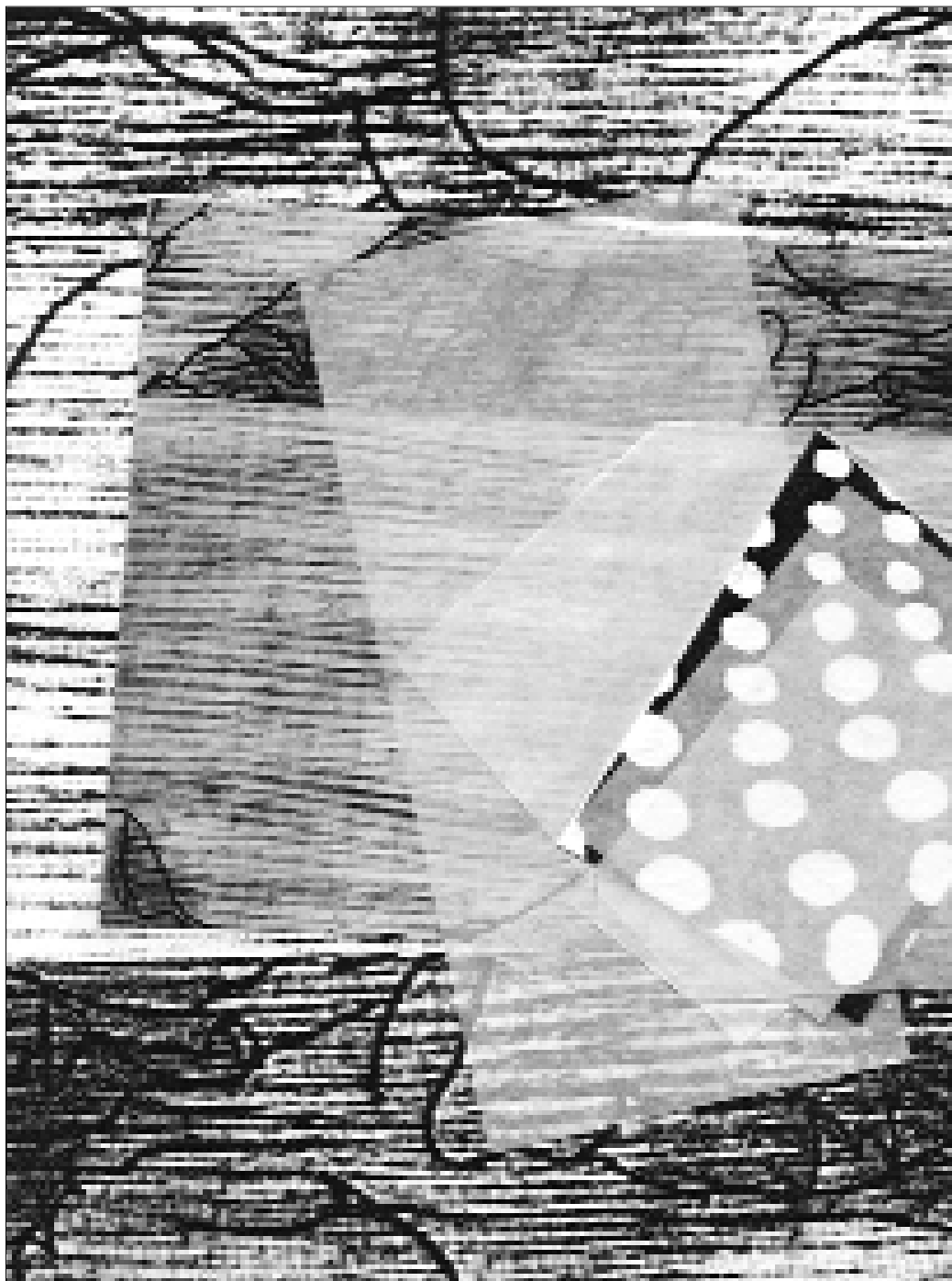


Del periodista industrial

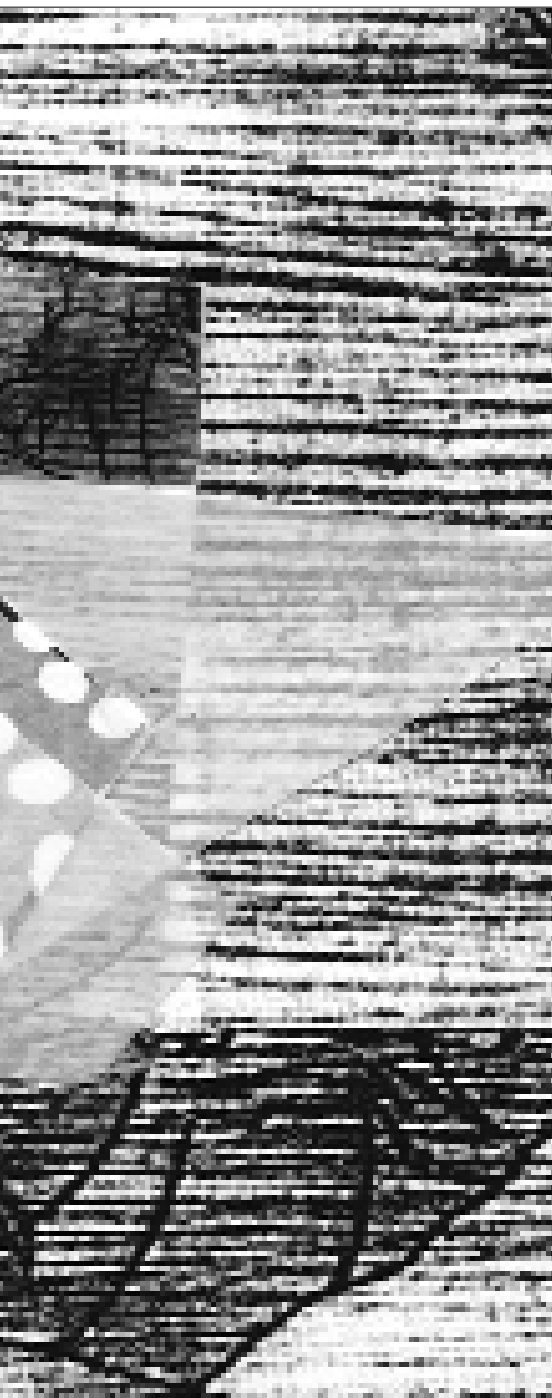
La emergencia de la economía digital ha puesto sobre el tapete nuevamente la cuestión del periodista como intelectual, ahora que los periódicos dejan de ser industrias para pasar a concebirse como plataformas de servicio, imponiendo nuevas competencias laborales al ejercicio de un oficio vital para el desarrollo de la semiósfera contemporánea

■ **Carlos Delgado-Flores**

Galería de papel. Roger López 2006



al intelectual digital



El periodista comparte con todos los demás demagogos, así como también con el abogado y el artista, el destino de escapar a toda clasificación precisa. Pertenece a una especie de casta paria que la 'sociedad' juzga siempre de acuerdo con el comportamiento de sus miembros moralmente peores. Así logran curso las más extrañas ideas acerca de los periodistas y de su trabajo. No todo el mundo se da cuenta de que, aunque producida en circunstancias muy distintas, una obra periodística realmente 'buena' exige al menos tanto espíritu como cualquier otra obra intelectual, sobre todo si se tiene en cuenta que hay que realizarla aprisa, por encargo y para que surta efectos inmediatos. Como lo que se recuerda es, naturalmente, la obra periodística irresponsable, a causa de sus funestas consecuencias, poca gente sabe apreciar que la responsabilidad del periodista es mucho mayor que la del sabio y que, por término medio, el sentido de la responsabilidad del periodista honrado en nada cede al de cualquier otro intelectual.

Max Weber 1918

Estamos apenas comenzando a comprender las ramificaciones sociológicas y antropológicas de ese fenómeno (blogs, redes sociales, etc.). Yo no quiero ser muy hiperbólico, pero no tengan dudas sobre ello: nuestro firmamento cultural está cambiando y nosotros necesitamos ajustarnos, y tenemos que hacerlo rápidamente.

Arthur Sulzberger

Director del New York Times (Discurso en la convención de la Online News Association, Octubre de 2005)

En algún momento, todas las redacciones de diarios del mundo se parecen. Bien sea que se les mire en el tiempo histórico, en el del oficio o en el de las rutinas cotidianas, siempre hay un periodista que lee periódicos, otros dos que conversan, otros que llaman por teléfono, otros más que escriben sus notas y otros que las esperan, otro que entrevista a alguien y así se van rotando en las horas o en la imaginaria línea del tiempo de un antes de teletipos, máquinas de escribir de cinta, cuartillas y teléfonos de baquelita; un ahora de computadoras, servidores, Internet de banda ancha, celulares y grabadores digitales; y un mañana que no sabemos, pero que definitivamente, no está muy lejos.

También, en algún momento, los periodistas son comunes: tienen perfiles contruidos no sólo para satisfacer las necesidades de interpretación de la sociología de las profesiones, sino acaso las definiciones que la organización hace de su trabajo, para dirimir responsabilidades ante dos libertades: la de expresión y la de empresa. Son comunes en el cumplimiento de los rituales que impone el oficio, en el tipo de rutinas establecidas, en los compromisos deontológicos señalados por los códigos de ética o las legislaciones de los estados. Son comunes acaso en las preguntas que son trascendentales al trabajo: qué informar, a quién, por qué y de qué manera; y acaso también en las críticas, en la tensión adquirida de ir sospechando el motivo detrás de cada palabra, el buen hábito de ir contrastando versiones, el escasamente desarrollado hábito de hacer registro y es que a la mayoría de los periodistas se les va la vida de reporteros en el cada día de comienzo y recomienzo, porque la memoria, aunque no da para tanto, es parte del compromiso de “escribir para la Historia”.

Comunes, pero no iguales. Cada periodista hasta ahora ha tenido la doble angustia de una vocación por la calidad de la información que produce y la conciencia de que vive de su nombre. Eso ha hecho un tipo de profesional altamente competitivo, hasta cierto punto solidario con sus colegas, más o menos refractario ante la crítica, sensible ante los hechos y las ideas (o ante las ideas y los hechos, eso hace una diferencia importante) e incómodo ante la condición de trabajador asalariado. Y aunque parezca un motivo baladí, es este quizás el gran punto de coincidencia de los periodistas en todo el mundo: que no se sienten bien remunerados por su trabajo ¿Por qué? Porque es trabajo intelectual, aunque haya un poco de mala conciencia para aceptarlo como tal.

Delia Covi Drueta, investigadora de la

“

El profesional de la mediación social suele ser un intelectual, capitalice o no la plusvalía que genera su trabajo, en caso de que esté efectivamente inscrito en industrias de producción simbólica o en instituciones de promoción artística patrocinada por mecenas (el empresario en ejercicio de su prerrogativa o el político en rol de funcionario de Estado)

”

Universidad Autónoma de México y directora de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), afirma en su artículo *Periodistas de un nuevo siglo* sostiene en su artículo, esta condición para los oficiantes: “El periodista como profesional de la información, el periodista de tiempo completo, el que ejerce día a día la profesión de informar, el que vive la dinámica cotidiana de producción de la noticia, se ha convertido en uno de los intelectuales más importantes de este siglo, porque forma parte de los que crean, distribuyen y aplican la cultura, es decir, el mundo simbólico del hombre, incluyendo el arte, la ciencia y la religión, de acuerdo con Seymour Martin Lipset. En mi opinión podemos estar hablando del intelectual con mayor peso social de estos tiempos. El mismo que, en parte, ha ocupado el vacío dejado por los partidos políticos, los gobernantes, la escuela y los propios intelectuales arquetípicos”.

Mediadores profesionales, integrados al sistema de mediación social (Martín Serrano, 1978), productores de discursos que permiten la representación de los sujetos sociales, que explican la legitimación de las prácticas de poder, que redistribuyen la formación de enunciados para el saber moderno (Foucault, 1984), promueven los valores de la Modernidad como proyecto civilizatorio: la doctrina del derecho natural, la democracia como sistema de gobierno, el desarrollo como

vocación del proyecto histórico global y la tecnología como medio para obtener este desarrollo, al inscribirse dentro de este sistema de producción simbólica (discursos, significados, sentidos, en cualesquiera lenguajes y formatos) el periodista se convierte en artífice de la semiósfera¹, homologado en su accionar con el artista y el científico, y acaso en uno de los reproductores más consecuentes de sus contenidos y relaciones. Aunque distinguido, ciertamente, del político o el empresario, por las diferencias habidas en la práctica.

¿De qué hablamos cuando decimos intelectuales?

El profesional de la mediación social suele ser un intelectual, capitalice o no la plusvalía que genera su trabajo, en caso de que esté efectivamente inscrito en industrias de producción simbólica o en instituciones de promoción artística patrocinada por mecenas (el empresario en ejercicio de su prerrogativa o el político en rol de funcionario de Estado). Norberto Bobbio los define en estos términos: “se llaman hoy intelectuales a los que en otros a tiempos se han llamado sabios, eruditos, *Philosophes*, literatos, *gens de lettre* o simplemente escritores y en las sociedades dominadas por un fuerte poder religioso sacerdotes, clérigos. Los intelectuales si bien con distintos nombres, han existido siempre, porque en toda sociedad, junto al poder económico y al poder político, ha existido siempre el poder ideológico que se ejerce sobre las mentes y a través de la producción de ideas, de símbolos, de visiones de mundo y de enseñanzas prácticas.” (Bobbio, 1998:17)

Bobbio también establece una tipología de los mismos, basándose en autores como Julien Benda o Karl Mannheim: *clérigos*, intelectuales que aspiran a la influencia para aconsejar al poder; *mandarines*, doctos instructores de la opinión pública; *expertos*, dedicados a especializarse en una parcela del saber, a producir conocimiento científico o artístico. No obstante, Lipset (citado por Covi) ofrece otra clasificación: el intelectual socialmente desligado, libre; y el **intelectual orgánico**, comprometido con su clase social. Sobre este último, el mismo Antonio Gramsci, autor del concepto ha señalado: “Todo grupo social que surge sobre la base original de una función esencial en el mundo de la producción económica, establece junto a él, orgánicamente, uno o más tipos de intelectuales que le dan la homogeneidad no sólo en el campo económico, sino también en el social y en el po-

lítico”. Se trata de un pensador afiliado a una determinada causa, especialista y a la vez político, conocedor de un oficio que ejerce como medio por el cual contacta al colectivo, que puede reforzar estructuras existentes, o promover su demolición.

¿Qué tipo de intelectual es el periodista?

Nuestros intelectuales nacieron a la modernidad con la Ilustración, que era un proyecto de intelectuales. En la medida en que fue consolidando su hegemonía, los intelectuales fueron ocupando posiciones, concentrándose en instituciones específicas; los intelectuales liberales y el intelectual orgánico tradicional, fueron refugiándose en la Academia, como profesores e investigadores. Pero a medida en que las industrias culturales cobraron fuerza en la formación de la sensibilidad colectiva, el periodista fue asumiendo labores que antes eran exclusividad de otros intelectuales. Ello lleva a Felix Ortega y María Luisa Humanes en su libro *Algo más que periodistas, sociología de una profesión*, a señalar que “el tipo más generalizado de intelectual, que no es otro que el de las corporaciones de comunicación, es una nueva forma de ‘intelectual orgánico’. Y esto es así porque se vincula con uno de los modos de producción más específicos de nuestras sociedades: el del conocimiento. Si el viejo intelectual orgánico se ligaba y comprometía con las clases sociales (en su acepción marxista) el intelectual de hoy lo hace con las organizaciones esenciales en el esquema de producción” ¿Cómo? Divulgando innovaciones, sometiendo a escrutinio las materias del interés público, promoviendo la investigación y el desarrollo de soluciones a “problemas sociales”, confrontando posiciones encontradas en debates públicos, interpelando al poder en sus formas institucionales, cuestionando la legitimidad del interés particular frente al interés común: en suma, ejerciendo su oficio en acuerdo con los intereses del medio como empresa, los del perceptor en cuanto que opinión pública y los suyos propios: la calidad del trabajo, el compromiso ético con las audiencias y con la Modernidad.²

Cuatro objeciones

En la redacción de un diario, cuando se plantea esta reflexión sobre el oficio, suelen surgir objeciones, que en parte susciben cierta visión estereotipada del intelectual,

“

Si el viejo intelectual orgánico se ligaba y comprometía con las clases sociales (en su acepción marxista) el intelectual de hoy lo hace con las organizaciones esenciales en el esquema de producción”

”

tual, que algunos de ellos (especialmente los del campo de la literatura) han contribuido a fomentar; o una visión del oficio construida no tanto desde las competencias profesionales, sino más bien, desde las rutinas del trabajo asalariado.

Aquí se recogen cuatro, a la vez que se intenta darles respuesta en el texto.

1.- ¿Cómo va a ser intelectual un profesional especializado, cuando el intelectual es generalmente un creador solitario?

Ya esta visto que el especialista egresado de las universidades es un tipo de intelectual, y que en las redacciones, el periodista “Lobo estepario”, que escribe a deshoras, es poco sociable, tiene buenos contactos y suele escribir historias de escándalo, generalmente en la fuente policial, es una especie en extinción. En el caso del periodista como mediador social, la sola elección de las palabras, de un adjetivo por otro, de una imagen por otra contribuirá a generar un matiz definitivo dentro de una representación social, pues no es otro el poder del relato periodístico, sea impreso o audiovisual.

2.- ¿Cómo va a ser el periodista un intelectual cuando el intelectual es un creador autónomo, que está parcial o totalmente liberado de las ataduras del mercado o el estado, colocándose en un sitio especial para criticarlos con total legitimidad, mientras que el periodista es un asalariado?

Eso también se corresponde con el estereotipo romántico del intelectual. Pero mejor en palabras de Crovi (2002): “La

concentración de la industria cultural en pocas manos y la transformación del Estado, entre otras razones, condujeron paulatinamente al cierre de espacios autónomos desde donde solían actuar los intelectuales liberales. Algunos de ellos reorientaron su participación hacia los partidos políticos, convirtiéndose en los asesores que contribuyen a legitimar las decisiones que se toman y las acciones que se llevan a cabo. Otros en cambio emigraron hacia la academia como docentes o investigadores, buscando reconstruir un espacio más o menos autónomo para contribuir al desarrollo del conocimiento a través de la investigación. Entre esos intelectuales de antaño hubo también quienes pasaron a formar parte de las corporaciones de la cultura y el entretenimiento y como sabemos, un primer momento en la evolución del periodismo del siglo XX se nutrió de ellos, cuando comenzaron a ejercer la profesión intuitivamente y sin más conocimientos que los que les iban dando las prácticas que serían el germen de las escuelas de periodismo surgidas a mediados de ese siglo. En todos los casos el denominador común para los intelectuales liberales fue que tuvieron que rendir su formación, libertad y ausencia de compromiso a las tareas encomendadas por sus nuevos empleadores”

3.- ¿Cómo va a ser intelectual un periodista que no puede opinar con libertad, porque los medios ejercen la doctrina de la objetividad, la cual supone siempre una restricción?

Si bien es cierto que la restricción existe, también lo es que el derecho a la opinión en un medio de comunicación puede ser acordado por la vía gremial, como ocurre como cierta cláusula de conciencia vigente en el estatuto de la Redacción del diario El País de España. Es de destacar entonces que la libertad es convenida en función del interés colectivo de los profesionales y del legítimo derecho del empleador a ejercer la libertad de prensa, distinguible de la libertad de expresión en cuanto que es libertad empresarial.

4.- ¿Cómo va a ser intelectual un periodista, cuando el intelectual puede vincularse a causas políticas mientras que el periodista no?

Derivada de la idea de la objetividad, la causa política aquí esta pensada como causa partidista o partidaria. No obstante, el periodismo como oficio consagrado a la libertad de expresión, es profundamente político: al ser, el periodista, el depositario de las palabras de la tribu, tanto en lo que con-

cieme a la construcción de versiones de la realidad, como de opiniones en torno a ella, el acto de informar incide en la formación de voluntad individual o colectiva.

A la respuesta de estas objeciones también se suma Crovi (2002) cuando afirma: “En esta defensa de la función periodística frente a la crítica intelectual, está presente uno de los principales retos del periodismo de este siglo: su responsabilidad cultural y social. Están también, delineadas las condiciones en que labora el periodista:

- 1.- El producto de los medios de comunicación exige condensación y precisión, metas que se consiguen ajustándose a rutinas productivas bastante estrictas o por lo menos bien delimitadas.
- 2.- La relación con el tiempo es diferente, ya que los temas que analizan los medios deben estar ligados con los acontecimientos del día o por lo menos de actualidad. Sólo aquellos contenidos que se colocan en una franja amplia que va de lo periodístico al entretenimiento, dan como resultado productos que no están estrictamente ligados a la actualidad.
- 3.- Los periodistas se someten día con día al escrutinio del mercado, representado en encuestas, opiniones, tirajes y volúmenes de audiencia”.

¿En qué empresa trabaja este periodista?

La progresiva profesionalización de los intelectuales y su incorporación a las industrias culturales los incluyó en las lógicas de la administración, como mano de obra, productores de relatos que, más o menos fragmentados, se consideran productos asociados a un conjunto de insumos, planificados en un esquema de producción industrial.

Sin embargo Calmon (2006) destaca cómo el desarrollo de la economía digital, la eventual emergencia de la Sociedad de la Información y el afianzamiento de Internet como fenómeno integrador de medios diferenciados, como hipermedio, generan tantos cambios en las competencias de los periodistas y en los medios tal y como los conocemos: “Entre las transformaciones más importantes en curso, están procesos de desintermediación y deconstrucción de la comunicación periodística tradicional. Hay una clara transferencia de poder y de control de los comunicadores para la audiencia en múltiples aspectos; para empezar: los modelos periodísticos tradicionales basa-

dos en la escasez de información tienen que adaptarse a la actual abundancia de información. Se disminuye el poder del periodista como portero (*gatekeeper*) encargado de filtrar lo que las masas deben saber. Además, el periodismo se ve forzado a abandonar el concepto de la Revolución Industrial de creación de productos estáticos para abrazar el concepto de la Revolución Digital de ofrecimiento de servicio dinámico”.

Nada mal para un periodista que tiene que aprender a emplear Internet como fuente de datos, a escribir y jerarquizar la información en periódicos prediagramados electrónicamente, a digitalizar información, a enviar archivos por un servidor, a colocarlos en una cuenta FTP, porque el paradigma del producto periodístico tiene que actualizarse al nuevo perfil de demanda que la economía digital le impone: de medio **monomedia** (impreso, en el caso de los periódicos) a **multimedia** debido al perfil convergente de Internet.

La convergencia en Internet es uno de los fenómenos de mayor implicación para los periodistas, pues al dominio de la escritura alfabética se le suma la edición de imagen, de audio, la animación multimedia, el diseño de interfaz funcional y en algunos casos la programación en lenguajes de computación. Pues, “aunque no esté clara la forma narrativa ideal en Internet, que mezcle texto, fotos, audio, video, etc., si esta claro que la audiencia va a esperar eso del periodismo. Y hay que empezar a prepararse para ello lo antes posible, ya que significa un enorme cambio en la cultura y en el carácter del periodismo”

Por otra parte, Calmon destaca el cambio de industria a servicio como una transformación profunda. “Uno de los retos más importantes de los medios tradicionales es adaptarse a nuevos paradigmas. El periódico deja de ser apenas aquel paquete cerrado producido por una línea industrial del siglo XX a cada ciclo de 24 horas, y pasa a ser un continuo proveedor de información 24 horas por día, siete días a la semana. Ese es un cambio fundamental en la transición que los periódicos atraviesan hoy, ante la necesidad de adoptar en Internet una arquitectura orientada al servicio (*SOA – Service Oriented Architecture*). Este cambio de paradigma impone muchos cambios en la rutina de la producción periodística; por ejemplo, no se debe tomar en cuenta apenas el día de la publicación de noticias en Internet, sino también la hora, aunque periódicos en línea sigan ignorándolo: no poner la hora de publicación de una nota en Internet es como imprimir un diario omi-

tiendo el día y revelando apenas el mes. La misma evaluación que se hacía una vez por día para decidir que una nota esta lista para publicar, ahora puede repetirse varias veces por día. La dinámica del periodismo digital es bastante diferente de la que se tenía en el periódico o en los demás medios de comunicación de masa”.

Otro fenómeno digital es el desarrollo de la blogósfera, que acaso los periodistas vean como oportunidad de ejercer su oficio sin ejercer la doctrina, pero que también los periódicos miran como oportunidad de negocios. Calmon señala: “Primero, el periodismo tradicional vio al fenómeno de los blogs con menosprecio, después pasó a temerlos, como si representara una competencia, finalmente, muchos medios tradicionales parecen entender el significado de los blogs y pasan a adoptarlos. Así, por ejemplo, todas las noticias del WashingtonPost.com muestran vínculos (links) automáticos con los blogs que la citan, muchos periódicos estimulan a sus periodistas a tener blogs en el sitio del periódico, adaptando la dinámica y el estilo de los blogs a los criterios periodísticos y muchos otros periódicos abrigan en sus sitios blogs de sus lectores. Esos periódicos ya entendieron que Internet abrió camino a una gigantesca conversación y no quieren correr el riesgo de quedarse fuera de ella. Paralelamente, se fortalece otro fenómeno: el periodismo participativo/ciudadano o de bases, aunque no siempre sea realmente periodismo, posea otras estrategias retóricas y obedezca a un propósito comunicacional completamente diferente al industrial. Así pues, ya hay proyectos periodísticos en la Web combinados con una versión impresa están siendo lanzados con base *usergen* (*user generated content* o contenido generado por usuarios). Y esta evidencia lleva a reconocer que ‘La gran conversación’ no sustituye, ni debilita el periodismo, sino que lo fortalece”.

Así, la imagen del futuro -más bien próximo- de las redacciones pareciera ser muy diferente a como han sido hasta ahora: virtuales, con mucha gente conectada desde el ciberespacio y es posible que sí lo veamos.

■ **Carlos Delgado Flores es comunicador social, maestrante en comunicación para el desarrollo social en la UCAB. Editor de la revista *Comunicación*.**

COMPETENCIAS DEL PERIODISTA EN LA EMPRESA PERIODÍSTICA CONTEMPORÁNEA

Competencias profesionales
Criterio noticioso
Tratamiento de la fuente
Manejo eficaz de Internet como fuente
Responsabilidad frente a la información
Responsabilidad frente al editor
Responsabilidad frente a las audiencias
Comprensión de las lógicas del mercadeo y su incidencia en el negocio periodístico
Comprensión de lo multimedia y del hipertexto
Competencias tecnológicas
Manejo de Software, Hardware y Netware
Formatos prediseñados
Producción en formatos multimedia (video, audio, animación)
Digitalización de material
Hipervinculación e indexación
Manejo de bases de datos
Competencias como intelectual orgánico
Conciencia moral frente a terceros
¿A qué ideas (o ideologías) está suscrito?
Posición frente a la Modernidad, los modelos de desarrollo, la Globalización y la doctrina de Derechos Humanos

Citas

- 1 Semiosfera es un concepto acuñado por Iuri Lotman para definir el “espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis”, en el cual “los sistemas signícos funcionan estando sumergidos en un *continuum* semiótico, completamente ocupado por formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan en diversos niveles de organización.· Ello implica que la semiósfera abarque toda la esfera de producción y reproducción cultural, en la cual el lenguaje en cuanto conjunto de formaciones semióticas precede al lenguaje aislado particular y es una condición de la existencia de éste último” (1996: 21 – 35) Este concepto puede relacionarse con el sensorium benjaminiano, en una relación de continente/contenido
- 2 Como se sostiene a lo largo de este texto, el periodismo es hijo de la Modernidad, pero ello no quiere decir que en el contexto actual el periodismo digital, en la medida en que supone rupturas o críticas con lógicas tradicionales reproducción y reproducción de sentido supongan la emergencia de un periodismo postmoderno, más vinculado al pensamiento de síntomas de la crisis de la modernidad, que a la subsistencia de la misma como proyecto civiliza torio. Pero esto aún es una hipótesis.

Referencias bibliográficas y documentales

- BOBBIO, Norberto (1998) *La duda y la elección: intelectuales y poder en la sociedad contemporánea*. Paidós, España.
- CALMON ALVES, Rosental (2006) *El diario en transición: de producto a servicio; de monomedia a multimedia* Ponencia presentada en la reunión de medio de año de la Sociedad Interamericana de Prensa, Quito, Ecuador. Mimeografiado
- CROVI DRUETTA Delia (2002) *Periodistas de un nuevo siglo* en: Maldonado Reynoso, Norma Patricia (Coordinadora), Horizontes comunicativos de México. Estudios críticos. Editado por AMIC, México.
- FOUCAULT, Michel (1970) *La arqueología del saber*. Primera edición en español, Siglo XXI editores, México.
- LOTMAN, Iuri M. (1996) *La semiósfera, I. Semiótica de la cultura y del texto*. Editorial Cátedra, Madrid.
- ORTEGA, Felix y HUMANES María Luisa (2000) *Algo más que periodistas, sociología de una profesión*. Editorial Ariel, Barcelona, España.
- WEBER, Max (1918) *El político y el científico*, Alianza Editorial, Madrid, 1984, 8a. edición.