



Del periodismo larvario al ciberperiodismo: Evolución del concepto de periodista

From larval journalist to cyber-journalist: evolution of the journalism concept

LUIS ANDRÉS PAMPILLÓN-PONCE¹

Resumen

El presente trabajo aborda la definición evolutiva del concepto de *periodista* a través de un estudio diacrónico que emplea la herramienta de búsqueda hemerográfica y bibliográfica, acompañada de datos empíricos proveniente de entrevistas aplicadas a personajes ilustres en el sector. La escala evolutiva propuesta data del periodismo larvario hasta el ciberperiodismo. Los resultados de la investigación nos muestran un concepto dinámico que está sujeto al contexto histórico-cultural que le acompaña. En un primer momento (antes del siglo XIX) se observa que el concepto de periodista va ligado a una persona quien publica de forma periódica principalmente a través de medios escritos. No obstante, a partir de los noventas del Siglo XX, y en virtud del uso generalizado de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), de alguna manera todos los individuos podemos ser comunicadores, ahora a través de medios como la internet. En conclusión, el debate en torno a la figura del periodista o de la periodista es complejo y denota, sobretodo, la exaltación de los valores éticos y morales, imprescindibles para realizar el quehacer periodístico.

Palabras clave: Periodista, periodista larvario, ciberperiodista, TIC, libertad de expresión.

Abstract

This paper discusses the evolutionary definition of the concept of journalist through a diachronic study using hemerographic and bibliographic research, together with evidence from interviews applied to well-known figures in the sector. The evolutionary scale proposed is from larval journalism to cyber-journalism. The research results show a dynamic

¹ Académico de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades). Magister en Derecho Constitucional, Amparo y Derechos Humanos. Magister en Docencia y Licenciado en Derecho. Estudiante del programa doctoral en Estudio Jurídicos del Padrón Nacional del Programa de Calidad del CONACYT (PNPC). Nacionalidad Mexicana. Este trabajo forma parte del proyecto de investigación doctoral denominado: "Género y vulnerabilidad: el conflicto ante el derecho a la información" que se deriva de los Programas Nacionales de Posgrados de Calidad del CONACYT.



concept depending on historical and cultural context that accompanies it. At first (before the nineteenth century) the journalist term is linked to a person who publishes periodically primarily through written press. However, since the nineties, and in view of the widespread use of new Information and Communication Technologies (ICT), somehow everyone can be a communicator now through media such as the Internet. In conclusion, the debate on the figure of the journalist is especially complex and denotes the exaltation of ethical and moral values, imperative for the work of a journalist.

Keywords: *Journalist, larval journalist, cyber-journalist, ICT, freedom of expression.*

Introducción

En torno a la libertad de expresión y el derecho a la información, la comunicación y el periodismo, gira una figura muy difícil de plasmar, dibujar, definir, conceptualizar, aunque se ha intentado desde diferentes ángulos y perspectivas, tiempo, circunstancia y lugar: el sujeto periodista.

¿Quién es periodista?, ¿quién hace periodismo? La actividad del periodista es el periodismo. Desde la hipótesis de que quizá en la definición del periodismo nos acerquemos a la definición de periodista tradicional. ¿Quién fue primero, la persona periodista o el periodismo?, aunque ahora también se le llama comunicador o comunicadora, comunicador de la era digital, ciberperiodista (Durham, 2014, p. 181).

El propósito de este trabajo es dar respuesta a esas preguntas, como retos, para adentrarnos en esta problemática que ha llevado a grandes debates y definiciones, tal vez no tan triviales, como veremos enseguida; pero que reflejan, de alguna manera, la personalidad de quienes deciden desarrollar su forma de vida en esta actividad tan vilipendiada en estos tiempos globalizadores en que los valores éticos se han relajado.

La evolución

Hace no mucho tiempo, un par de décadas quizá, y hoy todavía, era y es difícil definir, con exactitud, quién es periodista, quizá por la falta de una verdadera profesionalización, aunque ya hay escuelas de periodismo o de comunicación que nos dan un perfil.

Veamos, por ejemplo, los perfiles de ingreso y egreso de profesionales de la información o comunicadores y comunicadoras de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), México.

Perfil de ingreso en la licenciatura de comunicación

La naturaleza de la profesión derivada del plan de estudios de la licenciatura en comunicación requiere de sujetos interesados en la observación y estudio de la sociedad y los fenómenos que en ella se presentan, que gusten de la lectura de temas diversos, y manejen, de manera adecuada, la expresión oral y escrita. Adicionalmente, se

sugiere que quien aspire a obtener la licenciatura en comunicación posea las siguientes características:

Facilidad para establecer comunicación oral y escrita; hábitos de estudio; aptitudes para el trabajo en equipo; disposición para aprender constantemente; habilidad de pensamiento lógico, analítico y crítico; habilidad para la búsqueda y recuperación de información; capacidad para comprender e interpretar textos académicos; capacidad para responder a problemas prácticos, generar propuestas y soluciones; manejo básico de herramientas computacionales; tener un proyecto de vida; poseer valores y principios de ética y moral, conocimientos elementales del idioma inglés y creatividad (UJAT, 2014).

Perfil de la persona egresada en la licenciatura de comunicación

Quien egresa de la licenciatura en comunicación será un sujeto profesional especializado en planear, aplicar y evaluar procesos de comunicación, preparado para intervenir en los distintos ámbitos comunicativos, mediante el desarrollo permanente del conocimiento y la preservación de valores que contribuyan al desarrollo humano, social y cultural; capaz de:

- Generar conocimientos de manera sistemática, ordenada y rigurosa en áreas relativas a la profesión para sustentar procesos de intervención en la realidad.

- Usar apropiada, eficaz y eficientemente el lenguaje oral y escrito para su aplicación profesional y social.
- Comprender y asumir el sentido de responsabilidad social de los medios de comunicación en la dinámica social.
- Elaborar contenidos para los modernos soportes de la información que demandan los acontecimientos globales y locales con beneficios en la cultura y la sociedad.
- Investigar, acopiar, analizar, seleccionar y difundir información de interés público a través de diferentes medios.
- Diagnosticar necesidades comunicativas en diversos ámbitos.
- Producir, conducir y analizar mensajes mediáticos de diversa naturaleza.
- Planear, diseñar, producir y evaluar campañas de publicidad, propaganda e imagen.
- Generar estrategias, asesorar, evaluar procesos de comunicación interna y externa en las organizaciones.
- Capacitar y producir materiales comunicativos para la formación de recursos humanos.
- Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación para asesorar necesidades de imagen pública.
- Observar, analizar y criticar los movimientos y escenarios sociales en la perspectiva de los procesos

comunicativos que en estos y de estos se derivan.

- Manejar adecuadamente la lengua inglesa con fines de sostener una conversación, elaborar y comprender textos propios de la profesión (UJAT, 2014).

La “profesión” en otros tiempos

Pero hace también no muchos años, los periodistas se hacían en la brega diaria, en la calle, en el café, en la cantina, en el bar, pero en realidad se pulían en la redacción de los periódicos, con mucho idealismo. ¿Cómo era esa labor, ese proceso de enseñanza aprendizaje?

Se necesitaba gente aventurera, inquieta, que supiera de todo un poco, entre bohemios y buenos vividores, como recuerda Hernández López (1999).

Esa anécdota no por mordaz es falsa. Seguramente lastimará a periodistas del siglo XXI, pero ese era el modo predominante para reclutar hasta hace pocos años. Era relativamente fácil entrar a ser periodista, o al menos a hacer como que se era. Igualmente era sencillo dejar de serlo. En estos días parecerá absurdo, pero no entonces, porque se carecía de ley, demarcación académica o de contraloría alguna para ejercer como periodista. Lo más complicado era –entre muchos vacíos y enseñoreo patronal– desarrollarse empíricamente y permanecer en el medio sin machucar mucho la dignidad personal.

Ahora, si la anécdota señalada da mucho sobre qué reflexionar, hay que dejar asentado, sin embargo, que, si bien se podría llegar con facilidad a algún periódico, lo cierto es que no era, ni lo es, mantenerse en él. No puedes mantenerte en el periódico, sobre todo, si no sabes redactar. Ahora menos, cuando vivimos los tiempos de periódicos sin periodistas y periodistas sin periódicos, o cuando todas las personas, de alguna manera, en virtud de la internet, nos hemos vuelto “periodistas”, comunicadoras, comunicadores.

Periodistas de viejo cuño, de los que llaman “de provincia”, pero que no le piden nada al mejor periodista de la vida nacional, nos relatan parte de sus vivencias y cómo ven, cómo sienten el periodismo, cómo se iniciaron.

Veamos el caso del periodista Hubner Díaz (2014), quien, entre otros, ha recibido los siguientes reconocimientos: Premio “Jorge Calles Broca” del Corporativo Diario Presente, por trayectoria profesional, al cumplir este matutino 52 años de su fundación (Tabasco, México, febrero 12 de 2011), recibió de su director, José Pineda, unacrílico alusivo.

Mención honorífica (Placa, Cheque HSBC por \$10 000,00 y lote de libros sobre derechos humanos) en el Premio Estatal de Derechos Humanos 2012, categoría “Libertad de Expresión, José del Carmen Frías Cerino”, de la Comisión Estatal

de Derechos Humanos, CEDH, presidida por el doctor Jesús Manuel Argáez de los Santos (viernes 12 de abril de 2013).

Reconocimiento en México, D. F., a trayectoria profesional de 50 años de ejercicio periodístico ininterrumpido, por parte del Club Primera Plan presidido por el colega Raúl Gómez Espinoza, una placa simple alusiva (14 de agosto de 2014).

Hubner Díaz (2014) nos relata cómo comenzó a escribir, lo que él llama “componer”, cuando era apenas un menor de edad, en la escuela primaria “Instituto Comalcalco”, que fundó y dirigió el inmenso educador socialista Rosendo Taracena Padrón, el hombre que sembró la semilla que germinó en tierra fértil para darle vida a un reportero.

– Anoten cuanto vean al irse a sus casas, en la calle, en el parque, por ahí, y escríbanlo como si conversaran con alguien; lo mismo hacen mañana al regresar para escribirlo durante el recreo.

Composición le llamaba él. – Van a traer una composición – pedía, dos, tres veces al mes, a alumnos de 5° y 6° años. No a todos. Para Guillermo Hubner era “un ejercicio fascinante. Anotaba hasta el color de la mancha que dejaba la esencia vegetal en el palito de paleta encontrado en el camino, se

reconocía el sabor que hubiese tenido, si café oscuro, chocolate, si violeta, uva, amarillo, piña, verde, limón”.

Luego, en la Ciudad de México, en donde (1956) continuaría mis estudios, seguí ‘componiendo’... Al regresar a Comalcalco o a Paraíso en períodos de vacaciones, lo mismo; ‘componía’, ‘componía’. ¡Qué no componía!”, señala Hubner Díaz.

Por su parte, Macario Rodríguez, galardonado en varias ocasiones con el premio de periodismo por diferentes organizaciones de periodistas, platica sobre sus inicios al comenzar como corrector de pruebas, reportero, redactor de nota roja, cronista, hasta columnista.

En entrevista por Alberto López menciona que por el periodismo dejó la posible futura toga del abogado y el escalpelo del médico, sin saber cuántas injusticias hubiera evitado o cuantas vidas salvado en aquellas profesiones, pero no se arrepiente (Rodríguez, en López, 2008, Papiro número 12, pp. 4-6).

La tinta fue la droga. Su olor, el olor a papel en las viejas instalaciones de los periódicos de sistema caliente, de lingotes, de clisés fotográficos, de planas formadas para llevar a la prensa plana, sacar pruebas de agua para corregir los posibles errores del linotipista. La música que eran los ruidos de esas viejas máquinas

tipográficas y el olor a tinta, me hicieron ser periodista”.

Distingue entre noticia y opinión: La vida me ha hecho entender que la objetividad exigida en la nota se supera en la opinión, en el ejercicio de nuestra propia libertad de periodistas. Así como aprendí a responder las preguntas que el lector espera respondamos en el relato de prensa, también entendí a ejercer mi propia disyuntiva ideológica.

Con palabras de Kapuscinski (2007), Macario Rodríguez remata la plática: el periodista debe ser una buena persona. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.

Pero el periodismo, desde siempre ha estado cargado de pasión, de idealismo, de intereses. ¿Quién lo duda?

Los problemas para el ejercicio profesional

Desde el punto de vista doctrinario, el ejercicio periodístico, como parte del ámbito del derecho a la información, ha tenido tres edades: la primera, de carácter individualista; la segunda, la colectiva, desde un punto de vista social, y la tercera, como derecho humano

(García Tinajero, 2011, pp. 2-4).

Pero el problema es la ambición del hombre, para bien o para mal, que si bien no acaba de materializar un objetivo ya tiene otro en mente, señala García Tinajero al recordar el caso de Emilio Azcárraga Vidaurreta que en 1930 fundo como XEW-Radio, en la ciudad de México, lo que ahora se denomina Grupo Televisa, S.A, que junto con otros poderosos grupos empresariales forman una compleja red oligopólica de manejo de medios de comunicación, en donde aparecen Carlos Slim, propietario de Teléfonos de México; Ricardo Salinas Pliego, Televisión Azteca y Grupo Radio Fórmula de Rogelio Azcárraga (García Tinajero, 2011, pp. 10-11).

Las dificultades para alcanzar lo que la normatividad ofrece a los humanos en las tres edades alcanzadas, hacia finales del siglo pasado no ceden; por el contrario, se complicaron con la entrada en vigor del Tratado Trilateral de Libre Comercio de América del Norte, entre Canadá, Estados Unidos de Norteamérica y los Estados Unidos Mexicanos, el gran perdedor.

De acuerdo a García Tinajero (2011), las características que con el TTLCAN perjudican al derecho a la información son:

- 1) El retiro del Estado como eje de la cultura y la comunicación nacional.

Ya no tiene jerarquía el principio

de la educación e información enfocado en garantizar un régimen democrático, el desarrollo armónico de las facultades del ser humano y la defensa de los intereses sociales; ahora, la ley que impera es la de la oferta y la demanda, conforme a la cual el mercado dicta las directrices que todos deben aceptar.

- 2) La privatización de las empresas públicas de radio y televisión.

Si bien es negativo que el Estado asuma el control de todos los ámbitos de la vida social, que sea un Estado Leviatán, como el que claramente expone Hobbes, también es negativo su polo opuesto.

- 3) La supremacía de las empresas audiovisuales privadas, particulares y comerciales.

- 4) La aplicación de la política del *laissez faire* informativo.

Bajo esa tutela de los monopolios mediáticos, en nuestro país, el ejercicio del derecho a la información se ha corrompido y ha sido utilizado como un arma para chantajear a las instituciones públicas y a quienes se atreven a poner en peligro los intereses de la mediocracia (García Tinajero, 2011, p. 11).

Desde los años cincuenta hasta los ochenta, en México, la prensa en general era vista “como una instrumento del poder político”, en el que se advertían pocos espacios institucionalizados

donde pudiera ejercer una actitud crítica de observador general de los procesos de desarrollo social, indica Armando Zacarías Castillo (Zacarias Castillo, 2003).

El periodismo mexicano, uno de los más importantes de Latinoamérica, durante gran parte del siglo XX no fue excesivamente comprometido, políticamente hablando. Aunque la Constitución proclama la libertad de prensa, el gobierno se las arregló para que la prensa se amoldara y se produjera una especie de autocensura y una red de controles farragosos para impedir que ciertas noticias se esclarecieran. Como formas sofisticadas de tapan la boca a la prensa, se han citado frecuentemente la compra de espacios por parte del gobierno, los suministros de papel que controla el Estado, los pagos de viajes a periodistas en giras presidenciales, las subvenciones encubiertas a través de publicidad estatal y hasta la entrega de sobres particulares, con dinero, dentro de la mejor línea de fondo de reptiles, señala Zeta de Pozo (2004).

El modelo estructural de relación subordinada de los medios al poder público en el México del siglo XX pasa por varias etapas que van desde el proceso de encuadramiento corporativo de todos los sectores socioeconómicos al Estado, hasta la integración del mencionado complejo político empresarial (o burocrático empresarial) de in-

tereses comunes entre los sectores políticos y burocráticos y los de las grandes corporaciones empresariales, complejo cuyos engranes se han movido históricamente con el lubricante de la corrupción institucionalizada. Los elementos constitutivos de este modelo son:

1. Un marco jurídico, de acuerdo con la ponencia de Solís, Beatriz (1999), que prescribe y propicia:

- a. un alto grado de intervención estatal en materia de cine, radio y televisión;
- b. un poder discrecional desmedido por parte del Poder Ejecutivo en esas materias;
- c. una normatividad punitiva y obsoleta en materia de medios impresos, que,
- d. ha hecho de dicha normatividad una legislación en desuso, a lo que se agrega,
- e. la ausencia de previsiones respecto de los derechos de acceso a la información de la sociedad, de los derechos de los informadores en el ejercicio de su profesión y de los derechos de los particulares involucrados en los procesos informativos lo que, a su vez,
- f. ha generado un vacío legal que deja en la indefensión lo mismo a los periodistas

lesionados por sus empresas, a veces por iniciativa del poder público, que a los grupos e individuos afectados por los procesos informativos, mientras,

- g. el complejo burocrático empresarial de los medios protege discrecionalmente los intereses de sus integrantes y, por tanto,
- h. empresarios de medios y sus contrapartes burocráticas se oponen ferozmente a todo intento de alcanzar consensos a fin de contar con una legislación moderna que transparente las relaciones de los medios con los particulares, la sociedad y el Estado.

A ello hay que agregar,

2. Un modelo económico proteccionista, vigente desde los años veinte hasta la primera mitad de los ochentas, que al ser aplicado a las empresas mediáticas con las características de discrecionalidad propias de los vacíos legales descritos, generó relaciones de corrupción, dependencia y subordinación del Estado con empresarios y profesionales de la información, a través de:

- a. apoyos financieros estatales para fundar o rescatar empresas informativas en

- forma de créditos preferenciales, comodatos de inmuebles y donaciones,
- b. estímulos fiscales a través de un régimen especial de tributación para los medios, a los que se agregan negociaciones periódicas para regularizar deudas acumuladas,
 - c. dotación subsidiada (y discriminada) de insumos tales como el papel periódico y la electricidad,
 - d. publicidad estatal asignada discrecionalmente, más cuantiosa cuanto más se expandía el Estado en nuevas dependencias, organismos y empresas públicas, lo que convirtió al sector público, por varias décadas, en el primer anunciante del país,
 - e. condonación de deudas acumuladas con el Seguro Social a través de intercambios de servicios que incluyen contratos, reales o simulados, para realizar trabajos de impresión, pago de publicidad adelantada y, desde luego, un tratamiento informativo privilegiado,
 - f. asignación a reporteros, columnistas, articulistas y directivos de medios, de emolumentos pecuniarios mensuales, a manera de salarios o complemento de salarios, por parte de las oficinas de prensa de las dependencias y las empresas públicas, lo que, independientemente de los efectos en el condicionamiento informativo, se convirtió en un subsidio más a las empresas de la comunicación que, por muchos años, y todavía hoy, aunque menos frecuentemente, aplicaron una estructura de sueldos bajos, muchas veces simbólicos, a los informadores, en el entendido de que su ingreso principal se obtendría en las oficinas públicas.
 - g. confusión entre las funciones informativas y las de venta de publicidad por parte de los reporteros, a quienes se encarga de obtener la cuota de publicidad de sus fuentes informativas a cambio de una comisión de agente vendedor,
 - h. asignación de pagos de grandes sumas anuales a periodistas a través de supuestos contratos de publicidad y servicios informativos suscritos por interpósitas personas,
 - i. gratificaciones sexenales a comunicadores y directivos de medios a través de organismos públicos tra-

- dicionalmente utilizados como pagadurías de este tipo de erogaciones, como la Lotería Nacional,
- j. habilitación de periodistas como contratistas proveedores de los más diversos bienes y servicios a instituciones estatales, desde barbecho de tierras de cultivo hasta fumigación de bodegas,
 - k. provisión subsidiada de viviendas a comunicadores y, en ocasiones, dotación gratuita,
 - l. asignación discrecional, a empresas formadas por periodistas, de iguales periódicas en dinero y jugosas concesiones para el uso de espacios públicos, desde los destinados a fijar anuncios en las estaciones del metro de la ciudad de México hasta bodegas y locales en mercados, centrales de abasto y locales comerciales en aeropuertos de gran afluencia turística,
 - m. formación de empresas representantes de columnistas y otros comunicadores para fines diversos, entre los que se incluye la recepción de “fondos de reptiles” procedentes de diversas fuentes de poder y su entrega al comunicador por la empresa representante,

documentando diversos servicios informativos supestamente prestados a esa empresa intermediaria, vale decir, una forma de lavado de dinero en la que el columnista pretende preservar su independencia por el hecho de no aparecer directamente en las nóminas de los poderes y los poderosos (Carreño, 2015, Elementos constitutivos del modelo, *Párr. 1-25*)

Los recursos movilizados por el poder público, la clase política y, más tarde, la clase empresarial a lo largo del presente siglo de vigencia del modelo mexicano de relación con los medios dejan, en un rango bastante modesto, los millones de dólares (una treintena) en que se pueden calcular las subvenciones otorgadas a la prensa por la dictadura porfirista. También hacen palidecer los cálculos del apoyo financiero acumulado en 70 años de patronazgo abierto de la prensa por el gobierno de Estados Unidos (1790-1860) y los “fondos de reptiles” que escandalizaron a Europa en la Alemania de Bismarck (1862-1890). Pero lo más relevante de esta comparación es que aquellos hechos corresponden a una historia más bien remota, mientras que el modelo mexicano permanece, si bien con modificaciones y en un lento proceso de extinción (Carreño Carlón, 2015).

Como observamos, los vínculos generados entre gobierno y medios a través de financiamientos y esquemas de diversos órdenes han podido incidir en los cambios de dirección y de propiedad de los medios. Esto es así porque el poder público ha podido utilizar, en este largo ciclo, los resortes del conocimiento de las situaciones financieras, fiscales y laborales de los medios “protegidos” a fin de decidir, discrecionalmente, en qué momento renovar las relaciones de protección o complicidad a través de la renovación de los apoyos y de los acuerdos de impunidad, o en qué momento imponer cambios drásticos con el expediente o la simple amenaza de hacer efectivas las deudas acumuladas o perseguir los delitos hasta el momento simulado.

Del periodismo “larvario” a la era digital

Durante la revolución de Independencia, a principios de siglo XIX, observamos una lucha más que de ideas, de conceptos, de formas, de pensamiento político, expresión de realidades, de una verdadera lucha de clases entre grupos liberales y conservadores que se ve reflejada en una prensa de la época, precedida por una gran profusión de hojas, volantes, folletos y pasquines (Carrión, 2011, p. 181)

Con las extremas medidas mediante las cuales diferencié y procuré el apartamiento de las clases y grupos sociales, la sociedad colonial de Mé-

xico intensificó las contradicciones entre estas y en el nivel del periodismo. Durante mucho tiempo, mientras por un lado la prensa del gobierno realista determinaba formas de distracción social, encaminadas a ocultar la realidad distorsionándola (formas que en el campo ideológico eran propiamente represivas); por la otra parte impidió que apareciera una prensa en capas que puede extenderse desde los grupos criollos menos bien situados en la administración popular, hasta las castas y los estratos de indígenas (Carrión, 2011).

En una sociedad en la cual las contradicciones entre las clases y los grupos sociales son el principal fermento de los cambios históricos y sociales, es legítimo hablar de un periodismo larvario (Carrión, 2011) surgido en los intersticios de esas contradicciones y en las grietas, anchas o estrechas que deja el rigor del periodismo oficial.

Este tipo de periodismo “larvario” fue frecuente en la colonia. Aparecía sobre todo durante los diversos brotes de protesta, motines o intentos de insurrección.

Desde los viejos tiempos en que aparecía el pedestal de la estatua mutilada de Paquino ... parchado con los pasquines populares... la costumbre de injuriar por medio del anónimo público, pegado en un lugar visible de una vía,

adosada a un muro, corrió de ciudad en ciudad, de país en país... Así en la muy noble y leal ciudad de México, los pasquines contra el virrey y los nobles del virreinato eran el arma terrible contra la que no valía la vigilancia palaciega ni la amenaza inquisitorial. (Carrillo, 2011, p. 191)

Hoy, en la llamada era de las comunicaciones, nadie que se precie de persona informada puede decir, con certeza, que en el fondo, la esencia del periodismo ha cambiado: El periodismo es ideal, es pasión, es interés, es poder. Y se califica o descalifica dependiendo el cristal con que se mira.

Es tal la importancia del periodismo, de la prensa, que se la ha llegado a llamar “El cuarto poder”, agregándolo a la trilogía de división de poderes de Montesquieu: Legislativo, Ejecutivo y Judicial, aunque hay quienes lo colocan como el poder de poderes o el nuevo príncipe: El príncipe electrónico.

El príncipe electrónico

Hablando de medios y poder, tambores de guerra, trompetas, timbales y flautas suenan en la “aldea global”; los rostros se pintan, la piel se eriza, el ánimo sube o baja; la adrenalina impulsa o atemoriza. Son signos de los tiempos. La “globalización marcha”, nadie parece detenerla, aunque la resistencia se atrinchera, espera sus tiempos, busca sus estrategias.

Al parecer, la mayoría de habitantes de este planeta, inmersa en la lucha por la sobrevivencia, el combate a la ignorancia y el analfabetismo, las disputas locales y pendencieras, no alcanza a ver el bosque de la problemática global: el neocolonialismo insaciable a través de los diferentes medios de comunicación, esto es, la televisión, la internet y el ciberespacio nos devoran.

Muchas personas parecen no darse cuenta, pero hay quienes sí alcanzan a vislumbrar las nuevas cadenas de la esclavitud significadas en la llamada globalización, libre mercado, neoliberalismo o capitalismo salvaje, cuyos eslabones están representados, principalmente en los medios de comunicación electrónicos. Alojados en su debido tiempo y contexto pueden ser el teléfono, el telégrafo, la radio, las películas, la televisión, las computadoras, el fax, el correo electrónico, la internet o el ciberespacio.

Vivimos en la era de la información, la era del conocimiento, la era de la sociedad mediática.

Ianni (2000) reflexiona sobre el poder de los medios en la sociedad contemporánea usando la metáfora de “el príncipe electrónico”. Allí, establece una relación entre “el príncipe” de Maquiavelo, y el “príncipe moderno” de Gramsci. Octavio Ianni, uno de los principales pensadores latinoamericanos fallecido a los 77 años, el 4 de abril de 2004, nos

menciona que dentro de la sociedad mediática el “príncipe electrónico” es el arquitecto del “ágora electrónica”, donde, de la noche a la mañana, los héroes se vuelven villanos y los villanos héroes (Ianni, 2000).

Sus primeros estudios culminaron en el libro “A sociedade global”, publicado en portugués en 1992 (en castellano en 1998), que junto a “Teoría de la globalización” (castellano 1996), son posiblemente sus textos más difundidos y usados. A esos aportes se le suman otros tantos, como por ejemplo “La era del globalismo (1999) y “Enigmas de la modernidad-mundo” (2000).

A lo largo de esos aportes, Ianni considera la globalización como un proceso múltiple, propio del capitalismo, donde se repiten algunos procesos ya conocidos como el énfasis en el mercado, pero se le agregan nuevos actores, en especial las empresas transnacionales (Ianni, 2000).

Esto genera que el capitalismo avance de nueva manera sobre el propio proceso civilizatorio; a juicio de Ianni, son las culturas las que cambian con los embates del globalismo. De manera complementaria, Gudynas (2004) advierte que en lugar de mover hacia un mundo de igualdades y perfección, se promovía la desigualdad y contradicción, donde la propia sociedad global se “muestra como una estructura de enajenación”.

Para Gómez (2002), el príncipe electrónico se trata del nuevo poder

por encima de las viejas estructuras políticas, que no es ni una persona ni un partido: se trata de los medios tradicionales, casados y encabezados por los intereses dominantes en la actualidad, que hoy por hoy definen quién puede gobernar en cualquier lugar del planeta. Son el nuevo poder transnacional, neoliberal.

¿Qué significa la aparición de este nuevo príncipe en el mundo para Octavio Ianni?, pregunta Gómez en entrevista a Ianni en donde responde, lo siguiente:

Que las grandes cuestiones políticas no se deciden más en los partidos ni en los gobiernos, se deciden, principalmente, en los medios. Algunos de los elementos de los gobiernos y de los partidos tienen alguna influencia en las decisiones, pero son las corporaciones de medios las que indudablemente tienen una influencia decisiva en la formación de la opinión pública, en la inducción, en la orientación de la opinión pública sobre grandes problemas nacionales y mundiales. Por tanto, los partidos y los líderes están ampliamente subordinados a los medios o trabajan en colaboración con ellos. Se puede decir que el mundo es hoy un vasto escenario de marketing político. (Gómez, 2002, p. 21)



Sin mencionarlo por su nombre, otros estudios del fenómeno globalización hacen mención al “príncipe electrónico”, el nuevo poder.

Carbonell (2011) refiere que no hay una sola globalización, sino tres procesos globalizadores: la globalización de las comunicaciones, auspiciada por el desarrollo de las tecnologías satelitales y por la difusión masiva de internet; la globalización financiera, producto de la interconexión de los mercados bursátiles en todo el mundo y de los alcances planetarios que hoy tienen los llamados global-players (que son fundamentalmente empresas transnacionales y agentes de inversión que operan a escala global); y la globalización cultural, que se manifiesta sobre todo en la adopción de pautas culturales producidas en Estados Unidos y promovidas por todo el planeta. Buena parte de quienes habitamos la tierra vemos las mismas películas, las mismas series de televisión, nos informamos a través de las mismas agencias, seguimos los eventos deportivos que se llevan a cabo o se financian desde los Estados Unidos, etcétera. “Más que de globalización en este último caso podría hablarse de “neocolonialismo, pues es solamente una de las partes la que está dominando el escenario cultural” (Carbonell, 2011, p. 11).

Esta última apreciación de Carbonell la comparto, pero no estoy de acuerdo con la clasificación de la globalización, porque siento que se trata

de una sola promovida por el gran capital transnacional, instaurador de nuevos paraísos fiscales, paraísos de mano de obra barata, paraísos de explotación, nichos esclavizantes.

Pero no se trata, en este espacio, de entrar en una polémica con Miguel Carbonell, ya habrá tiempo para ello. Lo importante, en este momento, es subrayar cómo deja ver la nariz, los ojos, la lengua y las extremidades, sin decirlo, del “príncipe electrónico”.

Tras las “globalizaciones” que refiere Carbonell está el gran capital transnacional y sus aliados: el capital nacional y el local, que manejan y son dueños, entre otros, de los medios de comunicación que, de la noche a la mañana, pueden transformar a los héroes en villanos y a los villanos en héroes.

De ese tamaño es el poder que se da a al periodismo, a la comunicación y, en cierta medida, a los comunicadores y comunicadoras.

En este sentido, ¿quiénes son los sujetos profesionales de la comunicación, cómo deben ser, cuál es su perfil?

Deben ser personas que busquen el establecimiento de foros públicos democráticos; que asuman la responsabilidad de la calidad de vida de una comunidad dada y esperan que todos los demás miembros la asuman; tener sentido de obligación moral para construir una ciudadanía

que repercute en la construcción de una comunidad nacional dialogante e interactiva; apasionadas de la comunicación pública en la que fluya la verdad; que busquen la libertad de expresión al promover que se diga todo aquello que deba ser informado para beneficio de la comunidad y no solo de un sector particular; estén comprometidas con el desarrollo de una sociedad democrática, las libertades, los derechos humanos, la justicia y el bien común y, sean facilitadoras de la participación ciudadana directa (Corella, 2014).

Pero en estos tiempos debemos hablar, de un nuevo perfil periodista actual, periodista en la era digital, ciberperiodista o periodista multimedia.

Ciberperiodista o periodista multimedia

Así, aunque para algunos resulta prematuro hablar de un nuevo periodismo a raíz de la internet, lo cierto es que este nuevo medio empieza a cambiar las prácticas de la profesión, los conceptos tradicionales y la naturaleza de ciertos géneros periodísticos. Entre esos cambios emerge uno impulsado por la interactividad y es el hecho de que el sujeto usuario puede asumir el rol de periodista. Por ende, el perfil de su función de mediación tradicional tiende a verse disminuido, o por lo menos afectado, considera Martínez (2012) al asegurar:

Ante ello, el periodismo tradicional no desaparecerá, pero deberá ir modificando su manera de trabajar en función de la adaptabilidad del medio, la interactividad y la hipertextualidad, de manera que los nuevos géneros multimedia reúnan la profundidad de la prensa, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión.

De manera que en la misma tesitura, para Martínez, otro desafío del periodista es, entonces, redefinir su perfil profesional: pasar de la etapa de los medios tradicionales a la brecha del periodismo digital y de esta al nivel multimedia. Es decir: hoy se exige no solo conocimientos y habilidades propias del oficio periodístico, sino también el dominio de técnicas para producir y administrar el quehacer informático y de la multimedia.

La meta es superar los alcances del periodista tradicional, circunscrito al modelo de antaño y al manejo del lenguaje de un solo medio, para encaminarse al perfil del periodista o la periodista digital: profesional que se familiariza en el entorno internet, que conoce y aprovecha todos los entresijos técnicos de las páginas web, considera Sandoval (2001). Además, afirma que, con internet, los periodistas y las periodistas se han convertido, simultáneamente, en quienes emiten y reciben la información que circula por la red y, por tanto, necesitan saber usar los programas y aplicaciones más comunes que se emplean en los sitios web y



que sirven tanto para acceder a su contenido como para producir otros productos multimedia (con texto, audio e imágenes) (Sandoval, 2001).

Tal como señala Luzón (2000), el periodista o la periodista digital es quien ejerce como tal a partir de su capacidad para crear elementos nuevos de comunicación, donde el análisis, la interpretación y la integración de los procesos informativos son los que dan un valor añadido a la actividad del medio. Pero no cabe duda de que para ejercer la creatividad hay que conocer y aprender primero la técnica. En la creatividad y la formación está la clave del éxito del futuro o futura periodista (Sandoval, 2001).

Sin embargo, un paso superior en esta escala sería convertirse en periodista multimedia como señala Sandoval (2001) y plantea, entre sus características, que debe añadir herramientas que faciliten el manejo de programas especializados en imagen fija y en movimiento, sonido, diseño.

En concordancia, Koldobika (2003) menciona que periodista multimedia es una especie de persona orquesta, capaz de utilizar imágenes de video en la edición en línea de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio.

Como vemos, encontrar la definición del término periodista tradicional ha generado en estos días un gran debate en relación con el con-

cepto de periodista digital o ciberperiodista y, por ende, del periodismo o del acto de periodismo.

La Corte de Apelación Americana del Primer Circuito, en una sentencia del mes de octubre de agosto de 2011, llegó a la conclusión que no podía, ni parecía ajustado a derecho hacerlo, establecer una clara línea que diferenciase, en términos cualitativos, el periodismo realizado en los medios tradicionales (analógicos o digitales) del que se hacía en formato de *blog*, lo que una gran representación sostiene, ya que no hay un concepto legal de periodista (González Gordon, 2013).

Jeff Jarvis, editor del New York Daily News y experto en internet, en su blog y en su cuenta de twitter apuntó: “ya vengo diciendo desde hace mucho que tenemos que dejar de definir el periodismo por la persona, y en su lugar definirlo como un acto. Por ello, siendo el periodismo un acto, cualquiera puede ser periodista (Jarvis, 2014).

No debemos olvidar, en este trabajo, que desde que terminó la guerra fría, la humanidad está pasando por una crisis económica y social de una gran gravedad sin precedentes, que está llevando a grandes sectores de la población mundial a un rápido empobrecimiento y conceptualización de términos y realidades.

Como establece Michel Chossudovsky (2003, p. 7):

- Hambruna y miseria prevalecen en el África Subsahariana, en el sur de Asia y en algunas partes de Latinoamérica.
- Esta globalización de la pobreza, que en gran medida ha revertido los logros de la descolonización, se inició en el tercer mundo al mismo tiempo que la crisis de la deuda de principios de los ochenta y la imposición de las letales reformas económicas del Fondo Monetario Internacional.
- El nuevo orden mundial se nutre de la pobreza y de la destrucción del medio ambiente. Genera el *apartheid* social, alienta el racismo y las luchas étnicas, socaba los derechos de las mujeres y con frecuencia se lanza a los países a confrontaciones destructivas entre nacionalidades.
- A partir de 1990 ha extendido su dominio a las principales regiones del mundo: Norteamérica, Europa occidental, los países del antiguo bloque soviético y los países recién industrializados del sureste de Asia y del Lejano Oriente.
- Esta crisis de extensión mundial es más devasta-

dora que la gran depresión de los años 30 del siglo pasado. Tiene implicaciones geopolíticas de largo alcance: el quebrantamiento económico ha ido del surgimiento de guerras regionales, la fractura de sociedades y, en algunos casos, la destrucción de países enteros. Con mucho, es la crisis económica más grave de la historia moderna.

Crisis económica, de valores y conceptos que nos colocan en momentos de romper paradigmas.

Conclusiones

Como hemos visto en la presente investigación, a lo largo de la historia el concepto de periodista ha evolucionado. De periodismo larvario, que prácticamente se realizaba desde la clandestinidad, hasta el ejercicio comunicativo de hoy con el uso de las nuevas técnicas de la comunicación.

El nombre y apellido han cambiado de periodista de noticias, de deportes de cultura, ciberperiodista, pero la esencia no cambia: el ejercicio del periodismo es pasión, ideal, interés, poder y contrapoder, periodismo de la era digital.

En estos tiempos de la globalización, todos y todas podemos ser comunicadores y comunicadoras; pero de-

cirnos periodistas, con propiedad, no cualquiera, si partimos del punto de vista deontológico con Kant, que establecía que debemos actuar no solo por deber sino por amor al deber.

Ese es el camino del periodismo, del periodista y la periodista profesional, del periodismo sin adjetivos, que debe estar al servicio de las causas justas, del beneficio de la colectividad, del bien común, antes de ponerse al servicio de los grupos poderosos, de la nueva oligarquía global que amasa las riquezas del mundo en tanto lo que se ha globalizado es la pobreza.

En ese contexto se debate la figura (¿nueva?) de periodista. El periodista de la era digital que, quizá, deba dejar de un lado el “romanticismo” o fortalecerlo para ser más humano en una sociedad que necesita, le urge, humanizarse.

Ello implica un reinventarnos desde la educación, con una educación humanista para humanizar a la humanidad. Nos estamos tardando. Hay que educar en el amor, en la solidaridad, privilegiando el principio tú y yo, y no tú o yo.

Referencias

Alberto López, R. (2008, 20 de agosto, pp 4-6)). La mayoría de los medios no hacen periodismo: Erwin Macario. Papiro. Recuperado de http://www.el-papiro.com/periodistas/periodistas_erwin.html

Barrera C. (2004). *Los medios de comunicación en América Latina, en Historia del periodismo universal*, Editorial Ariel, España. pp. 332-333.

Carbonell M. y Brito R. (2011). *La globalización y los derechos humanos, a la luz de la reforma constitucional de junio de 2011*. Revista de la facultad de derecho de México. Vol. 61 No. 256), 11-30.

Carreño Carlón, C. (2015). *Un modelo histórico de relación entre prensa y poder en México en el siglo XX*. Recuperado de <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2000/03/01/un-modelo-historico-de-la-relacion-entre-prensa-y-poder-en-mexico-en-el-siglo-xx/>

Carrión, J. (1986). Insurgencia y contrainsurgencia en el periodismo. En *El pensamiento político de México* (Tomo I. La independencia, p. 181). México: Nuestro Tiempo.

Chossudovsky, M. (2002). *Globalización de la pobreza y nuevo orden mundial*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Durham Peters, J. (2014). Nuevos medios y viejos medios: Reflexiones sobre el caso mexicano. En Rebeil Corella, María Antonia y Martín del Campo, y Alberto

- Montoya (Coords), *Ética, medios y democracia* (pp. 153-155). México: Tirant Humanidades.
- García Tinajero, L. (2011). El monopolio mediático: Toque de queda al derecho a la información. En Gabriela Ponce Baez y Leonel García Tinajero (Coords.), *Las fronteras del derecho a la información* (pp. 2-4). México: Novum.
- Gómez, L. A. (2002, 15 de noviembre). Brasil en cuenta regresiva. *The Narco News Bulletin*, 21. Recuperado de <http://www.narconews.com/print.php3?ArticleID=18&lang=es>
- González Gordon, M. (2013). Singularidades en materia de derecho de autor propias de las publicaciones periódicas digitales. En Miguel Ángel Encabo Vera (Coord.), *Periodismo y derecho de autor* (pp. 141). España: Reus, Fundación AISGE.
- Gudynas, E. (2004). Octavio Ianni, destacada analista de la globalización, falleció en Brasil. *Portal latinoamericano de opinión*. Recuperado de <http://globalizacion.org/2004/04/fallecio-oc-tavio-ianni-destacado-analista-de-la-globalizacion/>
- Hernández López, R. (1999). *Solo para periodistas*. México: Editorial Grijalbo.
- Hubner Díaz, G. (2014) Guayabera política. *El clarín*, 1(6). Tabasco, México.
- Ianni, O. (2000). *Enigmas de la modernidad-mundo. Sociología y Política*. México: Editorial Siglo XXI.
- Jarvis, J. (2014, 6 noviembre). Geeks bearing gifts: imagining new futures for news. Recuperado de: <http://buzzmachine.com/2014/11/06/geeks-bearing-gifts-imagining-new-futures-news/>
- Kapuscinski, R. (2007). El mundo de hoy: autorretrato de un reportero. Krakovia, Znak. Editorial Anagrama. De Ki. Straczek, Krakow, Znak.
- Koldobika, M. (2003). La formación del periodista digital. *Revista Chasqui*, 84, 1-11.
- Luzón Fernández, V. (2000, 11 noviembre): Periodista digital: De McLuhan a Negroponte. *Revista Latina de Comunicación Social*, 34. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34o-c/49s6luzon.htm>
- Martínez, Omar R. (2012). Periodismo en la era digital. *Revista Mexicana de Comunicación*. 27. Recuperado de: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2012/09/27/periodismo-en-la-era-digital/>
- Rebeleil Corella, M. A., Martín del Campo A. M., Hidalgo Toledo J.A., Milán Campuzano A. (2014). *Ética, actores de la*

- comunicación y corresponsabilidad. En *Ética, medios y democracia* (pp. 62-63). México: Universidad Anáhuac.
- Sandoval Martin, M. T. (2001). La formación a distancia de periodistas digitales: Una propuesta para el uso de la videoconferencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, Año. 4. Vol. 37, p.p. 6 Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/zenlatina37/136sandoval.htm>
- Solís, Beatriz (1999). El derecho a la información, un reto nada nuevo frente al nuevo milenio. Sala de Prensa web para profesionales de la comunicación iberoamericanos. Año II, vol 2. Ponencia presentada en el Seminario Internacional Antiguos y nuevos desafíos de Derecho de la Comunicación, en Santa Fé de Bogotá, Colombia.
- UJAT. (2014). *Plan de estudios de la licenciatura en comunicación*. Recuperado de <http://www.archivos.ujat.mx/2014/DAEA/pagina%20nueva/planes%20de%20estudio/Sintesis%20Comunicacion%202010.pdf>
- Zacarías Castillo, A. (2003). La prensa mexicana en la segunda mitad del siglo XX. Acercamiento metodológico. *Revista Universidad de Guadalajara*, 28. Recuperado de <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug28/art5.html>
- Zeta de Pozo, F., Ruiz, F. J. y Waisbord, S. (2004). Los medios de comunicación en América Latina. En C. Barrera (Eds.), *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel.

Recibido: 23/3/2016 • **Aceptado:** 15/9/2016