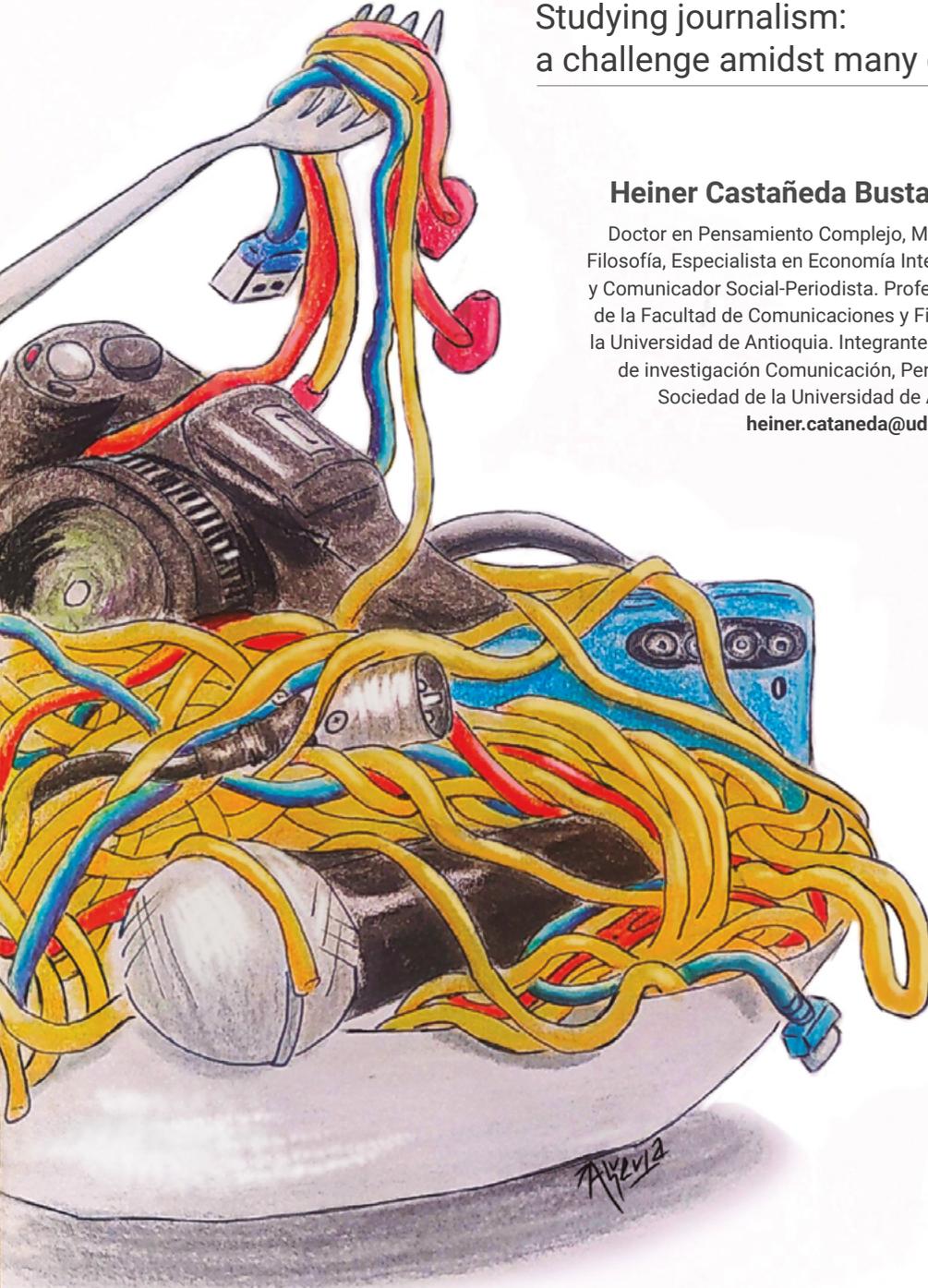


Estudiar periodismo: un reto en medio de muchos clics

Studying journalism:
a challenge amidst many clicks

Heiner Castañeda Bustamante

Doctor en Pensamiento Complejo, Magíster en Filosofía, Especialista en Economía Internacional y Comunicador Social-Periodista. Profesor titular de la Facultad de Comunicaciones y Filología de la Universidad de Antioquia. Integrante del grupo de investigación Comunicación, Periodismo y Sociedad de la Universidad de Antioquia.
heiner.cataneda@udea.edu.co



Resumen

El artículo aborda la necesidad que tiene la profesión de periodista de redefinirse en el marco del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El autor expone la presencia cada vez más influyente de los reporteros ciudadanos, denominados en el texto *neoperiodistas*, y el efecto que ello causa en los medios de comunicación masiva, portadores tradicionales del poder de la información, de su cubrimiento, interpretación y difusión. De acuerdo con sus planteamientos, la reflexión conceptual y el ejercicio práctico son elementos igualmente importantes, pues el conocimiento y el uso de las herramientas multimediales y transmediales son indispensables en un universo donde los internautas realizan muchas de las actividades destinadas en otro tiempo a los periodistas profesionales, lo que provoca que estos últimos se pregunten por la pertinencia de las facultades de comunicación en su proceso de formación.

Abstract

The article addresses the need for the profession of journalist to redefine itself within the framework of the development of Information and Communication Technologies (ICT). The author exposes the increasingly influential presence of citizen reporters, called *neojournalists* in the text, and the effect that this causes in the mass media, traditional carriers of the power of information, its coverage, interpretation and dissemination. According to his approaches, conceptual reflection and practical exercise are equally important elements, since the knowledge and use of multimedia and transmedia tools are essential in a universe where Internet users carry out many of the activities once intended for professional journalists, which causes the latter to wonder about the relevance of communication faculties in their training process.

Palabras clave

Neoperiodistas •
 periodismo en red •
 reporteros ciudadanos
 • autoinformación •
 sociedad de la información
 • periodismo digital •
 derecho a la información.

Keywords

Neojournalists • online
 journalism • citizen
 reporters • self-information
 • information society •
 digital journalism • right to
 information.

A partir del nacimiento y desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son muchas las disciplinas que asisten a una redefinición de sus principios y sus alcances, y el periodismo como profesión es una de ellas. A pesar de que el debate académico en este sentido suscita detractores y defensores, ya no es posible reducir la discusión a un asunto coyuntural meramente de forma o aupado por los vientos del efectismo que se derivan del avance tecnológico de carácter instrumental. Por el contrario, hay un asunto de fondo que comienza a horadar tópicos en otro tiempo incontrovertibles y profundamente arraigados en la manera de concebir el ejercicio periodístico.

La primera inquietud que surge tiene que ver con la ya eterna discusión acerca de lo que hace que un periodista sea reconocido como tal más allá de que porte o no un título universitario, o que demuestre sapiencia y habilidad para mediar entre la comunidad y los acontecimientos que ocurren en una sociedad. Si nos atenemos al artículo 20 de la Constitución Política Colombiana, en el que “se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva”, encontramos que no hay un requisito académico formal que avale la labor de un ciudadano colombiano como periodista. Esta normatividad, aunque loable en su esencia, ha facilitado la proliferación de espacios informativos que subsisten no tanto por la formación conceptual de los comunicadores que trabajan en ellos sino por la facilidad de acceso a las plataformas digitales. Se supone, sin embargo, que las grandes empresas periodísticas respaldadas por su capacidad financiera marcan una diferencia frente a los nuevos proyectos en la cobertura y el tratamiento informativo tanto técnico como humano, pues dado lo oneroso que resulta crear un medio de comunicación de este talante el nivel de competencia es desigual.

En esas circunstancias, es posible afirmar que el acceso al control de un medio de comunicación de una u otra categoría está atravesado por las posibilidades técnicas que tenga quien decida crearlo, pero también del músculo financiero que permita su permanencia. Lo que resulta una obviedad, pues la historia es tozuda en demostrar que el poder económico ha estado ligado siempre al poder de la información a través del dominio de las grandes empresas informativas. Pero con el advenimiento de las llamadas TIC el espectro mediático luce mucho más generoso en cuanto a la pluralidad y la alternativa de ejercer el derecho a informar y a estar informado, y por ende, se abre una puerta que propicia aún más la discusión epistemológica acerca de lo que representa el periodismo como “ciencia” de la información en un universo en el que se funden emisores y receptores de categorías disímiles y complejas. Ciudadanos que actúan como reporteros urbanos de los acontecimientos que ocurren en las esquinas de sus barrios, que toman fotografías, registran imágenes en movimiento, graban sonidos, emiten textos y producen entrevistas con el solo uso de una herramienta digital móvil, y que, con frecuencia, lo hacen mucho antes de que lleguen con su aparataje los grandes medios, quienes se ven abocados a darles crédito a los nuevos “competidores”, con características tan variadas que no escapan al debate:

Quizás uno de esos retos que mayor atención académica y en el sector profesional ha despertado ha sido el concerniente al denominado periodismo

ciudadano, una etiqueta bajo la cual se engloban aquellas prácticas donde usuarios no profesionales desempeñan una función informativa más o menos relevante, aprovechando las oportunidades brindadas por las nuevas herramientas tecnológicas y las plataformas digitales de comunicación. Desde la popularización de este concepto ya en el siglo XXI, el debate suscitado ha sido especialmente intenso y ha despertado posiciones encontradas dentro del sector periodístico (Suárez, 2017).

La controversia aquí planteada podría dirimirse recurriendo al argumento de la calidad de la información como un elemento diferenciador entre uno y otro comunicador, poniendo en consideración el riesgo que conlleva la autoinformación intuitiva de quien asume como cierto lo que ve y así lo transmite a través de la Internet. Es más, podríamos entrar a discutir hasta qué punto lo informativo puede en estos contextos rizomáticos de la comunicación asociarse más con la *doxa* que con los principios de equilibrio, atribución y exactitud que han regido el deber ser teórico de quien ejerce el periodismo. Si bien la información está siempre referida a un plano diferente al del conocimiento y no es esa una pretensión que desvele al periodista, sí se corre el riesgo de que las nociones del mundo hechas noticia por la multiplicidad de actores que hay en la red terminen por generar una distorsión colectiva de los hechos y por construir una realidad a la medida de las interpretaciones individuales. Sin embargo, es posible que la nueva comunidad de periodistas, que para este trabajo denominaremos *neoperiodistas*, permita también una agenda más cercana a la ocurrencia de los acontecimientos, ya sea porque puede sortear mejor la censura de datos incómodos o por la imposibilidad que tiene los medios masivos de acceder a cierto tipo de información que solo está disponible para los miembros que conviven en el seno de grupos sociales cerrados e impenetrables o simplemente escépticos frente al ejercicio de los que siempre han detentado el poder y el acceso exclusivo a la información.

Así, la cada vez más frecuente participación de voluntarios en la red nos lleva al wikiperiodismo, un escenario en el que se borran las diferencias entre lectores y autores, en un gran archivo de correcciones y modificaciones (Doueihi, 2010, p. 119) de las que se derivan manifestaciones que eran impensables en el mundo de la tradición impresa de Gutenberg, máxime si se tiene en cuenta que entre 2016 y 2021, según el más reciente informe de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), los usuarios de redes sociales en el mundo pasaron de 2.300 millones a 4.200 millones. Lo anterior, obviamente, no significa que la información emitida y recibida haya sido de mejor calidad,

pero sí ha permitido una mayor pluralidad, con todas las fortalezas y riesgos que ello implica para la construcción de la realidad.

Ante una situación como la expuesta, los puristas del conocimiento encontrarán más razones para despojar a los teóricos del periodismo de las razones que sustentan la profesionalización y el reconocimiento como ciencia del llamado por Camus, y luego popularizado por García Márquez, “oficio más hermoso del mundo”¹, ahora potenciado por nuevos actores gracias al uso intensivo de las herramientas que brinda la web 2.0, sin dejar de lado los *bots* capaces de crear en la web noticias de manera autónoma².

En este contexto en el que proliferan las interpretaciones del mundo resulta útil recoger las palabras de Giovanni Sartori

1 Aunque el origen de esta frase se le adjudica a Gabriel García Márquez, fue realmente Albert Camus quien la pronunció mientras dirigía el periódico francés *Combat* durante la segunda guerra mundial. La referencia hacía alusión al periodismo como instrumento de contrapoder a favor de la libertad y los derechos humanos violados por el accionar de las huestes hitlerianas. Más que la anécdota de la frase, lo interesante aquí es la calificación de “oficio” a una disciplina que busca ser reconocida como ciencia, superando la mera concepción instrumental a favor de sus principios en materia epistemológica.

- para reiterar la diferencia entre lo que se entiende
- por “saber” y lo que representan los hechos dados
- como noticias:

Informar es proporcionar noticias, y esto incluye noticias sobre nociones. Se puede estar informado sobre acontecimientos, pero también del saber. Aun así debemos puntualizar que información no es conocimiento, no es saber en el significado heurístico del término. Por sí misma, la información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ello no comprenderlas. Es correcto decir, pues, que la información da solamente nociones. Lo cual no es negativo. También el llamado saber nocional contribuye a la formación del *homo sapiens*. Pero si el saber nocional no es de despreciar, tampoco debemos sobrevalorarlo. Acumular nociones, repito, no significa entenderlas (1998, p. 79).

2 Si bien este artículo no pretende ahondar en el tema, otro de los retos que se le plantean actualmente al periodismo en el mundo de las redes y las aplicaciones digitales tiene que ver con la capacidad de la inteligencia artificial de diseñar autónomamente contenidos periodísticos a partir de bases de datos. Ahí encontramos un argumento más para seguir discutiendo sobre la importancia del conocimiento, el criterio y la capacidad analítica de los periodistas si quieren diferenciarse de la producción de noticias en serie.

Si se asume que en la web la acumulación de esas nociones es proporcional al número de navegantes que quiere participar, y que una porción grande de ellos utiliza los instrumentos otrora detentados por los grandes medios de comunicación, llámense equipos técnicos, soportes de publicación, mecanismos de transmisión, recursos de reportería, fuentes documentales, acceso directo a los acontecimientos, entre otros; y que incluso se vaticina el desarrollo de una “Post-Web en donde todo brotaría desde todas partes, un nuevo medio que no necesitará esperar que nadie haga clics” (Piscitelli, 1998, p. 283), a lo que asistimos es a una multitud de *neoperiodistas*,

que se ampara más en el derecho a informar y en la viabilidad de hacerlo que en la calidad intelectual que exigen los estamentos académicos y a una comunidad que requiere una dosis de formación ciudadana en los mensajes que recibe a través de estas nuevas tecnologías de la información y la comunicación. No obstante, el usuario de Internet puede sucumbir en la dinámica del emisor y asumir la red como un mero depósito de conceptos y no como un medio para acceder al conocimiento. De moverse por “genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y de entender” (Sartori, 1998, p. 57).

Sin embargo, el hecho de que ello sea cierto no resuelve *per se* el dilema que le plantea al periodismo como profesión la democratización de los canales por los que fluyen los acontecimientos y sus múltiples interpretaciones. El periodista profesional, el profesional periodista³ o el emisor común de informaciones en la red conviven en una especie de simbiosis en la que media la capacidad de expresarse y la plataforma que lo facilite, pero el ciclo lo garantizan los receptores cuando se apropian más o menos de los mensajes informativos a partir de la confianza que generan las informaciones sin que ello tenga que estar determinado por el nivel profesionalizante de quien las publica.

Internet y las nuevas tecnologías han mostrado la capacidad de organizaciones sociales y periodistas alternativos para enfrentar el predominio de los grandes medios. Han dejado de ser omnipotentes. Gracias a la capacidad de producir y distribuir información, la autoridad tradicionalmente reconocida a los periodistas como mediadores vuelve al público. Los que más saben o están más cerca de los hechos informan a otros (Serrano, 2010, p. 23).

Aunque la información emitida por los *neoperiodistas* no sea necesariamente cierta, igualmente llega a los internautas y estos a su vez reaccionan frente a ella e incluso construyen su propia ilusión de la realidad muy a pesar de que los estudiosos de la comunicación insistan, quizás con razón, en el riesgo de hacer verdades universales de interpretaciones personales. Debemos entonces plantear la pregunta en otros términos: ¿es preferible que los medios masivos interpreten y decanten las informaciones o que sean los mismos ciudadanos quienes lo hagan? La respuesta podría sugerir que los medios masivos tienen mayores elementos de juicio dada la supuesta capacidad de los periodistas que los representan, pero lo cierto es que resulta aventurado concluirlo:

Una de las funciones del periodismo era acercar la vida política a la ciudadanía. A través de los medios podíamos conocer las decisiones de los gobiernos, los debates de las instituciones, las iniciativas de los partidos políticos y las reflexiones de sus líderes. Entre las desviaciones del

- **3** Esta tipificación alude a
- los profesionales de otras
- áreas que, aprovechando
- sus saberes académicos,
- buscan en el periodismo o en
- la información periodística
- la posibilidad de ser leídos, escuchados o vistos.

sistema comunicacional dominante se encuentra la de haber pervertido esa función. Hay pocos periodistas que asistan a los debates parlamentarios íntegros o a los plenos de las administraciones locales. Es más frecuente encontrar en los informativos las anécdotas de un diputado tropezando para subir al estrado o la filtración de un comentario indiscreto en la megafonía que una sólida intervención argumentada. Los políticos lo saben, y por eso han desplazado sus anuncios y propuestas a las ruedas y notas de prensa vaciando de contenido los debates en las instituciones (Serrano, 2010, p. 28).

Por otro lado, aunque no existe ninguna norma que asegure que la potestad de la administración de la noticia recaiga especialmente en los periodistas o en los medios donde laboran, sí es cierto que ella ha sido considerada como una mercancía a la que pocos han tenido acceso, en primera instancia por el costo político, técnico y económico que suponía, y aún supone en muchos casos, acceder a ella por limitaciones de tiempo, espacio y lugar, pero sobre todo por la cercanía o la distancia de los reporteros de las instancias de poder generadoras o concededoras de la información. Los grandes medios de comunicación podrían considerar desleales a aquellos funcionarios o instituciones que filtran las noticias al público en general antes que a ellos, como una muestra del “derecho” adquirido que tienen de conocer primero los asuntos, interpretarlos y difundirlos:

En una sociedad como la nuestra son bien conocidos los procedimientos de exclusión. El más evidente, y el más familiar también, es lo prohibido. Se sabe que no se tiene derecho a decirlo todo, que no se puede hablar de todo en cualquier circunstancia, que cualquiera, en fin, no puede hablar de cualquier cosa (Foucault, 1992, p. 12).

Por eso, en el contexto que nos ocupa, los nuevos “periodistas” de la red son ya mirados con recelo por parte de las industrias de información a escala. ¿Qué les queda entonces a estas instituciones para mantener su dominio mediático? ¿Cómo pueden ir más allá de un reclamo acalorado, y tal vez ilegítimo, de la “exclusividad” de la información cuando la norma constitucional habla de derecho responsable a informar y estar informado sin que se requiera un intermediario? Tal vez buscar una diferenciación en el producto informativo para que este sea reconocido por las audiencias, tarea que implica una redefinición de la disciplina periodística en un mundo coartado por las decisiones económico-políticas globales:

El marco privado en el que se desenvuelven los medios de comunicación implica la potestad absoluta de los dueños para elegir a los directivos, y estos a los profesionales que van a desarrollar ahí su trabajo. Igualmente para prescindir de quienes no sean de su gusto. Esto quiere decir que hablar de deontología profesional o principios periodísticos no tiene sentido cuando existe un empresario con total libertad para despedir al periodista que no acata sus líneas de

trabajo. Cualquier código de pluralidad, equilibrio o veracidad está en manos de quien contrata, nunca del profesional, puesto que es el primero quien selecciona a los que trabajarán (Serrano, 2010, p. 43).

Es posible que la deontología del periodismo y sus principios epistemológicos puedan tener un mayor despliegue por fuera de los propósitos eminentemente mercantilistas de los *mass media*, pero el horizonte que diferencia el flujo informativo que inspira la Internet y la información que propicia el promedio de los medios masivos parece diluirse con el advenimiento de los *neoperiodistas*, que navegan por el ciberespacio a la caza de noticias y de audiencias, o simplemente como audiencias individuales ávidas de autoinformarse.

El periodismo como disciplina científica sufre, entonces, una arremetida cuando se le evalúa solo a través de los medios de comunicación de masas, cuando se asocia con la construcción de actualidad a partir de las agendas, cuando toma su función de caja de resonancia, cuando compite con la multiplicidad de voces hipertextuales en la red que son medios y audiencias al tiempo, que acceden cada vez más a espacios en otro tiempo vetados y elaboran imaginarios no siempre coincidentes con los universos construidos en las salas de redacción.

Pero la liberación de las muchas culturas y las muchas Weltanschauung hecha posible por los "mass media", ha desmentido, al contrario, el ideal mismo de una sociedad transparente: ¿qué sentido tendría la libertad de información, o incluso la mera existencia de más de un canal de radio y televisión, en un mundo en el que la norma fuera la reproducción exacta de la realidad, la perfecta objetividad y la total identificación del mapa con el territorio? De hecho, la intensificación de las posibilidades de información sobre la realidad en sus más diversos aspectos vuelve cada vez menos concebible la idea misma de una realidad (Vattimo, 1990, p. 75).

Las pequeñas y grandes historias o relatos de los *neoperiodistas* o de diferentes grupos sociales generan una realidad múltiple, distante de los intereses de los medios de comunicación masiva atados al poder de quienes lo controlan. En contraposición, la aparición de las TIC dio una vitrina a aquellas comunidades invisibles cuya realidad no hacía parte de la agenda noticiosa. El desarrollo tecnológico de las comunicaciones les ha permitido a muchas minorías contar sus historias a través de medios alternativos que se convierten en universales por medio de la red que multiplica la posibilidad de conocer otras realidades, y obliga a los medios tradicionales a evaluar los discursos y las verdades que todavía no son tenidas en cuenta en *su historia unitaria*⁴. Esto lo entendemos como la tendencia que tienen los

- 4 Entendida como aquella
- que incorpora las rea-
- lidades oficiales como la
- única fuente de información
- para que una comunidad se
- reconozca en ella. De alguna
- manera es la Historia Oficial.
-

grandes medios de comunicación a contar sus propias verdades en detrimento de verdades ocultas, invisibles, distantes o “sin valor”. El caos de las realidades y la opacidad de las verdades son más explosivos en los tiempos del correo electrónico, de los blogs, de las páginas web, porque es allí donde los ciudadanos construyen sus mundos y los dan a conocer más allá de lo que podrían hacer de manera autónoma los medios masivos. Es en este escenario de la posmodernidad hecha comunicación donde la humanidad adquiere sus múltiples facetas y donde se evidencia con más fuerza la debilidad de la razón *massmediática* como explicación única de la realidad. Gracias a las nuevas tecnologías hay una ruptura del reino de las verdades autovalidantes en favor de negociaciones interminables, de referencias cruzadas que evidencian cada vez más la diversidad (Mounlthrop, 1991; Barret y Redmond, 1997, citados por Piscitelli, 2002, p. 123).

Las historias no contadas por la Historia Oficial son recogidas por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, a través de la participación ciudadana en las diversas redes. Esos nuevos reporteros les dan vida a las llamadas “ciencias humanas” como efecto y medio de desarrollo de la sociedad de la comunicación:

Decir que la sociedad moderna es, esencialmente, la sociedad de la comunicación y de las ciencias sociales, no significa, entonces, poner entre paréntesis el alcance de la ciencias naturales, y de la tecnología que estas han hecho posible, en la determinación de la estructura de la sociedad, sino más bien, constatar que: a) el “sentido” en que se mueve la tecnología no es tanto el dominio de la naturaleza por las máquinas, cuanto el específico desarrollo de la información y de la comunicación del mundo como “imagen”; b) esta sociedad en la que la tecnología alcanza su cima en la “información” es también esencialmente la sociedad de las ciencias humanas” (Vattimo, 1990, p. 95).

Tal vez sea este contraste entre el papel del periodista formado en las universidades y el ejercicio de los *neoperiodistas* el punto de partida para proponer una discusión académica frente al periodismo como parte de las ciencias de la información y como oficio, tópicos que no se excluyen, pero que obligan a interrogarnos por el plus académico que deben ofrecer las instituciones educativas y su componente científico para marcar una diferencia con la inclinación innata del ser humano a informar y ser informado. Si la comunicación ha sido considerada desde siempre un instrumento muy poderoso, estas nuevas tecnologías la potencian y proveen un “capital intangible” representado en paquetes de información y activos intelectuales (Rodríguez, 2004).

Es claro que la anterior reflexión no es ni mucho menos novedosa, por el contrario, como se advirtió antes, este debate es de vieja data porque el

carácter empírico de muchos de los periodistas del país y su relación con los graduados en instituciones universitarias se ha mantenido en puja y en tensión permanentes. A pesar de que esto sea cierto, antes de la aparición de Internet, el modelo periodístico empresarial de los grandes medios y el de los pequeños estaba atravesado por principios similares asociados a unos recursos económicos que hacían viable el “negocio” informativo, al poder de los propietarios de los mismos y a la decisión autónoma de encomendarles a unos u otros comunicadores unas directrices determinadas. Incluso, la adjudicación de las tarjetas de periodista no siempre requería el diploma universitario, sino que se lograba gracias a los buenos oficios de quien la solicitaba o a la experiencia que pudiera demostrar el aspirante.

Si bien el modelo tradicional continúa vigente en el entorno digital, esas prácticas ya no son un obstáculo para que otros agentes intervengan en la esfera mediática y asuman la tarea de informar gracias a que la herramienta está disponible, los sucesos brotan de la nada (o se inventan) y las audiencias vagan por la red haciendo suyos acontecimientos diferentes a los que muestra los telediarios del mediodía, las emisoras y los periódicos matutinos (Cassim, 2008). En la medida en que se ofrezca un valor informativo agregado, más cualificado, se podrían generar lazos de lealtad con los receptores, pero ese plus no siempre se ajusta al interés ciudadano, no siempre se inscribe en los principios filosóficos que rigen el periodismo, y, sobre todo, no coincide siempre con los formatos informativos tradicionales como única manera de recibir información, pues la calidad multisensorial, la realización de multitareas, la interactividad inmediata y los intereses de los nuevos receptores, ya nativos digitales, se aproximan más al trabajo de los *neoperiodistas* nacidos en la red. Los grandes medios lo saben y ya se observa cómo intentan participar en esas dinámicas, conscientes de que para lograrlo necesitarán de un nuevo perfil periodístico respaldado por los criterios éticos y conceptuales de siempre, pero inscritos en otra dimensión:

La consolidación de Internet como un nuevo soporte –sobre todo para los diarios tradicionales– ha pasado por tres etapas diferentes. En la primera tan solo se procede a un volcado de la edición analógica a la web, sin modificación ni adecuación a las potencialidades del nuevo medio. En la siguiente etapa, los contenidos de la edición analógica son complementados con otras informaciones y la posibilidad de obtener servicios relacionados. La tercera fase es aquella en que la redacción de las noticias ya no depende de la edición impresa, sino que se generan contenidos pensados y redactados aprovechando los recursos y oportunidades de Internet (López, Gago y Pereira, 2003, citado por Almiron y Jarque, 2008, p.109). Otros autores complican aún más esta taxonomía y diferencian hasta cuatro etapas: 1) modelo facsimilar; 2) modelo adaptado; 3) modelo digital, y 4) modelo multimedia. Las tres primeras fases corresponden

a las mencionadas por la mayoría de autores, la cuarta implica una ruptura radical con el concepto de diario y se apuesta por aprovechar al máximo las posibilidades de la interactividad y del hipertexto (Yus, 2003, citado por Almiron y Jarque, 2008, p. 109).

Pero no se trata de un mero cambio en la línea de producción de contenidos informativos como respuesta al advenimiento de nuevas tecnologías, es ante todo una reformulación de la figura del PERIODISTA, con mayúscula, que requiere diferenciar su labor de aquel internauta que haciendo uso de unas cámaras, una grabadora, un computador y un *software* adecuado se levanta una mañana ejerciendo la labor periodística. Este hecho tal vez no difiera en esencia de lo que ha ocurrido tradicionalmente con los reporteros empíricos, periodistas de hecho, gracias a la posibilidad de acceder a un medio de comunicación. Solo que el universo Internet se ha convertido en una amenaza más evidente dada la facilidad de crear un medio *on line* y la posibilidad de hacerlo llegar a grandes audiencias, no solo en los términos de una herramienta que es utilizada para contenidos más o menos parecidos a los de siempre, sino con una potencialidad en nuevos géneros informativos como se observa en países como Japón en donde muchos jóvenes le han apostado a las “novelas telefónicas” a partir de construir relatos específicamente para sus celulares (Carr, 2010, p. 131). Este ámbito genera reflexiones en los medios, sí, pero sobre todo obliga a pensar en el papel que tienen las universidades en la tarea de formar periodistas profesionales con competencias teóricas y conceptuales, avezados en una tecnología que parece un juego de niños para todos aquellos hijos de las redes que la utilizan como si ella hiciera parte de sus genes:

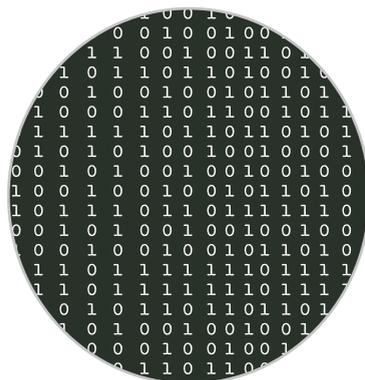
Las carreras universitarias asumen las necesidades del mercado con la convicción de que se presta a los estudiantes la opción de aumentar sus posibilidades de encontrar trabajo a medida que se van saturando los espacios en medios convencionales como la radio, la televisión o la prensa.

[...] En este contexto, Internet es recibido en un principio como una nueva edad dorada que “paradójicamente, será un factor que acentuará la crisis del sector de los profesionales de la comunicación” (Red Iberoamericana de Comunicación Digital (ICOD), 2006, citado por Almiron y Jarque, 2008, p. 111). Primero, por el *énfasis* que dieron las empresas a los medios, lo que condenó a un segundo plano la idea de comunicación, que se vio reducida al dominio de las nuevas herramientas técnicas. También por la popularización de Internet y de la microinformática, la multiplicación de los programas, cada vez más intuitivos, que inicia una etapa de desmitificación y desprofesionalización de lo que empieza a conocerse como multimedia. Y, finalmente, porque los técnicos de la comunicación pierden entonces el monopolio de lo técnico, los estrategas pasan a ser superfluos: estar “en línea” es comunicar; comunicar es estar “en línea” (Yus, 2003, citado por Almiron y Jarque, 2008, p.111).

Aunque el asunto relacionado con las nuevas alternativas laborales de los periodistas resulta inquietante, la discusión acerca de la conceptualización del periodismo obliga a circunscribir el debate más allá de estos términos, pues el éxito económico no representa siempre un ejercicio profesional cualificado, riguroso y comprometido con los principios deontológicos de la profesión. Es claro que el saber provee condiciones diferenciadoras que deberían facilitar el acceso a la cadena de producción de noticias. Sin embargo, cada vez es más difusa la línea que separa los dos niveles de periodistas de los que hemos hablado, y las instituciones educativas parecen inmóviles frente a este fenómeno. La tarea de hacer coincidir las necesidades del mercado con los programas académicos implica una lectura en dos sentidos: el primero tiene que ver con aspectos meramente teleológicos relacionados con la dotación de fundamentos que le permitan al periodista graduado “competir” con la “pericia innata” de los reporteros de facto que transitan por la red con sus narraciones haciendo uso de las herramientas digitales; y por otro lado, la necesidad de que el conocimiento científico, por decirlo de alguna forma, diferencie a los unos de los otros. En esta medida se requiere innovar en la forma y en el fondo de los currículos en un contexto en donde muchos periodistas graduados acusan carencias en contenidos instrumentales y ausencia de conceptualización y profundización teórica.

El ejercicio práctico del periodismo requiere además unos profesionales polivalentes porque el espectro informativo lo requiere, porque el mundo de los interconectados así lo demanda, y, ante todo, porque su práctica ha ampliado sus límites en la cultura web:

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han tenido un impacto considerable en la cultura. Dejando de lado el impacto de los medios de comunicación clásicos (prensa, radio y televisión) por salirse fuera de nuestra investigación, nos centramos en la influencia de la multimedia, realidad virtual y autopistas de la información en el *ámbito* cultural y que se denomina “cibercultura”: es el nuevo concepto que define la cultura, sociedad y vida de los próximos años, y es un término que engloba todo lo que sea movimiento, evolución y en definitiva cultura a través del prefijo “ciber” que le proporciona



El ejercicio práctico del periodismo requiere además unos profesionales polivalentes porque el espectro informativo lo requiere, porque el mundo de los interconectados así lo demanda, y, ante todo, porque su práctica ha ampliado sus límites en la cultura web.

un nuevo estado, en el que el canal de desarrollo es su propio flujo tecnológico (Joyanes, 1997, p. 170).

La idea de que una comunidad requiere un intermediario e intérprete de los hechos parece perder vigencia ahora que la red luce, no como un espejo que refleja los acontecimientos, sino como un vidrio que los transparenta, un vidrio que tiene a su vez opacidades pero que ofrece la sensación de dejar pasar la realidad tal como es:

Por tanto, se abre camino la idea de que este intermediario ya no es necesario, que uno ya puede informarse solo. La idea de la autoinformación se va imponiendo. Es una tendencia ciertamente peligrosa. Ya he tenido ocasión de desarrollarla, porque se basa esencialmente en la idea de que la mejor manera de informarse es convertirse en testigo; es decir, este sistema transforma a cualquier receptor en testigo. Es un sistema que integra y absorbe al propio testigo en el suceso. Ya no existe distancia entre ambos. El ciudadano queda englobado en el suceso (Ramonet, 2008).

Al contrario de lo que piensa Ramonet cuando afirma que los periodistas están en vía de extinción, lo que ocurre actualmente es que una nueva especie de periodistas está irrumpiendo en el *webuniverso*, un periodista no ortodoxo desde los cánones y principios que rigen la profesión desde la academia:

El caso es que el individuo medio de una sociedad desarrollada vivía ya inmerso en una enorme cantidad de informaciones y comentarios, y no resultaba preciso que llegara Internet para que reconociéramos la confusión a que todo ello puede conducir. Las redes, sin embargo, potencian y alimentan hasta el extremo esa ilusión mítica de que estamos mejor informados porque podemos acceder a un mayor número de noticias. También agudizan los riesgos, entre los que destaca la aparición de una especie de nuevos fundamentalistas de la libertad de expresión, decididos a demostrar que esta no tiene límites cuando ellos la utilizan (Cebrián, 2000, p. 100).

Si bien entre más autores participen en la búsqueda, interpretación y transmisión de informaciones aumenta el grado de incertidumbre, hay que considerar también que esas nuevas voces pueden venir de individuos con saberes tradicionales válidos, o de profesionales de otras áreas con conocimientos certificados que utilizan estos medios informáticos para compartir información que pertenecía a círculos más cerrados. En síntesis, más que la designación de "periodistas" lo que florece es una conversación ampliada, un gran canal de información y comunicación donde los grandes medios de comunicación y sus representantes pierden la hegemonía, pero siguen siendo una voz potente en el coro informativo. El reto no consiste entonces en intentar regular el pandemónium, sino en admitir que existe y que ahora más que en cualquier otro momento el PERIODISTA se ve obligado a reinventarse y esa reinvención debe estar inexorablemente asociada a un saber

integral, tanto en lo académico como en el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación. El problema es que es un modelo para armar en el que no todas las fichas están definidas:

Tales modelos han especulado o definido al futuro periodista bien sea mediante la descripción explícita de su perfil, bien al realizar cábalas sobre los cambios en su forma de trabajar o incluso mediante la referencia sobre lo que se debe enseñar en las Facultades o Escuelas de Periodismo. Podemos afirmar que el contexto discursivo de la "nueva era de la información" impuso para algunos la evidencia de que las discontinuidades históricas que se estaban produciendo, supuestamente, en todos los ámbitos sociales, también debían de estar afectando de alguna manera a los profesionales de la comunicación, lo que supone un recorte de la realidad al no corresponderse con lo que verdaderamente acontecía en las redacciones de los medios (Sandoval, 2005, citado por Almirón y Jarque, 2008, p.123).

Estamos hablando de un tipo de periodista polifuncional, que no subestima el uso de las herramientas tecnológicas, que es hábil en el manejo de *softwares* asociados a su quehacer, que apuesta por la elaboración de contenidos convergentes, formado para acceder al cubrimiento responsable de los hechos con criterios más elaborados que los que encuentran los ciudadanos en las diversas plataformas informativas. A la par, una tarea indispensable es procurar nuevos escenarios para que los periodistas busquen en la conceptualización teórica un nicho de trabajo que permita construir una teoría del periodismo a partir de su propio método, de su deber ser ético, de su responsabilidad en el registro de la historia del día a día y de la interpretación cualificada de los acontecimientos como baluarte de su credibilidad. Cabe anotar que ambos escenarios son igualmente importantes.

El riesgo que conlleva no acceder al conocimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y quedarse exánime frente a lo que ocurre con los nativos digitales sabedores de todas estas herramientas, no puede, sin embargo, llevar a una interpretación errónea del fenómeno y reducirlo al hecho de una formación instrumental pensada solamente para cumplir con los requerimientos de la industria de la información, sino que esta tendría que ser rebasada so pena de sacrificar el constructo teórico por una habilidad técnica. El caso contrario es también traumático, pues despojar a la teoría de los tópicos de aplicación práctica implicaría llevar al periodismo al nivel de las ciencias teóricas reservadas a los científicos ausentes del devenir de las comunidades:

Una tesis de maestría de C. Max Magee, dirigida por Rich Gordon, de la Escuela de Periodismo Medill, de la Universidad de Northwestern, evaluó 35 habilidades. Entre ellas aparecen el uso de HTML, Flash, usabilidad web, cómo escribir para Internet, uso de sistemas de administración de contenido, creación de

productos multimedia, edición de audio y video, administración de comunidades en línea, análisis de métrica, formas alternativas de contar historias. Las habilidades mejor calificadas por los encuestados fueron las tradicionales, no asociadas con la tecnología: atención al detalle, juicio noticioso, gramática y estilo, habilidades multitarea, habilidades de comunicación y para trabajar bajo la presión del tiempo, pero de la investigación emerge claramente un perfil de periodista con múltiples habilidades (Mascardi, 2009, p. 90).

Es claro que el periodista ya no es aquel que se dedicaba solo a escribir y depositaba en terceros el resto de tareas relacionadas con la publicación de sus trabajos, hoy se ve enfrentado a concebir por completo sus piezas informativas, a conocer de cerca labores relacionadas con la infografía, la administración de contenidos, la reportería *on line*, la investigación asistida por computador, el diseño multimedial, la edición web, la interactividad, las redes sociales y, en síntesis, la alfabetización tecnológica que pueda servir de base a las aptitudes directamente relacionadas con el uso del lenguaje, la narración, la creatividad, el criterio y el talento intelectual, a sabiendas de que si para ello no se tiene en cuenta la forma de hacerlo es posible que la relación emisor–canal–mensaje–receptor–feed back se rompa y por ende la comunicación se interrumpa o simplemente no se dé.

No se trata de “tecnificar” la producción de información y lograr mayor efectismo en los contenidos, sino de entender que las fronteras son más anchas y cada vez más ajenas al círculo otrora domesticado por las empresas periodísticas. Tampoco se trata de sugerir que los modelos tradicionales han desaparecido, que los grandes medios no tienen influencia y que al mundo de la web acceden todos los ciudadanos y como tal actúan en consonancia con lo que allí encuentran. Sería bastante determinista suponer que es así, pero no es arriesgado aseverar que como ocurrió con la radio, la televisión o el teléfono, la cobertura tiende a ser cada vez mayor y el acceso a la información auspiciada por estas tecnologías para influir de manera persistente en la realidad del mundo en que vivimos.

Hay que tomarse en serio la crisis del periodismo (...) Existe mucho temor y desprecio de los que dicen que a los periodistas no les va a pasar nada o que no van a desaparecer nunca. Actualmente, si bien existen enfoques y periodistas interesantes, lo que se observa en el periodismo se relaciona a una súper superficialidad espantosa. Hay una causalidad muy simple, el periodista es incapaz de entender la dinámica hipercompleja de la actualidad. La tecnología no es determinante en este aspecto, es una última instancia. Se sobreentiende que por usar correctamente la tecnología uno va a ser más interesante o va a tener buen análisis. Y no es así. La dinámica de la información es totalmente distinta que hace algunos años y no veo que el periodismo haya cambiado demasiado. En lugar de preocuparme por ver si se van a fusionar las redacciones o cuestiones similares, me preocuparía más sobre la formación del periodista.

No en el sentido banal que debe haber un periodista ético y demás. Necesitamos que los periodistas comiencen a pensar y a entender la complejidad. Es todo superficial. Se ve que no entienden nada. Los análisis existentes son muy vacuos. Lo que hay que hacer es que los periodistas empiecen a entenderla y a transmitirla utilizando nuevas formas de narración. Lo noticiable comienza a tener otro valor (Piscitelli, 2008, p.189).

En la medida en que entendamos que lo noticiable ya no es solo del resorte de los comités editoriales de los medios masivos, y que las comunidades a través de sus reporteros pueden proponer agendas y construir nociones paralelas, el ejercicio del periodismo tendrá en ellos aliados más que competidores, porque a partir de la cercanía de sus necesidades particulares, de sus inquietudes noticiosas y del conocimiento vasto sobre las esquinas de sus barrios es posible descubrir que hay un conocimiento colectivo que vale la pena ser tenido en cuenta. No se trata solamente de mediaciones, la historia de Internet es prolífica en *remediaciones* (Islas y Arribas, 2010, p. 150)⁵ con sus correspondientes prácticas comunicativas, que en este caso hacen de los receptores prosumidores⁶ activos. Es decir, en este laboratorio de la web participan hacedores de información con métodos formalizados e instrumentos de verificación y contraste, pero también florecen otros órdenes discursivos que desmitifican las certidumbres de los periodistas profesionales con o sin razones confiables. Todos ellos participan en el juego de la creación de nociones del mundo como emisores en uso de sus derechos a expresarse:

Su influjo ha sido profesionalizar la “autoexpresión” y comercializarla junto con otras actividades. No todo el mundo puede ser doctor, pero todos saben cómo expresar su personalidad. Todos tendríamos un doctorado, si es que lo hubiera, sobre nuestras propias vidas. Nuestras opiniones, juicios, sentimientos y percepciones constituyen nuestro campo de especialización. Cuando los periodistas y los académicos se expresan con autoridad sobre cualquier aspecto de la vida, están presumiendo neciamente de un conocimiento exclusivo sobre un tema que hemos aprendido con maestría nosotros mismos. Gracias por las molestias.

Dado que la finalidad de la cultura es siempre representar lo humano, ser simplemente humano se ha convertido en una cualidad suficiente para intervenir en la expresión cultural. (...) El resultado es a menudo una burda caricatura del igualitarismo, en el que cada vez más personas, después de haberse declarado un tipo u otro de creadoras de

- **5** La expresión *remediaciones* es registrada por Islas y Arribas en el capítulo 10 del libro *El proyecto Facebook y la posuniversidad*: “Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos”.

6 El concepto prosumidor fue acuñado por Alvin Toffler en el texto *La Tercera Ola* de 1980 para hacer alusión a la cada vez más corta distancia entre el productor y el consumidor, y para designar a aquellos que crean bienes para uso propio, antes que para venderlos e intercambiarlos. En ese sentido, en el contexto que nos ocupa la información se asume como un bien generado por la comunidad web para la misma comunidad. Es decir que en la red somos prosumidores de nociones del mundo hechas “noticia”.

cultura, de repente se dan cuenta de que una identidad profesional requiere una habilidad especializada y se encuentran perdidas para practicar lo que dicen ser. Entonces, acaban repitiendo simplemente su derecho a ser lo que les gusta ser, una declaración incesante del yo que, a menudo, adquiere el estilo de burla o rabia dirigida contra las élites privilegiadas, las cuales son percibidas como un obstáculo en la tendencia mayoritaria (Siegel, 2008, p. 146).

A modo de recapitulación, podemos afirmar que el periodismo como disciplina social sigue regido por unos principios teóricos, que la participación de “legos” en la escena mediática web no significa que esos principios se puedan obviar o que la redefinición del periodismo tenga que hacerse a la luz de las prácticas de los emisores *neoperiodistas*, pues ello significaría empobrecer discursivamente la disciplina y alejarla del debate relacionado con su deontología. Muy a pesar de esto, en el aspecto práctico sí se advierte que la participación de nuevos actores obliga a reflexionar sobre la concepción del periodismo en el espacio de la virtualidad informativa en donde los internautas fungen cada vez más como hacedores, interpretadores y transmisores de sus propias nociones de realidad, “acaso un vulgar juego de palabras, una seducción ejercida por la gramática, o peor aún, una osada generalización practicada a partir de unos pocos hechos, todos ellos muy personales, muy humanos, demasiado humanos” (Nietzsche, 2006, p. 7). Igualmente, adoptados por los navegantes de la red y evaluados a partir de sus experiencias individuales no nece-

Referencias bibliográficas

- Almiron, Nuria y Jarque, Josep Manuel. (2008). *El mito digital, Discursos hegemónicos sobre internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.
- Carr, Nicholas. (2010). *¿Qué está haciendo Internet en nuestras mentes? Superficiales*. Bogotá: Taurus.
- Cassin, Bárbara. (2008). *Googleame. La segunda misión de los Estados Unidos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Cebrián, Juan Luis. (2000). *La Red*. Madrid: Punto de lectura. Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 20. 7 de julio de 1991 (Colombia).
- Doueih, Milad. (2010). *La gran Conversación Digital*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, Michel. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets Editores.
- Joyanes, Luis. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.
- Mascardi, Juan. (2009). Periodismo digital: la polivalencia profesional y los nuevos espacios profesionales [Ponencia]. *Primer Foro de periodismo digital de Rosario 2008. Nuevos medios. Nuevos Modos. Nuevos Lenguajes*. Disponible en: <http://es.calameo.com/read/000422860ecd0cd4d082a>. [Consultado septiembre 26 de 2022]

sariamente cotejadas o coincidentes con la construcción elaborada desde las casas periodísticas convencionales. No están entonces en discusión los fundamentos esenciales del deber ser periodístico, lo que ha emergido es la necesidad de adaptarlos a los nuevos tiempos pródigos en canales, en recursos de difusión, y en voces que contravienen los reclamos de quienes tradicionalmente se han sentido con mayor autoridad para informar. Tal vez no sea posible recuperar por completo la hegemonía de los profesionales del periodismo, pero estos y los medios donde laboran tendrán que ajustarse a las actuales dinámicas que les impone el mundo global y sus desarrollos técnicos y tecnológicos, y para ello tendrán que echar mano de todo el acervo teórico y conceptual que los diferencia del periodismo intuitivo de los *webciudadanos*, a partir de nuevos géneros y formatos, de la comprensión de los fenómenos y de la capacidad de volver a las pequeñas historias que ocurren en las calles donde “pasa la vida”. Adicionalmente, los periodistas y las universidades que los forman tendrán que entender que la tecnología y el conocimiento de las herramientas web y multimedia es también fundamental, porque así como McLuhan afirmó hace más de cincuenta años que el medio es el mensaje, hoy la red y sus recursos tecnológicos no son solo eso, son también el emisor, el receptor, los contenidos y la retroalimentación: una fusión universal de informaciones e informadores en la que el periodismo como profesión debe comenzar a redactar su propio *lead*, en el que ya no importa tanto contar el qué, sino el porqué. 🗣️

Nietzsche, Friedrich. (2006). *Más allá del bien y del mal*. Buenos Aires: Gradifco.

Piscitelli, Alejandro. (1998). *Post/Televisión, ecología de los medios en la era de internet*. Buenos Aires: Paidós Contextos.

Piscitelli, Alejandro. (2002). *Ciberculturas 2.0*. Buenos Aires: Paidós contextos.

Piscitelli, Alejandro; Adaime Iván y Binder, Inés. (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad*. Barcelona: Ariel.

Piscitelli, Alejandro. (2009). Entrevista a Alejandro Piscitelli. *Primer Foro de periodismo digital de Rosario 2008. Nuevos medios. Nuevos Modos. Nuevos Lenguajes*. Disponible en: <http://es.calameo.com/read/000422860ecd0cd4d082a>. [Consultado septiembre 26 de 2022].

Ramonet, Ignacio. (2008). *Periodistas en vías de extinción* [en línea]. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/Periodistas-en-vias-de-extincion,157333>. [Consultado septiembre 20 de 2022].

Rodríguez, Rosa. (2004). *Transmodernidad*. Barcelona: Antrhopos.

Sartori, Giovanni. (1998). *Homo videns, la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

Serrano, Pascual. (2010). *El periodismo es noticia*. Tendencias sobre Comunicación en el siglo XXI. Barcelona: Icaria-Antrazyt.

Siegel, Leo. (2008). *El mundo a través de una pantalla. Ser humano en la era de la multitud digital*. Barcelona: Ediciones Urano S. A.

Suárez, Juan Carlos. (2017). El periodismo ciudadano. Análisis de opiniones de periodistas profesionales de España, Italia y Bélgica. *Revista Convergencia*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Vattimo, Gianni. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.