

# Periodismo atrapado: control económico y celeridad virtual

*El periodismo evoluciona a diferente  
velocidad que sus instrumentos.  
Vivimos la revolución de la información  
pero la involución del conocimiento.*

J. MARCOS

*#Soy periodista. Observo, escucho, analizo, aprehendo, critico. Dibujo con palabras y miro con fotografías. Reporteo. Pero se me acaban los caracteres#. Es la información comprimida. Sin tiempo. Sin espacio. Y sin contexto. Multiplicada para dar sensación de pluralidad y riqueza informativa. Lo que separa al periodismo del Periodismo (nótese el uso de la mayúscula). La distancia que aleja la información crítica de su consumo cual mercancía. El *tweet* pretende sustituir al reportaje y a la crónica como géneros informativos por excelencia, en un viraje en el que las exclusivas no sueñan con la portada sino con el *rending topic* del momento.*

El Periodismo no evoluciona a la misma velocidad que sus instrumentos. Los periodistas nos hemos extraviado en el laberinto de una tecnología disparatada sin control. La celeridad y las restricciones del espacio han ninguneado al mejor oficio del mundo, acosado desde mucho antes por el lucro de los grandes emporios empresariales. Fuerzas que comprimen y escurren una forma de ser y estar en el mundo.

La disyuntiva sería banal si no fuera porque hablamos de la profesión que protege la salud de toda sociedad. Los periodistas somos los garantes del derecho a una información veraz. Ya dijo Naciones Unidas que la libertad de información es un derecho fundamental y la piedra angular de todas las libertades<sup>1</sup>. La información es la materia prima intrínseca a la condición de ciudadanía activa. Por eso la información es poder. Y por eso el otrora cuarto poder, encargado de vigilar al ejecutivo, legislativo y judicial, ha sido engullido por los intereses económicos y por la celeridad virtual. El Periodismo está atrapado.

Los periodistas somos en muchos casos los responsables del desprestigio que sufre un oficio que vive entre las aristas imaginarias que distinguen a ratones de redacción y *freelancers*, a tertulianos con más o menos estrella y a becarios, a *copy-paste* o al “periodista orquesta”. Es poco saludable que haya más reporteros en las redacciones que en las calles, pero el estatus de periodista ha quedado reducido al de un experto reclutador de textos que elabora noticias como quien fabrica chorizo por un sueldo en muchos casos mísero. La precariedad laboral es lamentablemente otra de las señas de identidad de la profesión. En el Estado español, desde 2008 se han destruido 11.151 puestos de trabajo y han cerrado 284 medios. Son las peores cifras de paro y precariedad que ha sufrido el Periodismo en toda su historia.

## EL CONTROL DE LA INFORMACIÓN

Vivimos la revolución de la información pero la involución del conocimiento. La información se multiplica a golpe de clic, mientras el conocimiento se aleja al ritmo que marca una actitud curiosa y crítica. La

<sup>1</sup> El derecho a “recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”, consagrado en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de 1948.

información es a la cantidad lo que el conocimiento a la cualidad. Es la sobreabundancia no-consciente de la primera lo que, paradójicamente, agranda la distancia hasta el segundo. Creyéndose informada, la ciudadanía no encuentra en los medios el filtro que se les supone, y queda entonces incapaz para procesar la información y transformarla en conocimiento.

La censura moderna es mucho más sutil que en tiempos pretéritos: deja indefenso al individuo en un maremágnum de titulares repetidos. “Lo cierto es que, en demasiadas ocasiones, cuantas más noticias recibimos menos entendemos lo que en realidad sucede. En el reino de la tiranía de la inmediatez y la imagen, los *media* captan la atención de un público que consideran pasivo a través de historias que tengan cabida en los escasos segundos o en las pocas líneas disponibles en la agenda del día. Del mismo modo, se genera entre la ciudadanía una ilusión de interactividad que, en realidad, resulta ser una ficción de participación”<sup>2</sup>.

La conversión de los medios de comunicación en armas de convicción masiva los ha degradado en objeto de deseo político y, sobre todo, empresarial. Germina la censura de la propaganda, la publicidad enmascarada de información. Los grandes conglomerados comunicativos tienen conexiones e intereses en lugares distantes y sectores diversos, lo que impone una manera de informar cuasi única. Una decena escasa de conglomerados mediáticos inundan el universo con sus mensajes: cuentan u ocultan la realidad en función de sus intereses. Son grupos ampliamente diversificados que controlan también el ocio y, por extensión, la forma de mirar. Es el pensamiento único y global. Las mismas fuentes imponen una narrativa hegemónica que generalmente no cuestiona la ortodoxia de la que forman parte. Esa misma debilidad del Periodismo adelgaza la democracia.

Estos medios difunden una “cultura” homogénea, la del Norte, alentando una visión pasiva y acrítica. Tres agencias de noticias controlan

<sup>2</sup> Suárez-García, Isabel: ‘Carta abierta a las y los profesionales de la comunicación’. *Utopía informativa. Propuestas para un periodismo más social*, Bilbao: Hegoa, 2007. Digital, pág. 11. Disponible en [http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/736/utopia\\_informativa.pdf](http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/736/utopia_informativa.pdf). Visitada el 18 de enero de 2014.

cerca del 70% de la información mundial. Es el diálogo del Norte con el Norte, mejor dicho, su monólogo, lo que implica menos pluralismo, menos fuentes, reiteración de sesgos y una brecha abismal en la producción de contenidos. Y lo que es peor: el Norte también conduce la comunicación Sur-Sur.

La responsabilidad es también de lectores, espectadores, oyentes y usuarios. Aceptar lo que aparece publicado sin tener en cuenta lo que oculta la trastienda mediática es una irresponsabilidad cívica. “Antes de comenzar a leer un periódico, sintonizar una emisora de radio o sentarse frente a un televisor, debemos de saber quiénes son los dueños del medio”<sup>3</sup>. Informarse cuesta. Tener un visión completa y crítica de la realidad exige atenciones y dedicaciones a varios medios diferentes; tiempo, dinero y, sobre todo, predisposición y actitud (crítica).

## LUCES Y SOMBRAS DEL PERIODISMO CIUDADANO Y DEL ENTORNO VIRTUAL

El Periodismo es o no es. Sobran los adjetivos. Da buena imagen hablar de “periodismo ciudadano”<sup>4</sup>, adorna los discursos subrayar el “periodismo de investigación”, y rellena horas académicas perderse en discusiones sobre “periodismo objetivo”. Pero solo hay un tipo de Periodismo, el que se rige por el rigor, incluye investigación, contraste de fuentes, ética y honestidad profesionales.

Los expertos se remontan a 1999 como punto de partida de la participación ciudadana en la información. “Indymedia refuerza dos conceptos clave en el nacimiento del periodismo ciudadano, a saber: la idea de incluir la colaboración de la ciudadanía, y la de informar de aquellos temas que los medios tradicionales ignoran”<sup>5</sup>.

Los teléfonos inteligentes, las tabletas y otros artilugios, espoleados por redes como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube o Wikipedia

<sup>3</sup> Serrano, Pascual: *Traficantes de información*. Madrid. Ediciones Akal, 2010. Impreso, pág. 17.

<sup>4</sup> El periodismo ciudadano recibe diferentes nombres dependiendo del momento y los autores: periodismo público, periodismo democrático, periodismo de guerrilla, periodismo de calle, periodismo voluntario, periodismo 3.0, periodismo participativo, etcétera. Ejemplos de este periodismo son iniciativas como Global Voices, Demotix, Spot.Us, Bottup y Ushaidi.

<sup>5</sup> Espiritusanto, Óscar y Paula Gonzalo: *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Ariel, 2011. Impreso, pág. 4.

y por la proliferación de bitácoras personales, han demostrado que las empresas son dueñas de la voz pero no de la palabra. Los nuevos medios y las redes sociales han dado a conocer desde entonces la otra cara de acontecimientos históricos como el 11 de septiembre de 2001 en Nueva York, el tsunami de Indonesia en 2004, los atentados de Londres en 2005, la marcha verde iraní de 2009, la primavera árabe que arrancó en 2010 o el movimiento indignado y la guerra de Siria nacidos en 2011, así como otros momentos cuya visión colectiva sería hoy diferente sin su versión. La capacidad de la ciudadanía de generar informaciones de primera mano se ha consolidado en los últimos años.

El mundo global está conectado pero no en su totalidad: bajo la pretendida participación ciudadana se esconde el diálogo de los mismos con los mismos. Los que *tuitean* son quienes tienen ordenador, iPad, televisión por cable y *smartphone*. La brecha digital es un reto si no queremos que de nuevo unos pocos sigan informando a la mayoría, porque las tecnologías de la comunicación no implican conocimiento por sí solas. Las dificultades del acceso a la información pueden igualmente profundizar en el empobrecimiento como concepto multidimensional, más allá de la escasez de recursos materiales. Además, el Periodismo no puede quedar reducido a colgar, lo más rápidamente posible, un video o las instantáneas de la última carga policial. Aprestar botones y hacer Periodismo son dos actividades muy diferentes. Por mucho que el “REC” y el “PLAY” se vistan de democracia.

Al abanico de medios le ha sucedido una explosión de soportes. Las nuevas herramientas han roto fronteras espaciales y temporales a velocidad acelerada. Pero la llamada era de la información se traduce en la práctica social en una inmensa desinformación pasiva. El proceso ha alcanzado tal velocidad que ha pillado desprevenidos a periodistas y ciudadanía. Globalizados pero desinformados. La crisis ha pedido (y la tecnología ha posibilitado) escribir sobre los suburbios de Damasco y pintar una lágrima en la mejilla de aquella anciana que acarrea agua en Nairobi sin salir de la redacción de Nueva York.

La nueva ágora (la sociedad digital) es una herramienta imprescindible para generar la información que requiere el Periodismo. Pero es

una limitación conformarnos con la información plana y no aspirar al conocimiento. El periodismo ciudadano sirve, sobre todo en lugares sin libertad de expresión, para conocer los hechos, pero luego debe tomar el relevo la labor del periodista para ponerlos en contexto, documentarlos y explicar así los procesos. La instantaneidad informa pero resulta insuficiente e incluso contraproducente si no es nutrida en el medio plazo con los datos de contorno que hagan posible su entendimiento y repercusiones. Tampoco hay garantía alguna de veracidad, pues los bulos y los rumores se expanden exponencialmente, calando con demasiada frecuencia el discurso de periodistas y medios tradicionales. La verificación de la información es una de las tareas más acuciantes.

La atención en los medios como soporte reviste importancia desde tiempos de McLuhan<sup>6</sup>, quien a lo largo de sus estudios desarrolló su teoría de que “el medio es el mensaje”. Todo cambio social estaría determinado por una modificación en la tecnología de la comunicación o, lo que es lo mismo, las sociedades han sido moldeadas más por la naturaleza de los medios que por su contenido. Las nuevas tecnologías, una vez aceptadas, se hacen invisibles. El medio es el verdadero mensaje y es indudable que el medio no es neutral. “La tecnología puede llegar a debilitar el proceso de verificación periodístico. A medida que los periodistas pasan más y más tiempo tratando de sintetizar la cada vez mayor afluencia de datos que facilitan las fuentes cada vez más numerosas (todo ciudadano con capacidad de volcar información en las redes es una fuente potencial), existe el riesgo de que lleguen a desempeñar un papel más pasivo, de que lleguen a ser meros receptores de la información que fabrican otros”<sup>7</sup>.

La información cruda no es conocimiento. Ni Periodismo. Quién (*who*), qué (*what*), cuándo (*when*), dónde (*where*) y por qué (*why*) son los pilares de la información periodística. Las cinco W es lo primero que enseña toda facultad de Periodismo. Pero este acelerado progreso

<sup>6</sup> Ver principalmente McLuhan, Marshall: *La Galaxia Gutenberg*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1998. Impreso. Y McLuhan, Marshall: *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México D.F.: Diana, 1969. Impreso.

<sup>7</sup> Almirón, Nuria (2006): ‘Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder’. *Revista Latina de Comunicación Social*. Enero-diciembre 2006 (número 61). Digital. Disponible en [www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf). Visitada el 18 de enero de 2014.

de sentido único ha dejado en el camino a la más importante de las W: el porqué. Es la diferencia entre el hecho y el proceso. El puzzle de informaciones queda incompleto sin el análisis contextual, que desgraciadamente ya no tiene cabida ni tiempo en las notas del periódico, tampoco en los informativos radiofónicos ni en los segundos televisivos. Nunca lo tuvo en los 140 caracteres de un *tweet*. El contexto exige pausa. Necesita holgura. Y requiere conocimientos previos y cuestionamientos posteriores. El reto está en aprovechar ese torrente de plausibles fuentes para enriquecer las crónicas, no para sustituirlas.

No es realista, tampoco saludable, exigir a la ciudadanía que diariamente lea centenares de entradas, revise miles de *tweets*, eche un vistazo al muro de centenares de activistas, navegue por el portal electrónico de decenas movimientos sociales, reproduzca los últimos videos que circulan, sepa interpretar críticamente las informaciones de los medios tradicionales... y finalmente genere sus propios contenidos. Si

no es imaginable una sociedad en la que todos seamos médicos, abogados, bomberos, o presidentes de gobierno, ¿por qué debería serlo en la profesión llamada a vigilar a los poderes fácticos?

No son las únicas limitaciones de la exclusiva apuesta del llamado periodismo 3.0. Las redes sociales, hay que agradecerlo, han obligado a la prensa tradicional a dar la palabra a sus lectores. Pero la mayoría es una versión moderna de la literatura de los baños públicos o una conversación trasnochada en la barra de un bar: proliferan, al calor del anonimato, los insultos, las salidas de tono y las faltas de ortografía.

Mercantilizados los medios tradicionales y mal gestionada la participación ciudadana, ¿qué nos queda entonces? La confianza en los periodistas individuales que, con nombre y apellidos propios, se labran una credibilidad más allá de las empresas periodísticas. Son periodistas que apuestan por una visión individual, bien desde plataformas tradicionales o bien desde medios alternativos, nacidos a contracorriente de la tendencia hegemónica y sostenidos muchas veces con recursos precarios.

Nadie sabe qué futuro tendrán los medios tradicionales. Pero la sociedad no es deseable apartada del Periodismo. Tampoco sin periodistas. La información que siembran los medios de comunicación es un servicio público convertido en derecho de la ciudadanía; y entre todos tenemos la obligación de cosechar conocimiento. Los blogueros y los *tweeters*, los periodistas y la ciudadanía interesada deben colaborar en fortalecer el nuevo ecosistema comunicativo, el conocimiento. Estamos en un momento único porque nunca antes tuvimos tantas posibilidades a nuestro alcance para poner en marcha propuestas informativas inclusivas. No es cuestión de bandos sino de conocimiento compartido. La distancia entre una persona más informada y otra mejor informada la cubre el Periodismo. Pero no todo es Periodismo (nótese el uso de la mayúscula).



J. MARCOS ES REPORTERO FREELANCE PARA MEDIOS NACIONALES Y EXTRANJEROS. LICENCIADO EN PERIODISMO Y FILOSOFÍA, ESTÁ ESPECIALIZADO EN TEMÁTICA INTERNACIONAL. AUTOR DE *RASGADOS. UN VIAJE A LA ADOPCIÓN INTERNACIONAL-ESPAÑA CHINA*.

#### BIBLIOGRAFÍA

**ALMIRÓN, NURIA** (2006): "Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder". *Revista Latina de Comunicación Social*. Ene-dic 2006 (número 61). Digital. Disponible en [www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf). Visitada el 18-de enero de 2014.

**ESPIRITUSANTO, ÓSCAR Y PAULA GONZALO**: Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación. Madrid: Ariel, 2011. Impreso.

**MCLUHAN, MARSHALL**: La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. México D.F.: Diana, 1969. Impreso.

**MCLUHAN, MARSHALL**: La Galaxia Gutenberg. Barcelona: Círculo de Lectores, 1998. Impreso.

**PALACIO, LUIS**: Informe anual de la profesión periodística 2013. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid, 2013. Impreso.

**RANDALL, DAVID**: El periodista universal. Madrid: Siglo XXI de España, 1999. Impreso.

**SERRANO, PASCUAL**: Traficantes de información. Madrid: Ediciones Akal, 2010. Impreso, p. 298.

**SUÁREZ-GARCÍA, ISABEL**: "Carta abierta a las y los profesionales de la comunicación". Utopía informativa. Propuestas para un periodismo más social. Bilbao: Hegoa, 2007. Digital, p. 11. Disponible en [http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/736/utopia\\_informativa.pdf](http://pdf2.hegoa.efaber.net/entry/content/736/utopia_informativa.pdf). Visitada el 18 de enero de 2014.