

Periodistas modelo o modelos de periodismo: agendas y prácticas para pensar el periodismo en el siglo XXI

Adriana Amado
Diciembre 2014

Pocas profesiones se piensan a sí mismas tanto como el periodismo y mucho menos tienen la posibilidad de compartir esas reflexiones masivamente. Congreso, seminario, taller que se organiza, congreso, seminario, taller que sale comentado en los mismos medios en que pululan los periodistas que participan. Para colmo, como si no advirtiera tanta introspección extrovertida, el poder incómodo con alguna información publicada, les exige a los periodistas más autocrítica, más ética, más profesionalismo. Y a juzgar por el caudal de autorreflexión en forma de publicaciones, cursos, posgrados, sitios especializados, la posibilidad de expandirlo es ilimitada.

Sin embargo, tantos caracteres intentando describir al periodismo, antes que precisarlo, lo están volviendo inefable. ¿Qué es ser periodista? Si tuviéramos que atenernos a los títulos de estos eventos organizados por los guardianes de la profesión, el periodista iberoamericano sería un profesional a la vanguardia de la revolución digital, que lucha con una clara guía ética por el acceso a la información pública y padece en represalia numerosas agresiones de los poderes fácticos. Y que, en los ratos libres, logra publicar sus investigaciones periodísticas como crónicas bellamente contadas para confirmar que su naturaleza es más literaria que forense.

Para fortalecer ese perfil suele ser invitado a foros para escuchar a esos periodistas en los que casi ninguno de los asistentes se convertirá, con la idea de que su excepcionalidad los inspire, con una exaltación tal que más que motivación, genera frustración. Las buenas intenciones de los organizadores que ponen títulos como “¿Quieres ser John Lee Anderson?” desde la mirada del humilde cronista que empuja con empeño su blog desde una comarca perdida en la inmensidad latinoamericana puede ser leída como “¿Que voy a llegar a ser Martín Caparrós?”.



Esos próceres vendrían a recordar que se trata de la mejor profesión del mundo mientras el periodista iberoamericano sabe que ese mundo paga mal sus servicios y critica sus fallas impiadosamente. Especialmente el poder, que reclama un periodista puro, con una ética inmovible, mientras le recuerda por lo bajo que pase por sus oficinas para arreglar la pauta publicitaria para el próximo año. Si no exige en cadena nacional una prensa de calidad al tiempo que cierran el acceso a la información pública con cuatro llaves y como Barba Azul castigan al discolo que abra alguna puerta con diatribas, escarnios y persecuciones varias.

El periodismo es la profesión más moderna de todas, que nació con la modernidad y fue un factor central de la discusión política así como los medios fueron los vectores publicitarios que consolidaron los mercados de consumo tal como los conocemos. Pero en estos días, la modernidad está en cuestión, la política ya no discute en los medios sino que los usa como vidriera y el mercado empieza a notar su pérdida de eficacia como prescriptores. Que el periodismo atraviese una crisis de funciones y patrones parece lógico. Lo ilógico es seguir planteando modelos e ideales en estado sólido para una profesión tan líquida como los tiempos que vive. De hecho, los teóricos del campo están planteando que ese modelo de periodismo que se suponía dominante en el mundo occidental, no era más que unos parámetros de unos pocos países que tuvieron vigencia durante un corto periodo de tiempo (Paolo Mancini, 2013).

Para el periodismo iberoamericano el desconcierto es mayor porque ni siquiera llegó a delinear un modelo como el estadounidense con pautas profesionales adoptadas unánimemente por universidades, asociaciones profesionales. En la región la situación fue muy diferente, principalmente porque el sistema político y el mediático no estuvieron demasiado juntos sino revueltos (Waisbord, 2000, 2013a, 2013b). Eso impidió que se desarrollaran instituciones

colectivas con una fuerza suficiente para marcar una impronta profesional iberoamericana. La academia tuvo una posición ambivalente porque a la vez que rechazaba las teorías que venían del norte por cuestiones ideológicas, no desarrolló estudios de periodismo que permitieran tener hoy un diagnóstico más preciso de las características de la profesión y de las similitudes y diferencias entre los países de la región.

Lo que sabemos hoy es que, lejos de los oscuros augurios, la globalización transmitió algunas tendencias a nivel mundial pero no alcanzó para homogeneizar el periodismo. El periodismo equilibrado, neutral, ético, solo es posible en sociedades con altos niveles de consenso. Un periodismo polarizado responde a sociedades divididas por antinomias políticas, por brechas culturales, por discriminaciones económicas. La imbricación de medios, política y negocios, el alto nivel de politización del periodismo y la débil identidad profesional (Paolo Mancini, 2013) acerca el perfil de los periodistas latinoamericanos a los de países de Europa oriental y de Asia de los que sabemos poco y nada.

En el siglo pasado el periodismo se definía por sus prácticas o por sus lealtades. En estos tiempos de vacas flacas parece condenado a definirse por quién le paga: periodismo de entretenimiento, de marca, de relaciones públicas, de operaciones políticas, de oficialismos. Nunca en su historia las noticias fueron pagadas en su totalidad por su destinatario por lo que recurrió a la publicidad como forma de abaratar los costos de los nacientes medios y a subsidios de diversos tipos. Pero hoy el lector las quiere gratis, los anunciantes ya no quieren invertir tanto en los medios y los subsidios estatales piden demasiado a cambio. La dependencia financiera no es un factor menor en estos tiempos porque produce un periodismo de servicios para el anunciante que crea soportes publicitarios con formatos editoriales o llena estos con gacetillas de sus



favorecedores en nombre de la subsistencia.

Modelos ideales

Cuando el periodismo no se estudiaba, los conocimientos se transmitían de los reporteros a los aprendices que querían emular al hombre mítico que tenía una anécdota para cada situación y las compartía paternalmente en las tertulias de la redacción. Cuando el oficio pretendió convertirse en profesión, buscó sistematizar sus conocimientos para transmitirlos académicamente a partir de personajes que encarnaran las virtudes teologales a las que debían encarnar los aspirantes. Sin embargo, los héroes que veneran las santas escrituras del periodismo latinoamericano poco tienen que ver con los hombres y mujeres que día a día comprueban que el suyo es un trabajo rutinario que tiene más que ver con la transcripción que con el descubrimiento, más con la subsistencia que con las aventuras.

La paradoja es que en el siglo donde hay más escuelas, cursos, posgrados de periodismo cobra fuerza el periodismo amateur. Cuando los medios tienen más alcance que nunca, el periodismo que interesa es el hiperlocal de los cronistas y blogueros. García Márquez ya había advertido hace veinte años esa brecha que empezaba a abrirse entre las aulas y las prácticas:

Tal vez el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo. Claro que deben persistir en sus programas humanísticos, aunque menos ambiciosos y perentorios, para contribuir a la base cultural que los alumnos no llevan del bachillerato. Pero toda la formación debe estar sustentada en tres pilares maestros: la prioridad de las aptitudes y las vocaciones, la certidumbre de que la investigación no es una especialidad del oficio sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición, y la conciencia de que la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al

*moscardón.*¹

De alguna manera este discurso marcó la agenda del periodismo latinoamericano centrada en la investigación periodística, la ética y el desarrollo de competencias técnicas, especialmente las que requieren los entornos digitales. Sin embargo, el optimismo del maestro de que se trataba del mejor oficio del mundo es contradicho por la opinión de quienes ubicaron en 2014 a los reporteros de diario y operadores de TV en el cruel podio de los peores empleos junto con los leñadores, los militares alistados, los conductores de taxi, los recolectores de basura, los auxiliares de vuelo, los bomberos y los carceleros.² Aunque en muchos de nuestros países las carreras de comunicación están superpobladas, no por ello puede decirse que esos jóvenes estén alentados por una clara vocación reporteril.

Seguramente no piensan lo mismo que se pensaba de la profesión esos jóvenes que crecieron escuchando a sus presidentes hacer escarnio público de medios y periodistas. Ya hay varias promociones de estudiantes que cursaron su carrera sin ver a los funcionarios dar una conferencia de prensa abierta o dialogar con el periodismo de manera respetuosa y regular. Estos jóvenes identifican mejor a Benedict Cumberbatch que a Robert Redford, y es más probable que hayan visto al primero como Julian Assange en “El quinto poder” que al segundo haciendo de Bob Woodward en “Todos los hombres del presidente”. Estas generaciones no vieron a Clark Kent cambiando el sombrero por la capa del invencible Superman, periodista y salvador de la humanidad. Los niños hoy se disfrazan de un súper héroe que es reportero gráfico *free lance* en el *Daily Bugle*, un diario acabado con un jefe cretino que paga mal y

1 Gabriel García Márquez, “El mejor oficio del mundo”, Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, discurso pronunciado ante la 52a. asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, Los Angeles, 7 de octubre de 1996. En <http://especialgabo.fnpi.org/las-ideas-de-gabo/el-mejor-oficio-del-mundo/>

2 Kyle Kensing, “The Worst Jobs of 2014”, marzo de 2014, en <http://www.careercast.com/sites/default/files/images/infographic-2014.jpg>



poco por lo que el pobre Peter Parker debe completar su ingreso con entrega de pizzas y en los ratos que le quedan, zurcir los desgarrones que los rufianes dejaron en su traje de Hombre Araña.

Con suerte las nuevas generaciones vieron por televisión periodistas idealistas luchando contra “Escobar, el patrón del mal” pero en tonos ocres y trajes ochentosos para que quede claro que se trata de imágenes del pasado. Los periodistas de ahora vienen en el formato “House of cards” (2013), esos que ofician de fusible entre los operadores políticos y una opinión pública desinformada. Así los viene mostrando la industria cultural desde “The West Wing” (1999–2006), donde los periodistas empezaron a ceder el protagonismo a los comunicadores (a los que se agregan en “The Newsroom” (2012), los empresarios de medios, pero ese es otro cuento). Pero para variar, poco sabemos de ese dilema que enfrenta a muchos a decidir si sigue de periodista o de jefe de prensa o hace malabares para mantener las dos funciones simultáneamente. Por tomar los datos de Estados Unidos, solo porque ahí vienen haciendo estas cuentas, por cada periodista en 2004 había tres eficientes relacionistas procurando ver publicado lo que sus mandantes disponen.³ En 2013 eran casi cinco por cada reportero, mucho más del doble que en 1970. Y un factor no menor es que por cada dólar que gana un relacionista, un periodista ganaba 0,71 en 2004 y 0,65 en 2013. Estas cifras dan una idea de qué clase de comunicador están prohibiendo estos tiempos. En la región nos faltan estas estadísticas aunque podemos sospechar que una tendencia similar a juzgar por la cantidad creciente de periodistas en oficinas de prensa que no solo les ofrecen mejor sueldo sino que los pone del lado de los decisores de la información. Con los periodistas pasa como con los maestros que de la boca para afuera todos dicen que son muy necesarios pero en los hechos la sociedad les

³ Williams, A. (2014). The growing pay gap between journalism and public relations. Fact Tank Pew Research Institute. Washington. Retrieved from <http://pewrsr.ch/1op3Np3>

escatima el soporte moral y el respaldo material para que su tarea sea socialmente digna.

Desempolvar héroes de tiempos que ya nada tienen que ver con estos no necesariamente es inspirador. Los modelos ideales son incompatibles con realidades de trabajadores de prensa de medio tiempo, sin herramientas básicas de trabajo, que deben procurarse viáticos de las fuentes para agregar algo de su cosecha a la gacetilla. Mientras la industria involucra a los periodistas en la solución de sus problemas y los convoca a aceptar sus recortes y a incorporar la multifuncionalidad, ¿quién se ocupa de la agenda de los periodistas? ¿Quién habla de sus problemas y discute soluciones expansivas en lugar de conversar de ajustes y despidos? La crisis del viejo modelo no es mala noticia más que para los que lo echan de menos porque alguna vez lo vivieron. Para los demás ni siquiera es un cambio: es la forma en que va el mundo en el que viven.

Pocos se animan a preguntarse qué es ser periodista en el siglo XXI temiendo que la respuesta no tenga nada que ver con aquello que alimentaba las ilusiones en el siglo pasado. Ante esa inestabilidad, muchos se refugian en prácticas específicas como el “periodismo digital” como si lo único que hubiera que superar fuera la etapa de periodismo mecanográfico. Otros buscan el respaldo en principios éticos que pocos entienden y menos aplican. O proponen salidas por el periodismo literario, especialidad de culto que consumen sobre todo los que lo escriben. Como dice Ulrich Beck (2006), vivimos épocas en que se piden soluciones biográficas a contradicciones sistémicas. Y el periodismo es una profesión muy autobiográfica, que tiende a ofrecer soluciones generales desde las épicas individuales.

Modelo ¿guardián o leal?

El cuestionamiento más duro que recibió el periodismo en los últimos tiempos vino de muchos gobernantes que lo subieron a la



picota junto con los medios que consideraron enemigos de su gestión y por extensión, de la democracia que representaban. Dijeron que era necesario revisar el servicio que medios y periodistas prestaron a la democracia sin que se pidiera rendición de cuentas similar a otros actores sociales, ni siquiera a la política. Para plantear la discusión no se les ocurrió mejor idea que recurrir a categorías que ya llevaban un siglo de camino. Sin ahorrar anacronismos, dividieron las aguas entre periodismo profesional (o independiente o hegemónico, según si era una descripción o una acusación), y militante (o comprometido, necesario, socialista según el país o el régimen).

La tradición profesionalista del siglo XX se apoyó en procedimientos de reporte que priorizaban lo fáctico y el equilibrio de voces en las noticias, en reemplazo del personalismo del periodismo de ideas, partidario, o de opinión, propio del siglo XIX. Ninguno de esos modelos fue ajeno a su época. La discusión política que acompañó la formación de las naciones modernas necesitaba una prensa para expresar sus ideas, de la misma manera que la creciente profesionalización de esas voces obligó a la prensa a desarrollar procedimientos para tomar distancia de los métodos propagandísticos que fueron desarrollando en el siglo pasado. Porque así como el periodismo no puede ser control de élites reacias a la rendición de cuentas, tampoco es genuinamente militante cuando aboga por causas instrumentadas por los que están en el poder. Este siglo encuentra al periodismo con menos recursos de control y menos anticuerpos para la propaganda, con lo cual o es un perro guardián que ladra poco, o un perro faldero que se cree doberman.

Quizás por eso el periodismo militante tenga que remitir su identidad varias décadas atrás para empararse de la mística de los mártires del compromiso político. Busca su reflejo en los años setenta, y se mira en Rodolfo Walsh y su admonición por el compromiso literario y político del hombre de letras. O bautiza

su trabajo con el título del libro de Gabriel García Márquez que reunía como Periodismo militante sus crónicas de Angola, Vietnam, Nicaragua y Cuba. La condición de militante se volvió tan elástica que admite el periodismo oficialista, que pondera el compromiso político con el color gobernante a la par que vitupera cruelmente a los críticos y disidentes. Es el periodismo que exalta la voluntad soberana del pueblo para elegir sus líderes políticos a la vez que lo denigra en su calidad de lector de diarios o televidente.

Al definirse por sus fines y no por sus prácticas, la categoría periodismo militante es imprecisa: legitima el periodismo político si apoya lo que ampliamente se denomina la izquierda latinoamericana, aunque sus prácticas implacables con el contrincante sean tan agresivas como las de Fox News. Esa imprecisión es funcional a la crítica reduccionista que define el periodista por su contratante. Y que en la misma operación, pero de sentido contrario, crítica a la militancia porque es financiada por el poder, o vitupera por comercial al periodista que trabaja en medios privados. La oposición profesional o periodismo instrumentalizado (política o comercialmente) no se da en todas las circunstancias de la misma manera porque la profesionalización y la orientación a fines no son dimensiones excluyentes.

La libertad de expresión ampara la decisión del periodista de abogar por las causas que considere justas siempre que tenga la posibilidad de difundirlas y publicarlas sin restricciones y que sea transparente el proceso por el cual la información se convirtió en noticia. No hay libertad de opinión si no está apoyada en la libertad de información y de publicación. Y no hay pleno periodismo militante si solo puede abogar por ciertas causas y es descalificado solo por apoyar otras.

Filtrar las filtraciones

No puede haber periodismo guardián cuando



la investigación periodística depende de gobiernos plenipotenciarios, que construyen su poder con amenazas y represalias para los opositores o críticos. Aun cuando existieran leyes de acceso a la información y se cumplieran las disposiciones para facilitar la transparencia, la autocensura convierte el marco legal en decorativo. Aunque el acceso a la información es una herramienta indisoluble del periodismo de investigación, paradójicamente es la herramienta que menos depende de él.

La exaltación que se hace del periodismo de investigación no deja de focalizarse en su carácter de excepción. Y si como tal se entienden los trabajos hechos por periodistas por iniciativa propia que revela temas que alguien está interesado en esconder, no hay en la región muchos ejemplos (Waisbord, 1997). No pocas veces se viste de periodismo de investigación lo que no es más que periodismo de develación, que cobró fuerza en las últimas décadas. Se trata de un periodismo muckracking, que con la excusa de sacar a la luz actos de corrupción ocultos se vuelve portavoz de operaciones de prensa y filtraciones interesadas. La dificultad de este denunciismo (que no es denuncia porque no se puede comparar un medio con la institución en condiciones de recibir una denuncia y tomar las medidas en consecuencia) es que la mayoría de las historias dependen demasiado de fuentes influyentes, que ponen al periodista en el medio de disputas que no son las suyas. Pocos cursos de periodismo de investigación ayudan a lidiar con informantes que participaron en esas actividades que revelan o a evitar que el periodista se vea salpicado por las sospechas de la política del escándalo o sea inadvertidamente instrumentalizado.

Aunque el mito insista en lo contrario, la mayor parte de las noticias provienen de revelaciones de fuentes, transcripciones de expedientes judiciales, o documentos clasificados a los que finalmente se accede, sin que el periodismo cuente con procedimientos renovados para esos recursos en información confiable. Los

trascendidos y filtraciones han sido siempre una herramienta de la comunicación política que alimentó las noticias, parte del juego que juega el periodismo. Pero desde Woodward y Bernstein a Assange lo que marca la diferencia es qué se hace con la filtración. En el nuevo esquema de información global la información perdió su valor como exclusiva y va reclamando su legitimidad colectiva. La investigación de corrupción de un gobierno llevada adelante por un solo medio no le depara tantos lectores como riesgos de presiones y represalias del poder investigado. Perder el afán de exclusiva y competitividad del siglo XX y reemplazarlos por el de pluralismo y cooperación del siglo XXI es un punto crítico para el futuro del periodismo, que podría pensar en formas de competencia complementaria.

El periodismo de investigación ha sido sobrevalorado. Es el que más apoyo de capacitación, premios y horas cátedras recibe. Su momento sublime, el Watergate, se recuerda más por la ficción cinematográfica de dos detectives que lucharon contra el secretismo y las mentiras, que así como exageran su propio papel, subestimaron las investigaciones del FBI, del proceso judicial y del Congreso que aportaron revelaciones importantes (Thompson, 2001). Pero no puede entenderse el periodismo sin el vínculo con las fuentes porque no hay investigación posible si no hay nadie dispuesto a colaborar. El Watergate, antes que el origen de la caída de Richard Nixon, fue la consecuencia de la pérdida de su poder puesta en evidencia en la cantidad de informantes dispuestos a filtrar información (Gans, 1979; Thompson, 2001). Aun suponiendo que el periodismo de la vida se pareciera al del cine, va siendo tiempo de revisar estos ideales.

De los hechos a los dichos

En oposición al modelo ideal, los profesionales de a pie suelen quejarse de su falta de autonomía, reniegan de la dependencia de las fuentes pero saben que deben cuidar el vínculo con los



poderosos. Muchos se han acostumbrado a formar parte del selecto grupo de periodistas invitados a los cocteles de prensa y a las comitivas oficiales y lo consideran un privilegio que no les gustaría resignar. Justamente porque los aportes de las fuentes se han convertido en imprescindibles se requieren más competencias de filtrado que de producción, más herramientas de verificación que de detección. El conocimiento de las tácticas de relaciones públicas que tienen como objetivo la incidencia en prensa se vuelve vital cuando hay que separar rápidamente información confiable de propaganda. Si la mayoría de noticias se construyen a partir de contenidos producidos por terceros, nos enfrentamos a la redefinición del papel del periodista que, aun sin encajar en el investigador intrépido e independiente, sigue siendo un profesional de la información.

Los principios de objetividad, búsqueda de la verdad y separación de datos y opinión fueron ejes del periodismo de control como una forma de distanciarse de las operaciones propagandísticas que impulsaba la naciente industria de las relaciones públicas a inicios del siglo XX (Waisbord, 2013b). Este modelo también fue adoptado en Europa por la prensa comercial y por la naciente radiodifusión pública, y convivió con la prensa de ideas claramente identificadas con partidos y corrientes ideológicas. En contra de esas prácticas, se volvió moda, especialmente entre los defensores del periodismo militante, plantear la imposibilidad de la objetividad para el periodismo. Argumentando la inevitable subjetividad de la información, equiparan datos a opiniones y habilitan que la declaración tenga la misma entidad que el hecho. El problema no es que se puso en cuestión la objetividad sino que fue reemplazada por la autoridad: ya no importa si es verificable sino que sea citable, con lo que deja de importar qué dijo para discutir quién lo dijo. Como si la verificación pudiera excusarse poniendo lo improbable entre comillas.

La genealogía de los paradigmas periodísticos de América Latina fue muy diferente: desde sus inicios hubo una prensa comercial poderosa demasiado cercana al poder político y una prensa partidaria marginal, dependiente de mecenazgos y perseguida durante los procesos dictatoriales del continente. El periodismo occidental estableció la objetividad como un procedimiento que busca priorizar datos a opiniones, verificar la información, tratar las fuentes con escepticismo y construir neutralidad intentando presentar varias versiones sobre la información. El periodismo latinoamericano subestimó esas prácticas sin que desarrollara un anticuerpo equivalente para lidiar con la maquinaria propagandística caracterizada por la cooptación de medios y la intensa producción de contenidos oficiales. Según el ránking que publica en línea el Committee to Protect Journalists⁴ la mayoría de los periodistas asesinados durante 2014 corresponden a política, y si se suman los temas de corrupción, de derechos humanos y crimen organizado se comprenderá que el mayor riesgo lo tienen los periodistas en el día a día y no únicamente en los conflictos bélicos. El principal problema de los periodistas latinoamericanos es que las instituciones que deberían garantizar el derecho a la información se han convertido en su principal obstáculo.

Modelos de ética ¿profesional o social?

Las agresiones a los periodistas crecieron pero a la vez se camuflaron en el paisaje de las democracias del siglo XXI. Una viñeta del humorista ecuatoriano Bonil mostraba un gobernante robusto propinando tremendo pisotón a un personajito llamado Medio. El pisoteado reaccionaba profiriendo sapos y culebras en Technicolor a lo que el gobernante le decía “¿Lo ves? ¡Si tienes libertad de expresión!”. El cuento es no hay opinión que

⁴ Committee to Protect Journalists: “Beats Covered by Victims”: 10% Corruption; 17% Crime; 6% Culture; 50% Human Rights; 71% Politics; 62% War, en <https://cpj.org/killed/2014/> [consultado en 13/12/14]



valga si no está apoyada en buena información y en espacios adecuados para expresarla. La libertad de información es más que la libertad de pataleo o de crítica o de protesta. Para la Relatoría para la Libertad de Opinión y Expresión de las Naciones Unidas un ataque contra un periodista es “un atentado contra los principios de transparencia y rendición de cuentas, así como contra el derecho a tener opiniones y participar en debates públicos, que son esenciales en una democracia” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013, p. 2). No hace falta lamentar muertes o atentados físicos para considerar que hay un menoscabo en la tarea periodística. La prepotencia, los insultos, la descalificación permanente, generan un fuerte efecto inhibitorio que resulta en silenciamiento y en autocensura de los comunicadores, pero también de las fuentes y de aquellos que pueden aportar y demandar información.

El derecho a la comunicación depende de un intercambio libre, abierto y dinámico de ideas e información y por lo tanto, todo lo que obstaculice la deliberación pública y la expresión y difusión de la diversidad del pensamiento es un atentado. Para la Corte Interamericana de Derechos Humanos es responsabilidad de los gobernantes mantener un discurso público que no exponga a los periodistas a un mayor riesgo de violencia: “en tanto funcionarios públicos tienen una posición de garante de los derechos fundamentales de las personas y, por tanto, sus declaraciones no pueden desconocer estos ni constituirse en formas de injerencia directa o indirecta o presión lesiva en los derechos de quienes pretenden contribuir” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2013, p. 27). Para el tribunal este deber es de especial cuidado en situaciones de mayor conflictividad social, alteraciones del orden público o polarización social o política, recomendando destacar “de manera constante, clara, pública y firme la legitimidad y el valor de la labor periodística, aun cuando la información difundida pueda resultar crítica, inconveniente

e inoportuna para los intereses del gobierno”. Lo más curioso de este proceso es que muchas veces los señalamientos de los poderes hacia el periodismo vienen maquillados de reclamos de ética, aunque muchas veces se parecen más críticas disciplinantes con expectativas de sanciones públicas que a ética propiamente dicha.

La ética fue un elemento central en los momentos fundacionales del periodismo al brindar un marco de referencia para las prácticas en formación. Para la tradición del periodismo occidental fue útil contar con marcos consensuados que a su vez fueron acompañados por el desarrollo de instituciones como colegios profesionales o consejos editoriales para hacer de los principios éticos un corpus activo que fuera renovándose con las prácticas. Estas instituciones fueron débiles o directamente no existieron en muchos países de Latinoamérica. Y estos no parecen los mejores tiempos para impulsarlas.

Así como no hay un periodista global, no hay una ética periodística global. Bauman recuerda que “una moral no aporética, no ambivalente, una ética universal y con «fundamentos objetivos» es una imposibilidad práctica” como no existe un código ético a prueba de tontos, con fundamentos universales e inamovibles (2009, p. XIX). Así como la ambivalencia es propia de la interacción humana, la revisión permanente de sus fundamentos lo es de la reflexión ética. Pero, dice Bauman, no puede confundirse con el relativismo de los códigos éticos fundados en el parroquialismo tribal de los poderes institucionales que usurparon la autoridad ética. El Estado y el mercado modernos en realidad reducen la habilidad de elegir de manera autónoma, por lo que es paradójico que sean gobiernos y medios los más desesperados por intervenir en la discusión ética. Por eso pasa que se imponen códigos desde la patronal o se sancionan por ley defensores de las audiencias, cuando en realidad deberían ser impulsados desde la sociedad. Han logrado confundir la



ética como una reflexión que la propia persona hace de su hacer con un proceso por el cual las ideas del dominante se transforman en las ideas dominantes. Y ese error explica parte del fracaso de tantas iniciativas.

Ética de la conversación

Mientras se intenta reducir la ética a una moral tribal, los nuevos circuitos de la comunicación que dibujan las tecnologías involucran cada vez a más personas con lo que la discusión del significado ético de nuestras acciones toma una nueva dimensión. De hecho, los marcos regulatorios nacen viejos porque apenas se sancionan ya hay nuevos aspectos a considerar para cuestiones tan cambiantes como la privacidad, los derechos de autor, la jurisdicción nacional, las restricciones horarias o de contenidos, o el plagio, que la curadoría de contenidos redefine radicalmente. En ese sentido, la ética tendría una clara ventaja por sobre la norma si potenciara su condición dialógica y consensual.

Mientras la ley es heterónoma y tiene capacidad de ser impuesta y prever un castigo para su incumplimiento, la ética es autónoma y nace de la inquietud del individuo de hacer mejor las cosas. La ética se basa en entender que nuestras acciones tienen consecuencias, y no puede surgir sin un diálogo que involucre los afectados, porque la ética “da origen a la crítica, o mejor, no es posible sin ella, pues tenemos que llegar a conocer de qué manera nuestras acciones son recibidas por el mundo social ya constituido y qué consecuencias se derivarán de nuestras diversas formas de actuar” (Butler, 2009, p. 150). Pero si la ética pide un autoexamen, no por ello “consiste en una recriminación de sí mismo y ni siquiera en la internalización de normas reguladoras” (Butler, 2009, p. 156). Por eso nada más alejado de la ética que los señalamientos de los gobernantes o su imposición por parte de los empresarios como condición de empleo. El castigo erosiona la condición misma de la ética porque

justamente la condena paraliza las actitudes críticas del sujeto en quien recae, y destruye las capacidades que colaboran para la reflexión y revisión de conductas. La motivación de la ética no es el castigo de uno sino el cuidado del otro.

Medios, periodistas y públicos establecen su vínculo con la información de una manera activa o pasiva, regulada o consuetudinaria, y la naturaleza de esta relación habla del tipo de medios que esa sociedad conforma. No por caso la discusión ética pasó de los procedimientos que garantizaban la imparcialidad y objetividad de la prensa masiva de fines del siglo XIX, a dar contención al periodismo interpretativo que derivó hacia fines del siglo XX en el periodismo de los ciudadanos que conversan con la prensa en línea (Ward, 2013). En las últimas décadas del siglo pasado la idea de responsabilidad social del periodismo y los medios venía a responder a los cambios en la imagen colectiva de la prensa desde dispositivos como los códigos de ética periodística, observatorios de medios, mediadores o defensores que convocan al público. A ella servían los espacios de reflexión sobre las prácticas periodísticas que se impulsaban dentro de las redacciones, en los comités arbitrales o consejos de prensa creados para dirimir las cuestiones éticas. En todos los casos, se trataba de mecanismos para mejorar los estándares periodísticos por fuera de los controles estatales y de la imposición empresarial, distintos a los intentos de imponer por ley la calidad periodística. Ahora bien, si la información ya no es producida en forma exclusiva por los periodistas ni publicada únicamente en los medios, ¿es viable una ética de la información limitada a las prácticas periodísticas? O mejor, ¿puede reducirse la ética periodística a los manuales de los medios? Un periodista en las redes, o uno que trabaja para varios medios, o que produce información sin trabajar para ninguno, ¿qué manual consulta? ¿Con qué colectivo se identifica? ¿Por qué tendría que suscribir pautas de organizaciones que no lo admitirían como socio ni lo contratarían de empleado?



La discusión sobre la información la impulsaron primero los empresarios, luego los periodistas pero se hace plena recién cuando toda la sociedad asume la información como un derecho ciudadano. Empezó en el siglo XIX como libertad de (tener una) prensa, a ocuparse luego de defender los derechos del profesional de la información; y finalmente reconocer al sujeto universal los derechos a investigar, recibir y difundir informaciones y opiniones a todos los seres humanos por su condición de tales consagrados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Sin embargo, la discusión pública aún mantiene como jerarquía ese orden histórico y prioriza la voz de los empresarios y asociaciones de medios por sobre la de los periodistas y las de ambos por sobre las de la sociedad. La discusión ética, cuando se da, ocurre hacia adentro de las redacciones y solo a veces concede a los lectores un espacio semanal de diálogo. Pocos son los medios que integran los comentarios cada vez más numerosos e intensos que acompañan las noticias. Incluso hay medios que ni siquiera se animan a habilitar esos comentarios, intrínsecos a la lógica de comunicación en red. Aunque algunos medios ya habían dado cabida a las ligas de televidentes, las declaraciones cívicas, las consultas ciudadanas, todas esas expresiones del siglo pasado, no se apropiaron de las tecnologías de la comunicación que establecen otros protocolos de acceso y participación a los medios. Este es un aspecto desatendido en los cursos de competencias digitales.

De los observatorios a los conversatorios

Si el periodismo dejó de ser una línea de montaje para ser una conversación en red con múltiples actores y con infinitos hipertextos, la ética de procedimiento resulta cada vez más inoperante. El periodista que salió del newsroom físico para trabajar en el *cloudsroom* virtual ya no tiene un comité de redacción a quien elevar sus consultas sino que debe responder con celeridad a los comentarios

implacables de una audiencia global que ejerce un control y chequeo más preciso que el más implacable defensor de lectores de antaño. Los comentarios de los internautas consiguen en instantes lo que los códigos deontológicos no lograban prescribir con eficacia. El medio ya no puede guardar bajo la alfombra, al menos no por mucho tiempo, las razones que lo llevaron al error porque el lector le pide rendición de cuentas instantáneas. Y con una agilidad en la observación y pedido de explicaciones que no tienen los observatorios que insisten en esa denominación que remite a un espectador de los medios tradicionales, cuando para hacer honor a los medios interactivos deberían considerar empezar a llamarse conversatorios.

Los casos que en la primera década de este siglo involucraron al diario El País de Madrid marcan dos momentos elocuentes del espíritu de los tiempos. El primero fue la cobertura que el diario dio el 13 de marzo de 2004 a las declaraciones del presidente español sobre el atentado de Atocha, que convirtió en titular de primera plana una versión oficial que con el correr de las horas se delató falsa. En una red virtual incipiente en esos años, trazada con mensajes de texto y blogs,⁵ empezó a circular el pedido de enmienda que el diario publicó dos días después en una pieza de la defensora de los lectores que se sigue estudiando en las escuelas de periodismo y que ingresó en la historia política porque los comicios de ese día cambiaron la crónica anunciada. Otro caso con repercusión mundial se dio cuando el diario publicó una foto de la supuesta convalecencia del mandatario de Venezuela, de cuya enfermedad no se tenía más que declaraciones por semanas. El 24 de enero de 2013 el diario difundió una imagen que le había vendido una agencia informativa de su confianza, que apenas publicada tuvo que ser levantada porque circularon comentarios que señalaban que era una captura de un video de demostración publicado en YouTube. El diario retiró de circulación la versión impresa pero antes levantó la foto de su edición de internet

⁵ ¡Pásalo! Relatos y análisis sobre el 11-M y los días que le siguieron. (2004). Madrid: Traficantes de sueños.



sin que hubiera pasado media hora.⁶

El primer caso ilustra la crisis del modelo de control y la desorientación para lidiar con las fuentes de poder y sus tácticas comunicacionales. Aun para la prensa crítica, como lo era El País, con el partido al que pertenecía el mandatario en cuestión. El segundo episodio muestra la dificultad que presentan los chequeos de la información en entornos digitales. En el episodio de 2004 el diario tardó tres días en reconocer su error, que fueron apenas minutos nueve años después. Las dos situaciones confluyeron en la crisis de Venezuela de 2014 en donde las protestas sociales usaban las redes para publicar imágenes y convocatorias que no publicaban los medios. Pero a la vez que las redes eran usadas por los manifestantes, también eran operadas con imágenes capciosas enviadas desde cuentas anónimas para restar credibilidad de las auténticas y generar confusión. En este caso, las tácticas de las fuentes de poder aprovechaban las fisuras en la información para comunicar de manera indirecta y operar el escenario mellando la credibilidad de los manifestantes como fuentes. Pero a la vez, la misma red reaccionó rápidamente brindando procedimientos de chequeo para detectar cuentas e imágenes falsas. Probablemente este diálogo con las audiencias sea la mayor transformación que impone la narrativa digital a los procedimientos de reporte del siglo XXI.

Modelo ciudadano periodista o periodista ciudadano

El principal desafío de la industria no es que llevemos todos los periódicos en el bolsillo, con las noticias vibrando en el móvil, sino que este se convirtiera en una redacción prêt-à-porter. Si apenas hace diez años nos

⁶ "El País retira una falsa foto de Hugo Chávez", diario El País, 24 de enero de 2013, en http://internacional.elpais.com/internacional/2013/01/24/actualidad/1359060599_118030.html. Más datos y enlaces sobre el tema en "Informaciones y responsables", Centro para la información ciudadana, enero de 2013, <http://www.infoc ciudadana.org.ar/novedades/informaciones-y-responsables/>

contaban que íbamos a tener un periódico en el bolsillo, hubiéramos pensado que se trataba de ciencia ficción. Pero resultó que en una pantalla mínima no solo tenemos todos los periódicos, nuestros comentaristas favoritos analizándolos sino también la posibilidad de reportar observaciones y noticias como reporteros eventuales. Este milagro acaeció cuando recién empezaba a definirse el nuevo ecosistema informativo. Los nuevos protocolos de la comunicación derivan de las tecnologías pero su adopción no se explica sin la crisis de los medios como negocio y la fragmentación de audiencias.

No puede olvidarse que apenas en 2005 apareció la idea de MoJo (*Mobile Journalism*) y en 2007 la agencia Reuters impulsó un proyecto de equipar a los periodistas con un teléfono Nokia. Otros ponen el hito en la aparición de teléfonos con tecnologías integradas como el Iphone y el HTC de Google, pero el salto mayor fue que rápidamente esa misma tecnología fue adoptada por otras compañías como Samsung y LG que a costos muy inferiores pusieron una cámara y un grabador en dispositivos al alcance de todos los bolsillos. Inseparable del proceso fue la posibilidad de subir esos contenidos a espacios públicos gratuitos, que no obligaban a mantener un blog para publicar cada tanto. El personaje del año de 2006 de la revista *Times* fue el usuario de la computadora, dando cuenta del protagonismo que pidió para sí a través de los espacios virtuales (Sibilia, 2008). Las fechas son apenas referenciales para recordar que ni siquiera ha pasado una década desde que empezó la transformación más radical desde que el sujeto moderno se convirtió en lector de noticias: dos siglos después y de manera acelerada pasó de lector a productor en un continuo de comunicación que no distingue espacios ni tiempos porque está en cualquier lado, las 24 horas, en directo.

La profesionalización de los comunicadores había generado una crisis en la comunicación pública en la medida en que más actores



aportaban información a la maquinaria de medios que a fin del siglo pasado ya funcionaba en continuo, los siete días del año y demandaba más novedades de las que las redacciones eran capaces de producir (Blumler & Gurevitch, 1995). Hasta el siglo pasado esos nuevos productores de información eran complementarios a los medios tradicionales porque el periodismo tenía la función exclusiva de producir y distribuir información regularmente (Waisbord, 2013a). Ahora parece que ni es la única ni hace falta que lo haga con regularidad. La red está llena de nodos informativos que sin ser medios, producen, editan, reúnen y difunden información ambiental, académica, de entretenimiento y de las especializaciones que se nos ocurran, y que, sin ser agencias de noticias tradicionales, proveen información a los medios al mismo tiempo que a sus destinatarios directos.

El valor de la información no puede medirse negativamente por la pérdida de lectores cuando la necesidad de conectividad está claramente en alza. Hacia 2011 el 79% de los latinoamericanos tenían teléfono móvil. Uno de cada cinco de estos ciudadanos conectados toma una sola comida al día lo que viene a mostrar que estar comunicado se ha convertido en una necesidad tan vital como el alimento (Latinobarómetro, 2011). Quizás lo que haya que reconsiderar es lo que llamamos información por estos días.

Sociedad móvil-izada

Otro factor que conmovió el sistema fue la móvil-ización (por usar la idea de Castells) que permitió el contacto de grandes grupos entre sí mediante dispositivos inalámbricos y la cobertura de sucesos que no hubieran sido conocidos tal y como estaban planteadas las cosas antes. Los atentados en el metro de Londres el 7 de julio de 2005, las protestas en Birmania en otoño de 2007, los ataques terroristas en Bombay de noviembre de 2008, las protestas en Irán en junio de 2009, los movimientos sociales de 2011 como los

manifestantes de Túnez y Egipto, los indignados de España y los activistas de Occupy Wall Street (Castells, 2012).

La conectividad móvil facilita dos movimientos en apariencia contrapuestos: el individualismo en red, que es parte de la cultura de internet; y el comunalismo, que son las “comunidades de prácticas” construidas alrededor de identidades, muchas veces eventuales, cuya coordinación facilitan las tecnologías de la comunicación (Castells, 2009). La tecnología inalámbrica facilita la formación de estas “comunidades insurgentes instantáneas”, que se convierten en fuentes activas de noticias, así como veedores en línea de los contenidos. El ciudadano está en una nueva dimensión in-between, que expande a todos los momentos de la vida cotidiana la producción y el uso de la información. Es una ética de consumo de información, fragmentada, multiplataforma, que se alimenta de recomendaciones y selecciones del ciudadano que revisa su móvil en los tiempos en que espera un transporte o se toma un descanso breve que para la mayoría debe ser productivo (Pablo Mancini, 2011). Pero también una estética: la narrativa del ciudadano celebrity de la que habla Omar Rincón (2012), que en comunidad se convierte en “productores de resistencias creativas” desde la sensibilidad estética de You Tube, el performance de los flashmobs, la intervención desde Facebook, la lógica del flujo constante que condensa Twitter. Estos son sucesos que se diseñan y producen como noticiables, diseñadas con las narrativas de la red.

En el siglo pasado la información tenía alto valor porque era un bien escaso en manos de unos pocos. Pero por estos días sobra, está por todos lados, es mayormente gratuita, con lo que para la economía de medios la información es un bien en constante depreciación. Lo que está en falta es la atención de los públicos, que son cada vez más difícil de agregar como audiencia. Con la paradoja de que cuando más esfuerzos están haciendo los medios para



atraparlas, más se les escapa, haciendo honor a su condición de líquida. En ese afán de probar fórmulas atractivas para grandes audiencias se ocupan menos de los sucesos trascendentes que debe conocer un ciudadano responsable: en la vorágine, homogeneizan lo importante, que se banaliza, con lo intrascendente, que se espectaculariza. Lo que es interesante para muchos suele ser irrelevante para la comunidad, que al no encontrarlos en los medios, busca sus temas de interés en las redes, generando espacios alternativos para la información particular.

Para muchos analistas, el periodismo interesante es lo contrario de la esencia de la profesión porque se define por “lo que la gente quiere”. Los debates sobre la libertad de prensa del siglo XIX se dividían en dos teorías en conflicto: la “teoría del reflejo” sostenía que los medios eran un espejo de la opinión pública, mientras que en el otro extremo estaba la teoría de que los medios son los que generan la opinión pública. Los estudios del siglo XXI demuestran que los periodistas discrepan bastante con las opiniones de las audiencias (Boczkowski & Mitchelstein, 2013), y aunque suelen ser más receptivos a la opinión del público que este a las ideas del periodismo, las percepciones de los periodistas con relación a lo que las audiencias esperan no siempre son correctas (Donsbach, Rentsch, & Mende, 2012).

A fines del siglo pasado cobró vigor la idea de periodismo cívico que trataba de impulsar una agenda ciudadana generalmente excluida del temario de los medios tradicionales. En el nuevo siglo, se plantean nuevas formas de colaboración en la construcción de información. En un mundo en donde la información sobra y hay muchos produciendo la propia, el periodista se parece más a un DJ que “junta-conecta-narra” en lenguajes transmediales lo que circula frenéticamente por ahí (Rincón, 2013). En este contexto el medio que se destaca no es el que produce información, sino el que mejor es capaz de articular, organizar y dar sentido

a las enormes cantidades circulantes. Entonces aparecen nuevas propuestas como la curadoría de contenidos (crowdsourcing) o el periodismo de datos, que explota bases informativas que aunque están disponibles para todos serían inaccesibles sin un análisis, como ocurrió con los terabytes difundidos por Wikileaks. Pero el aspecto más renovador de esta colectivización de la información está en el control de calidad cruzado que pone a los lectores, fuentes y competencia a corregir, comentar y solicitar enmienda de las noticias, con una eficiencia y rapidez que nunca alcanzaron las instituciones éticas del pasado.

Publicar es compartir

A diferencia de lo que ocurrió los dos siglos previos de historia de los medios informativos, la tecnología permite publicar sin filtro las imágenes que aportan los cibernautas; dar prioridad en la edición a los contenidos más requeridos (no por acaso el eslogan de *Huffington Post* es “Usar es publicar”); publicar comentarios y valorar los de otros comentaristas. Pero lo más trascendente es que el mismo usuario se convirtió en el poderoso recomendador de información, con lo que la mayoría de los lectores consulta en los minutos que tiene en el transporte urbano su propio digesto armado en la pantalla del celular con las sugerencias que le envían sus referidos por correo, redes, mensajes de textos. A su vez, las fuentes aportan sus novedades a las redes para que las reciban, al mismo tiempo, lectores y periodistas, poniendo a estos en el desafío adicional de volver a presentar el mismo contenido con celeridad y novedad. Este periodismo participativo demanda del periodista la misma precisión y honestidad que el de antaño: la diferencia es que ya no se trata de recopilar y reportar hechos sino estar dispuesto a mantener una conversación con las audiencias (Gillmor, 2004). El peor enemigo del periodismo es la defensa corporativa de un negocio que supone que se puede recortar la calidad del producto para ampliar los márgenes



de ganancias, sin entender que la gente va a seguir necesitando fuentes confiables.

Cualquier ciudadano puede tuitear desde una manifestación, publicar fotos de sucesos o difundir eventos potencialmente noticiosos incluso con un mayor sentido de oportunidad que el periodista porque el ciudadano es impulsor y protagonista de los sucesos a los que eventualmente el periodista podría asistir de invitado. El diferencial entonces estaría no en el reporte de los hechos sino en que la necesidad de verificación, contextualización y narración de esas historias es cada vez mayor. (Rheingold, 2011). Eso implica que el periodista necesita más competencias y redes que permitan una rápida verificación que son distintas a las que plantea la figura de un productor de información con iniciativa propia.

Las decisiones empresariales para maximizar ganancias impactan en la calidad de la información en riesgo, con factores tales como la flexibilización e inestabilidad laboral, el uso de periodistas *freelance* y de medio tiempo, el recorte de personal y de recursos económicos en las redacciones. Si bien la producción de información liviana permite completar ediciones diarias y atraer tráfico, genera vacíos informativos que no son fácilmente cubiertos por el periodismo amateur (Waisbord, 2012). En este contexto, nada hace pensar que pueda prescindirse del trabajo del periodista, como demuestra la disponibilidad de millones de documentos a través de Wikileaks que sin el filtro y la reescritura periodística no significan nada para la sociedad. El hecho de que la filtración se difundiera primero a través de un grupo de diarios demuestra “que el mundo digital, previsto como relevo de los medios tradicionales, necesita nutrirse de la credibilidad y el oficio editorial de los grandes periódicos para alcanzar impacto público. Pero la alianza entre lo viejo y lo nuevo, atravesada por intereses corporativos, no es serena” (Becerra & Lacunza, 2012, p. 22). Si las tecnologías de la comunicación desafían la posición de

privilegio del periodista para reportar los eventos cotidianos, no es para que la profesión se repliegue en sus viejas certezas sino para que busque unas nuevas rápidamente.

Las rutinas tradicionales de producción noticiosa que se basaban en interacciones de los periodistas con sus editores, colegas y fuentes tenían que ver con sus expectativas recíprocas. Esta ideología profesional sostenía que los periodistas tradicionalmente se veían a sí mismos como observadores neutrales, como críticos opositores o como activos participantes de la vida política, que saben actuar como “buenos ciudadanos” para dilucidar adecuadamente entre el interés general y el interés del medio a la hora de revelar o no una información calificada. Medio siglo después, los ciudadanos tienen tecnología en su mano para reportar cada vez que el periodista falla en su cometido para sumar un contrapeso a la tensión que tironeaba al periodista hacia el poder y a los empresarios mediáticos. La pregunta es si poder, medios y periodistas van a buscar el equilibrio con esta nueva pesa en la balanza o van a seguir buscando soluciones entre aquellas recetas que provocaron la crisis.

Modelo digital (¿acaso puede haber otro?)

Aunque el aspecto tecnológico ha marcado la transformación de los modelos previos, lo digital no puede considerarse un tipo de periodismo sino la condición en la que se desarrolla cualquier variante. Esa confusión que se aprecia en tantos cursos, seminarios, encuentros, confirma que todavía se lo trata como una herramienta tecnológica a adquirir y no un protocolo de comunicación indisoluble de los flujos informativos. No se termina de entender que lo digital es la sustancia en la que nos movemos. No es una técnica sino el medioambiente. La cantidad de gente que le llevó alcanzar a la radio 60 años, y a la TV, 15, a la red mundial de internet le llevó solo tres años.



No tenemos todavía la perspectiva necesaria para entender semejantes transformaciones.

Una consecuencia de estos cambios es que las redacciones ya no están encerradas en cuartos para las noticias como aludía la expresión *newsroom* de donde salía la información hacia los lectores. Hoy la información es gaseosa como la sociedad (Bauman, 2003) y está en esa nube donde se aloja la información pública y la privada y se revuelcan una con otra hasta el punto que ni siquiera los profesionales de la información pueden distinguir una de otra. En ese nuevo *cloudsroom* se requieren nuevas competencias para producir información con valor agregado, que justiprecie la intervención del periodista y haga transparente la responsabilidad de las fuentes. En la redacción que habita en una nube también se aloja una enorme cantidad de contenido producido por procedimientos periodísticos pero también publicitarios, artísticos, políticos, gubernamentales, académicos, elaborados por personas ajenas a la profesión.

Muchos de los cursos “digitales” están pensados para “periodistas tipo”: cómo reportear, cómo integrar imágenes y audios, cómo usar herramientas en línea, cómo procesar datos secundarios. Pero los conocimientos necesarios para ejercer la profesión son más difíciles de determinar cuando se sale de la función tradicional y se piensa en nuevas posiciones tales como conductor, productor, programador, hacker, bloguero, administrador de redes sociales, editor de videojuegos, periodista móvil.⁷ Especialmente cuando todas esas funciones son ejercidas por una misma persona. En Iberoamérica persiste la definición de que periodista es el que produce información desde los medios, pero lentamente se empieza a incorporar la idea de que un periodista también puede desempeñarse en los medios,

7 Una lista más extensa surge de la investigación del profesor Jesús Flores Vivar, y está publicada en Clases de periodismo, “Estos son los nuevos perfiles profesionales que demandan los medios”, 25/11/2014, en <http://www.clasesdeperiodismo.com/2014/11/25/estos-son-los-nuevos-perfiles-profesionales-que-demandan-los-medios/>

en enseñanza de periodismo, en comunicación corporativa, en emprendimientos culturales, en espacios comunitarios.

El formato transmedia que aparece como tendencia en la industria del entretenimiento todavía es una idea imprecisa para el periodismo. Se lo confunde, incluso desde las casas de estudio, con el viejo multimedia y se lo presenta como una mera integración de plataformas. Pero las narrativas transmedia se definen además, y sobre todo, por su naturaleza colaborativa, por la importancia que le dan a los contenidos producidos por los usuarios (Jenkins, 2008; Scolari, 2013). Y eso no se logra solo abriendo una página de fans en Facebook. Varios medios han comprobado que la virulencia de los comentarios baja automáticamente cuando interviene en la conversación el autor de la nota pero pocos medios reconocen a los periodistas esa función. O peor, creen que se puede tercerizar en un *Community Manager*. Si Facebook es la digitalización de la identidad, el fin del anonimato (Pardo Kuklinski, 2010), ni puede manejarse desde un administrador fantasma ni el periodista puede seguir siendo un ser inaccesible.

La función de retroalimentación que permite la conversación sobre las noticias no está suficientemente aprovechada. Un periodista de un importante diario de Brasil comentaba que el ochenta por ciento de las noticias publicadas prácticamente no tienen lectura, mientras que unas pocas concentran casi todas las visitas diarias. Sin embargo, desde la redacción se insiste en la actualización permanente y en la multiplicación de noticias y secciones, al punto de que algunas ponen una cuenta regresiva cada vez que el reportero publica una noticia para recordarle que le quedan menos de veinte minutos para publicar la siguiente. Es obvio que un periodista que debe preparar más de una nota por día no puede hacerlo con calidad. No obstante su productividad se sigue midiendo por la cantidad de piezas publicadas y no por las conversaciones que su nota haya podido



generar en las audiencias.

La migración digital para muchos consiste en mudar a la computadora la máquina de escribir, o transferir la página impresa a la pantalla, o subir el mismo video de siempre a YouTube, o replicar el flujo *up-down* de los medios masivos del siglo pasado en las redes sociales. Es cierto que los latinoamericanos consumen pocas noticias a la semana, pero también lo es que cuando hay necesidad de orientación, los medios informativos reviven (Boczkowski & Mitchelstein, 2013). El mismo hecho de que internet priorice los medios de demanda a los de oferta, hace innecesario mantener el esquema periódico de los medios del siglo pasado. ¿Por qué mantener una estructura de diario impreso en la web si ya no es necesario llenar pliegos? ¿Por qué seguir produciendo en cantidad? ¿Es más importante que el periodista escriba noticias o que dedique una parte de su día a conversar con sus lectores?

Mientras tanto el periodismo de entretenimiento no parece haber convocado las audiencias perdidas que en cambio sí devoran pequeñas porciones informativas condensadas en 140 caracteres (*snack-o-tainment*) (Pardo Kuklinski, 2010), con un hambre que aumenta en la medida en que se vuelve necesaria la información. Los ciclos regulares que marcaban las tecnologías del siglo XX para los medios de oferta todavía se replican en los medios de demanda del siglo XXI aunque no parezcan justificados (dato inquietante para una profesión que lleva la periodicidad en su designación). Por otra parte las fuentes saltean los filtros tradicionales y generan sus propios soportes institucionales con información especializadísima mientras que los que eran destinatarios ahora se convierten en parte del asunto con contenidos que editan, comentan o discuten otros contenidos. Productores de noticias de siempre actúan como curadores de toda esta información. Periodistas, fuentes y usuarios construyen una ética conversada y dinámica que se apoya en el derecho universal a la comunicación.

Agenda de discusión (a conversar)

Los periodistas contestan acusaciones por crímenes que no cometen, asisten a cursos que no necesitan, participan de discusiones que no son las suyas. Aunque la industria no salga del duelo por los lectores, no puede decirse que el interés por los medios se haya perdido, sino que está manifestándose de otra manera: los consumidores no buscan los medios por su agenda completa, pero sí están prestando más atención a las noticias; el futuro de los medios tradicionales está más ligado al de los nuevos medios de los que se suponía; aumentan los medios de debate y discusión con la participación de las audiencias; y se consume cada vez más contenidos producidos por actores que no son periodistas.

La industria era pesimista con relación a las perspectivas hacia fin de siglo, cuando los negocios todavía mediáticos eran promisorios. En un punto, que no hayan empeorado con las crisis económicas mundiales de la última década fue tomado por muchos como una buena señal. En cualquiera de los casos, todos coinciden en que las condiciones ya no tienen que ver con las que dominaron el siglo pasado aunque muchas veces en las aulas se insista en poner de ejemplo el pasado de la profesión como si fuera un tesoro perdido, en un permanente *beatus ille* que impide ver un futuro que trae nuevas y mejores respuestas. Siempre y cuando, claro está, se puedan admitir nuevas preguntas.

1. **¿Servir o no servir?** El periodista quedó atrapado en la discusión ¿a quién quieres más? ¿a tu medio o a tu partido?, que no pocas veces se responde optando por la mano que lo alimenta. Podría contestarse republicanamente y decir a ninguno de los dos porque sirve a la sociedad. Pero el desafío ahí es lograr que a la sociedad le vuelva a interesar el servicio periodístico y el periodista sienta que es más seguro servir



- a su comunidad que al patroncito de turno.
- **Temas clave:** transparencia-financiamiento-fuentes-operaciones de prensa
 - **Preguntas clave:** ¿Dónde se busca la información? ¿Cómo lidiar con las operaciones de prensa? ¿Siguen siendo las mismas las reglas de reserva de fuentes? ¿Cómo tratar a los informantes officiosos? ¿Qué tratamiento se les da a los informantes oficiales? ¿Puede la información pública ser exclusiva de algunos medios? ¿Cómo reemplazar la competencia con cooperación sin perder los diferenciales de cada medio y cada periodista?
2. **¿Ética o éticas?** El periodismo no solo no es el principal productor de información sino que depende cada vez más de otras fuentes para su tarea. A su vez, no siempre pueda canalizarla en los medios en los que trabaja, sujetos a las presiones políticas y económicas. En este contexto, la dificultad de cumplir con los principios de verdad y verificación podría resolverse con compromisos de transparencia y diálogo, pero no sin replantear las éticas conocidas.
- **Temas clave:** productores de contenidos-derecho a la información-ética en red- ética dialógica.
 - **Preguntas clave:** ¿Autorregulación o autodefensa? ¿Cómo romper la espiral de la autocensura? ¿Cómo integrar la conversación de los usuarios a una ética en red? ¿Cómo hacer de la ética un canal que encauce los cambios en lugar de obstaculizarlos? ¿Ética periodística o ética social?
3. **¿Uno para todos o todos para uno?** Ya no se trata de periodismo ciudadano versus periodismo ocupado en las agendas del poder. Se trata de ciudadanos que no quieren convertirse en periodistas pero que pueden serlo en la eventualidad de una catástrofe, una manifestación, un hecho inesperado. O de grupos de interés
- o de investigación capaces de producir y publicar información confiable con una especialización que los medios ya no pueden.
- **Temas clave:** periodismo móvil-periodista editor-ciudadano periodista-periodista curador-productores de contenidos
 - **Preguntas clave:** ¿Quién produce la información? ¿Quién produce qué información? ¿El periodista se adaptará a la necesidad de verificación y edición por sobre la de producción?
4. **¿Digital o digital?** Lo digital dejó de ser un tema de geeks que transmiten habilidades digitales. En breve la distinción de nativos digitales y migrantes será irrelevante como ya nadie habla de un periodismo eléctrico aunque este suministro sea tan inherente a las prácticas como lo informático.
- **Temas clave:** cloudroom-protocolos de comunicación-transmedia-snackoteinment
 - **Preguntas clave:** ¿De qué serán los cursos cuando ya la generación de nativos digitales sea mayoría en las redacciones? ¿Cómo se integrarán los contenidos generados por los usuarios en el periodismo más allá de la categoría tradicional de fuente? ¿Producir noticias es más importante que conversar sobre ellas? ¿Por qué no llevar los procedimientos de recolección como entrevistas y conferencias de prensa a la red y hacerlos participativos y abiertos?

Lecturas digitales y de las otras (porque así son en la vida)

Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2009). *Ética posmoderna*. Madrid: Siglo XXI.

Becerra, M., & Lacunza, S. (2012). *Wiki Media*



- Leaks. Buenos Aires: Ediciones B.
- Beck, U. (2006). *La sociedad de riesgo*. Barcelona: Paidós.
- Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication* (Kindle Edi.). London: Routledge.
- Boczkowski, P. J., & Mitchelstein, E. (2013). *News Gap: When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge* (p. 272). Massachusetts: The Mit Press.
- Butler, J. (2009). *Dar cuenta de sí mismo. Violencia ética y responsabilidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder* (p. 679). Barcelona: Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet* (p. 294). Barcelona: Alianza.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2013). *Violencia contra periodistas y trabajadores de medios: Estándares interamericanos y prácticas nacionales sobre prevención, protección y procuración de la justicia*. Washington: Organización de Estados Americanos. Retrieved from http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_22_Violencia_ESP_WEB.pdf
- Donsbach, W., Rentsch, M., & Mende, A. M. (2012). La brecha ética : por qué los alemanes desestiman a los periodistas y no confían en ellos. *Austral Comunicación*, 1(2), 155–187.
- Gans, H. (1979). *Deciding What's news. A Study of CBS Evenings news, NBC Nightly, Newsweek and Time*. 2004. New York: Northwestern University Press.
- Gillmor, D. (2004). *We the media*. Sebastopol CA: O'Reilly.
- Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Latinobarómetro. (2011). *Informe 2011*. Santiago de Chile.
- Mancini, P. (2011). *Hackear el periodismo*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mancini, P. (2013). What scholars can learn from the crisis of journalism. *International Journal of Communication*, 7, 127–136.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geeknomía*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Retrieved from Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona
- Rheingold, H. (2011). *Periodismo ciudadano: ¿Por qué las democracias deberían depender de él?, y ¿por qué el periodismo digital no es suficiente?* In *Periodismo ciudadano: una evolución positiva de la comunicación*. Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica.
- Rincón, O. (2012). "La vida más allá de las audiencias. Rompiendo pantallas, buscando la celebridad. In O. Rincón & J. Bonilla (Eds.), *De las audiencias contemplativas a los productores conectados* (pp. 179–238). Bogotá: Sello Editorial Javeriano.
- Rincón, O. (2013). *El periodista DJ es el medio*. In *Calidad informativa. Escenarios post-crisis* (pp. 9–31). Buenos Aires: La Crujía.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Thompson, J. B. (2001). *El escándalo político*. Barcelona: Paidós.
- Waisbord, S. (1997). *¿Nada más que la verdad? Periodismo fiscalizador, investigación y*



modernidad. *Diálogos de La Comunicación*, 51.

Waisbord, S. (2000). *Watchdog Journalism in South America: News, Accountability, and Democracy*. New York: Columbia University Press.

Waisbord, S. (2012). Periodismo y política. Repensar la agenda de investigación en la academia globalizada. *Revista Telos*, (Enero-marzo), 1–16. Retrieved from <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013016170001&idioma=es>

Waisbord, S. (2013a). *Reinventing Professionalism* (Kindle Edi., p. 281). Cambridge: Polity Press.

Waisbord, S. (2013b). *Vox populista. Medios, periodismo, democracia* (p. 192). Buenos Aires: Gedisa.

Ward, S. (2013). *History of Journalism Ethics*. Retrieved February 15, 2013, from http://www.journalismethics.info/research_ethics/history.htm



Adriana Amado

Periodistas modelo o modelos de periodismo: agendas y prácticas para pensar el periodismo en el siglo XXI

Autora

Adriana Amado
Profesora
adrianacatedraa@gmail.com

Buenos Aires, Argentina

Pie de imprenta

Fundación Friedrich Ebert
Stiftung

Responsable

FES Comunicación para América
Latina
Calle 71 # 11 - 90
Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.