando las nuevas tecnologías de la infocomunicación que pueden ser

aplicadas para hacer buenos reportajes o columnas de opinión, o hacer informes útiles sobre los clientes, trabajadores, proveedores o sobre la competencia de la empresa en términos comunicacionales o con fines de aplicar estrategias adecuadas para alcanzar determinados objetivos.

Si se sabe obtener, procesar y entregar información de manera válida, oportuna, se puede aplicar a dos campos que parecen enteramente diferentes.

Es por esto que en el plano del post-grado⁹, el perfil del egresado está conectado a la profundización de las características, competencias y cualidades descritas para el pre-grado, donde se amplían y precisan los instrumentos metodológicos que permiten comprender los fenómenos de comunicación y de información para hacerse cargo de un periodismo digital avanzado que mejore notablemente la actual calidad informativa que se le ofrece a los públicos, poniendo en el mundo profesional un especialista en comunicación estratégica de alta dirección, especialmente para colaborar en el área de las políticas públicas en los temas de participación de la sociedad civil y credibilidad de las autoridades.

7. Estrategia Educativa

El paradigma del periodista preparado para mensajes dirigidos a públicos masivos en exclusividad, está cambiando por el de periodista susceptible de entregar información de calidad a públicos diversos, incluyendo a las organizaciones.

Las escuelas de periodismo están llamadas no sólo a formar redactores de informes para públicos indeterminados, sino que también a formar profesionales capaces de elaborar información a clientes exigentes y claramente identificados.

Alcanzar este objetivo exige ciertamente una formación académica rigurosa de profesionales, especialmente dotados de una gran capacidad intelectual, para analizar la compleja realidad y con métodos adecuados para procesar mucha información, diversas fuentes y manejar diferentes niveles del lenguaje.

Si se nos pregunta cuál es el negocio o la misión de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Santiago de Chile, debemos responder que, "nuestro negocio, o misión, como escuela de Periodismo, es la formación de expertos en información pública", es decir, en información de utilidad social que pueden usar tanto las personas como las organizaciones, y no sólo formamos especialistas en información periodística para los medios masivos.

Al definir en estos términos la profesión, surge una necesaria estrategia educativa. La tradicional mirada del periodista como un formulador de historias actuales para públicos masivos, se recicla en un profesional experto en manejo y obtención de información para satisfacer diversas necesidades que pueden expresarse en formatos técnicos o periodísticos.

Bajo esta manera de entender el proceso formativo, el formato (reportaje, documental, nota, entrevista, columna...) y el tipo de soporte (radio, televisión, página web, diarios...) deben ser vistos como opciones de presentar la información y su debido correlato en la forma de obtener y procesar datos que es el tronco común del proceso de investigación temática, que exige entendimiento del contexto y procedimientos precisos para procesar y obtener información de calidad.

Relacionado con esta nueva mirada, también quedan un tanto superadas las distinciones "de género" entre periodismo informativo, interpretativo y de opinión porque lo importante es el uso y destino de la información y no su "estilo". De esta forma, son los formatos informativos y los soportes técnicos los indicadores para los cuales debe orientarse el trabajo, importando poco los grados de interpretación o descripción que contengan esos mensajes. Lo importante hoy, en la sociedad de la información, es producir información fiable para demandantes diversos, que simpatizan con determinados formatos, sin que varíen los contenidos.

Este objetivo de contar con profesionales que obtengan y difundan información de calidad, en diversos formatos y soportes, está vinculado no sólo con las asignaturas pertinentes, sus contenidos y metodologías, también está directamente ligado al acceso y uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en el sentido que debe haber una perfecta familiarización del educando con el ambiente digital y las posibilidades que brindan los softwares enfocados al tratamiento de información como el SPSS, el Atlas-Ti, el ACCES y otros programas que facilitan la configuración de nuevos datos que se pueden transformar en nueva información, sobreponiendo la dificultad de tener mucha información dispersa e inorgánica, para poder sintetizarla y procesarla con fines de utilidad social.

Para introducir esta visión de un profesional orientado por las necesidades de sus públicos, se presentaron sucesivamente dos proyectos de desarrollo de la docencia, aprobados por la Vicerrectoría Académica de la Universidad de Santiago de Chile, (2008 y 2009), con el objetivo de avanzar hacia la formación de un profesional con base científica técnica en el área de la información.

Este objetivo tecno-educativo sólo se puede alcanzar si el estudiante desarrolla mucha autonomía para pensar la realidad y así poder establecer las relaciones de significados que introduzcan nuevos conceptos o visiones sobre la realidad inmediata y estructural, que orienten a las personas que demandan información oportuna, útil y pertinente, facilitando su toma de decisiones.

Por ello que es preciso tener acceso a buenas bibliotecas especializadas, tradicionales y virtuales, poseer equipos computacionales, manejar los nuevos sistemas de búsqueda electrónica y las bases de datos. De allí la necesidad de disminuir las horas presenciales en el aula y aumentar los tiempos de búsqueda y procesamiento de información con iniciativa propia del estudiante, pero controlado en el proceso formativo por los profesores, mediante las tareas y evaluaciones.

8. Conclusiones

Esta estrategia de formar un profesional de doble desempeño en el campo informativo periodístico y técnico, es un diseño que permite aproximarse a la formación de un profesional altamente calificado para enfrentar entendimientos complejos de la realidad y traducirlos en material para diversos tipos de audiencia.

En relación con esta manera de abordar la formación del periodista es que podemos sostener que este egresado está en condiciones de producir información fiable, oportuna, compleja y de calidad tanto de un punto de vista de una exigencia experta como una exigencia de difusión masiva.

9. Notas

1. Wright, en su texto denominado “Comunicación de Masas”, asume una mirada funcionalista de los medios y se ve en dos dispositivos simultáneamente: funciones y disfunciones. Mientras el medio alerta sistemáticamente, por ejemplo, sobre los crímenes, asaltos y robos, inmediatamente puede estar levantando la disfunción de alarmar excesivamente a la población y no dejarla ver otros problemas igualmente importantes para su cotidianidad.

2. Evidentemente que existen varios niveles de lo que denominamos “información técnica”, que va -por ejemplo- en el caso de una central nuclear, a pedir establecer la cantidad de agua que se necesita para el redactor, el costo de las instalaciones de monitoreo del sistema o los niveles de aceptación-rechazo que implica instalar una central nuclear en una determinada zona del país y donde el periodista no está en condiciones de hacerla. Sin embargo, hay aspectos propios del contexto, como conocer la disposición de los expertos, de los decidores, de los implicados en el tema, que los periodistas pueden recoger con rigor y armar una información útil y pertinente que sirva a la toma de decisiones. A este tipo de informe le estamos denominando “información técnica de carácter público”.

3. Sociedad de la información, aldea global, o sociedad informatizada, como la prefiere llamar Castells, es la sociedad post industrial, hiper conectada con dispositivos informáticos, que desarrolla la infocomunicación, Tics, introduciendo la virtualidad a gran escala en la producción y los servicios, reemplazando múltiples actividades por la inteligencia artificial y poniendo en forma toda clase de conocimientos y anti-conocimientos en una dimensión desconocida hasta ahora en la historia de la humanidad.

4. El autor de este artículo publicó un libro denominado “Periodismo e Ingeniería social”, donde sostiene la tesis que el periodismo contemporáneo debiera ser comprendido como un agente activo que no sólo relata acontecimientos, sino que participa de una compleja ingeniería social en la medida que semantiza la realidad y modifica las atmósferas culturales en las que se mueven las personas de la sociedad “informada”.

5. La Prorrectoría de la Universidad de Santiago de Chile ha financiado un proyecto surgido desde la Escuela de Periodismo que se propone diagnosticar cómo los medios masivos informan sobre algunos temas como la energía o la educación, identificar qué saben y opinan los expertos y expresar las recomendaciones para las políticas públicas que pueden hacerse al Estado de Chile. De esta experiencia en curso, se extraen algunos de los conceptos que se exponen en esta parte del presente documento.

6. El plan de estudio de la Escuela de Periodismo de la Usach, apunta a formar un experto en información pública. Un estudiante de nuestra carrera diurna tiene un total de 27 asignaturas teóricas y metodológicas y 21 asignaturas orientadas a entregar habilidades, destrezas y conocimientos específicos en la actividad periodística. Tal repartición de asignaturas, donde predomina lo teórico y lo metodológico, plasma claramente la voluntad de la carrera de formar un profesional con alta capacidad intelectual para analizar acontecimientos y procesos de actualidad y para elaborar las informaciones pertinentes que un público exigente puede solicitarle.

7. Destacados académicos de algunas universidades de los EEUU, acuñaron el término de Periodismo de Precisión, para describir la función de informar rigurosamente sobre temas que requieren de manejo de datos complejos y especializados, de naturaleza estadística, tecnológica o científica.

8. El Consejo Académico de la Universidad de Santiago de Chile es la instancia colegiada superior de la Universidad, es presidida por el Rector, tiene representación triestamental, académicos, estudiantes y funcionarios, reúne el conjunto de las facultades de la institución.

9. Se refiere específicamente al programa de Magíster en Ciencias de la Comunicación con mención en Periodismo Digital y Comunicación Estratégica, aprobado por la Universidad en los meses de mayo y junio de 2009.

10. Bibliografía

- Abril, Gonzalo. 2005. Teoría General de la Información. Datos, Relatos y Ritos. Madrid España: Cátedra.
- Alcina, Rodrigo. 1989. La Construcción de la Noticia. Barcelona España: Paidós Comunicación.
- Álvarez, M, ed. 1999. Legislación Básica de Informática. Madrid España: Tecnos.
- Berger, Peter y Luckman, Thomas. 1995. La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires Argentina: Amourrortu Editores.
- Bryant, Jennigs y Zillmann, Dolf. 1996. Los Efectos de los Medios de Comunicación, Investigaciones y Teorías. Barcelona España: Paidós.
- Caminos, J.M. 1997. Periodismo de investigación. Teoría y práctica. Madrid España: Síntesis.

- Castells, Manuel, Borga, Jordi. 1997. Local y Global: La Gestión de las Ciudades en la Era de la Información. Madrid España: United Nations for Human Settlements (Habitat).
- Castells, Manuel. 1996. La Sociedad Red. Madrid España: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel. 1997. El Poder De La Identidad. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel. 1998. Fin del Milenio. Madrid España: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel. 2001. La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad. España: Plaza & Janés.
- Dader, J. L. 1997. Periodismo de Precisión. Madrid España: Síntesis.
- Dader, J. L. 1992. El Periodista en el Espacio Público. Barcelona España: Boch.
- Mayntz, R, Holm, K, y Hübner, P. 1993. Introducción a los Métodos de la Sociología Empírica. Madrid España: Alianza Universidad.
- Escarpit, Robert. 1985. Teoría de la Información y Práctica Política. México: Editorial Siglo XXI.
- Galindo, F. 2003. Ámbitos del Periodismo de Precisión. Santiago Chile: Tórculo.
- Mc Luhan, Marshall. 1989. Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre. México: Editorial Dina.
- Meyer, P. 1993. Periodismo de Precisión: Nuevas Fronteras de la Investigación Periodística. Barcelona España: Bosch.
- Sierra, R. 1992. Técnicas de Investigación Social. Madrid España: Paraninfo.
- Vera V, Héctor. 2008. Periodismo e Ingeniería Social. Santiago Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Wright, Charles. 1969. Comunicación de Masas. Barcelona Madrid: Paidós.

El uso de los blogs como estrategia de marketing de comunicación en Internet

José Sixto García y María Salgueiro Santiso
Universidad de Santiago de Compostela (España)

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, todo tipo de organizaciones, entre ellas las empresas informativas, emplean las estrategias propias del marketing y de la Internet como apoyo a la fidelidad de la marca y proyección de nuevos mercados. En este sentido, utilizan mecanismos específicos de la Red que contribuyen a crear productos valiosos para el público.

El e-marketing es una de las alternativas cada vez más empleadas por las entidades para difundir y promover sus productos y, al mismo tiempo, atraer clientes a su página. Es habitual el uso de sitios Web promocionales, buscadores especializados y el envío de correo electrónico como técnicas fundamentales de exhibición y distribución del producto, acompañadas de herramientas tradicionales de publicidad adaptadas al joven soporte (banners, ventanas emergentes, etc).

En el ámbito comunicativo del siglo XXI, los blogs se han convertido en la principal herramienta a través de la cual las empresas de comunicación posibilitan a los ciudadanos conectados a Internet acceder a una información diferenciada de aquella que se acostumbra a encontrar en los medios tradicionales, exponer sus puntos de vista, comunicarse con otros ciudadanos e incrementar el feed-back entre medios y receptores. De esta manera, los blogs son uno de los canales emergentes del marketing de la comunicación en Internet.

Partiendo de esta realidad, la investigación pretende identificar aquellos elementos utilizados por las empresas de comunicación para crear un valor añadido a los productos que ofrecen, esto es, la información característica de los medios elaborada según los parámetros tradicionales de la periodística se complementa con las visiones particulares tanto de los periodistas como de los propios ciudadanos que pueden acabar siendo ellos mismos emisores de esa noticia.