

# Los desafíos del periodismo en el Siglo XXI o la selección darwiniana

> Víctor Manuel Ulín Hernández\*

6  
Cinzontle

La preocupación del periodismo y de los periodistas hoy ya no es cómo afrontar desde el quehacer la irrupción vertiginosa de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) que tiene en Internet su más emblemática expresión, sino cómo usarlas y apropiarse de las mismas, inteligentemente, en una era que redefinió la concepción del tiempo y del espacio y que está construyendo un nuevo sujeto social que demanda otro tipo de contenido periodístico al que se le viene ofreciendo.

Presenciamos una reactualización de la visión darwinista, que apunta hacia la capacidad de los medios masivos de comunicación para incorporar las nuevas tecnologías de la información que les permita competir periodísticamente para al menos mantenerse o, caso contrario, desaparecer.

El desafío para los empresarios de los medios de comunicación y los profesionales del periodismo implica una revisión y reflexión seria y comprometida de lo que se está haciendo, lo que se dejó de hacer y lo que se tiene que hacer desde los contenidos para mantener y acrecentar los lectores, las audiencias y los telespectadores e incorporar cada vez más al nuevo actor que,

precisamente, está moviendo y provocando cambios sustanciales en el quehacer: los “cibernautas”, que se están convirtiendo en los principales consumidores de los productos periodísticos en el Internet.

¿El nuevo escenario obligará a una selección darwiniana del periodismo y sólo quedarán aquellos medios que logren responder con éxito a las nuevas exigencias que la dinámica de las TIC está planteando como una nueva plataforma para potenciar lo que se venía haciendo desde los espacios tradicionales de comunicación?

En el centro de los nuevos desafíos que aseguren la supervivencia de los medios tradicionales, en particular la prensa escrita, aparece la necesidad de repensar el periodismo, sus funciones y los fines que debe perseguir desde los medios.

Hay entre los periodistas preocupados por su futuro un consenso generalizado sobre los caminos que debe transitar o recorrer el periodismo para afrontar los nuevos retos que el Internet, por ejemplo, está planteando de manera emergente.

“No son las tecnologías, ni los periodistas, ni las técnicas los elementos que definen al periodismo (...). Lo que define los principios y

el propósito del periodismo es algo más básico: la función que desempeña la información en la vida de todo ciudadano” (Kovach, 2003: 24).

Hay, igualmente, la coincidencia de que el periodismo del Siglo XXI debe volver al ciudadano del que se ha venido alejando cada vez más y que también ha desamparado y dejado indefenso ante la embestida de quienes ejercen el poder político y económico.

Kovach ha enfatizado precisamente la necesidad de que el periodismo vuelva hacer comunidad y democracia, desde la perspectiva y el interés ciudadano, y no de una clase política y gobernante que ocupa todos los espacios en los medios sólo para reproducir opiniones, declaraciones y multiplicar sus intereses que las más de las veces no son los mismos que la de sus “representados”.

Porque a pesar de lo que ha cambiado el rostro del periodismo, su objetivo ha permanecido inalterable—aunque no siempre le hayamos sido fieles— desde que hace ya más de trescientos años surgiera una noción de lo que es “la prensa”. Y pese a que la rapidez, las técnicas y el carácter de los medios de información han cambiado, existen ya una teoría y una filosofía de la in-

\* Profesor investigador de la UJAT. Estudiante de la maestría en Periodismo Político por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.



*Sin título*, de la serie Mercado de Comalcalco, 2010.

formación muy definidas que surgen de la función que desempeñan las noticias.

El propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos (Kovach, 2003:24).

Si el periodismo en su origen y esencia ha mantenido su objetivo, la necesidad del ciudadano de informarse para tomar decisiones en su vida cotidiana, igual permanece inalterable en la medida en que la información hoy, incluso, es mucho más vital para tomar decisiones que transforman su vida, la de los otros y su propio entorno.

¿Qué hacer entonces para que el periodista mantenga y conquiste el Internet?

No hay duda de que el ciudadano se siente cada vez más lejano y ajeno del periodismo y de los periodistas que asumen un rol distinto en su desempeño, como en lo que hacen al momento de redactar una noticia que además de no ser atractiva es reiterativa, considerando que los medios audiovisuales posibilitan que lo que sucedió se conozca al instante y tan sólo unos minutos

después deje de ser relevante para quien la conozca e intrascendente para el lector que al siguiente día abre los periódicos.

“La gran respuesta del periodismo escrito contemporáneo al desafío de los medios audiovisuales es descubrir, donde antes había sólo un hecho, al ser humano que está detrás de ese hecho, a la persona de carne y hueso afectada por los vientos de la realidad. La noticia ha dejado de ser objetiva para volverse individual. O mejor dicho: las noticias mejor contadas son aquellas que revelan, a través de la experiencia de una sola persona, todo lo que hace falta saber” (Eloy, 1997: 2).

En efecto, al maestro Tomás Eloy Martínez le asiste la razón cuando afirma que es contando historias como los medios impresos, pero también los audiovisuales, podrían rescatar el periodismo y, al mismo tiempo, al periodista que se ha extraviado también en el camino reduciendo su profesión a un mero redactor de notas no siempre bien escritas.

“La gente se pregunta a menudo sobre el papel que desempeñan los periodistas. No obstante, los

periodistas están en vías de extinción. El sistema ya no quiere más periodistas. En este momento, puede funcionar sin ellos o, digamos, con periodistas reducidos a meros obreros de una cadena de montaje, como Charlot en la película “Tiempos modernos”, es decir, meros trabajadores que hacen retoques en los partes de agencia. Es necesario ver lo que son las redacciones actuales, tanto en los periódicos como en las radios y las televisiones. La gente conoce a los periodistas famosos que presentan los telediarios de la noche, pero detrás de ellos se esconden miles de periodistas que, sin embargo, son los que alimentan la maquinaria. La calidad del trabajo de los periodistas se encuentra en regresión, al igual que su estatus social. Se está produciendo una taylorización del trabajo de los periodistas. En nuestro tiempo, el periodista está en vías de desaparición. Pienso que es un tema de actualidad y todos somos conscientes de que lo que se está produciendo hoy en día, especialmente en el ámbito de las nuevas tecnologías, concierne directamente a esta profesión” (Ramonet, S.A: 1).

El vaticinio de Ramonet no es, aunque pareciera, pesimista: es un diagnóstico real de lo que está sucediendo con el periodismo y el periodista que puede corroborarse en las redacciones de los periódicos, particularmente de México y de países de América Latina en contraste con lo que están haciendo ya algunos medios en Europa (El país, en España,) o en los Estados Unidos (The New York Times).

Para un periodista consumado y un exitoso escritor como Gabriel García Márquez, el periodismo y el periodista tienen todavía un futuro optimista si deja de hacer lo que está haciendo y regresa a sus orígenes, pero más todavía: a que desde las aulas, los miles de jóvenes recuperen la pasión y vocación por la profesión que ha venido a menos.

“Tal vez el infortunio de las fa-



*Sin título*, de la serie Mercado de Comalcalco, 2010.

## 8 Cinzontle

cultades 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. El objetivo final debería ser el retorno al sistema primario de enseñanza mediante talleres prácticos en pequeños grupos, con un aprovechamiento crítico de las experiencias históricas, y en su marco original de servicio público. Es decir: rescatar para el aprendizaje el espíritu de la tertulia de las cinco de la tarde” (García, 2005: 2). El señalamiento del Premio Nobel de Literatura recupera la vigencia

aún cuando su propuesta fue pronunciada en octubre de 1996 durante un discurso en la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa.

No únicamente desde las redacciones, en su caso, sino desde las mismas universidades el periodismo debe repensarse para superar los desafíos y los retos que la irrupción de las TIC está imponiendo a los medios y a una profesión ¿en crisis?

La revisión de los planes de estudios de las carreras de comunicación y periodismo se hace indispensable para redefinir el perfil del joven que se está formando para los medios y el periodismo del siglo XXI y que no está, por ahora, respondiendo a las expectativas de la profesión ni de los principales sensores: los ciudadanos.

“Tengo plena certeza de que el periodismo que haremos en el siglo XXI será mejor aún del que estamos haciendo ahora y, por supuesto, aún mejor del que nuestros padres fundadores hacían a comienzos de este siglo que se desvanece. Indagar, investigar, preguntar e informar son los grandes desafíos de

siempre. El nuevo desafío es cómo hacerlo a través de relatos memorables, en los que el destino de un solo hombre o de unos pocos hombres permita reflejar el destino de muchos o de todos. Hemos aprendido a construir un periodismo que no se parece a ningún otro. En este continente estamos escribiendo, sin la menor duda, el mejor periodismo que jamás se ha hecho. Ahora pongamos nuestra palabra de pie para fortalecerlo y enriquecerlo” (Eloy, 1997:7).

Lo que depara en el siglo XXI no es solo un asunto que compete a las universidades y a los mismos periodistas, sino también a los dueños de los medios de comunicación que tienen que entender que el periodismo no está peleado con el negocio y que, por supuesto, la verdad y la credibilidad puede convertirse en uno más rentable.

En esta feroz dinámica y competencia que el sistema produce y que los medios replican, ni el periodismo ni el periodista pueden renunciar a su naturaleza ni a su compromiso consigo mismo y la sociedad, por más aciago o pesimista que se advierta su futuro.

Lo que sí, es que habrán de sobrevivir sólo los medios que entiendan los nuevos tiempos del periodismo. La selección natural darwiniana, de hecho, está en proceso.

### BIBLIOGRAFÍA

- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. (2003). *Los Elementos del periodismo*, Ed. El País, Madrid. Págs. 284.
- Eloy Martínez, Tomás. (1997). “Retos y Desafíos del Periodismo en el Siglo XXI”, recuperado el 20 de agosto del 2011 en <http://local.fnpi.org:8990/download/periodismo.pdf>
- García Márquez, Gabriel, (2005). “El Mejor Oficio del Mundo”, Revista Etcétera, recuperado el 20 de agosto de 2011 en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=584&pag=2>
- Ramonet, Ignacio. *El periodismo del nuevo siglo*. S.A, S.E.