



Prólogo

Viejo periodismo, nuevos periodistas: entre el feudalismo digital y el diletantismo social

CARLOS ELÍAS (Universidad de Carlos III de Madrid)

VIEJO PERIODISMO, NUEVOS PERIODISTAS es un título arriesgado para analizar si el periodismo y los periodistas sobrevivirán a la revolución tecnológica que implica el entorno digital. Es extraordinario –y sintomático– que este libro surja de las ponencias de un congreso académico. No me imagino a los expertos en física cuántica o en historia medieval hablando sobre la profesión de físico o historiador en sus respectivos congresos. Sin embargo, nuestra disciplina no nació en la academia, sino en las redacciones, los estudios y los platós. De ahí que casi nos interese más lo que ocurre en la profesión (incluida en la empresa privada) que los avances en la disciplina académica, algo inaudito en otros ámbitos universitarios.

El objetivo del periodismo, como profesión, siempre se ha sido la búsqueda de la verdad, pero, en estos momentos, resulta muy difícil –y, sobre todo, caro– apostar por ella. ¿Sustituirán los académicos –incluidos los de periodismo– a los periodistas en la búsqueda y publicación de la verdad? Es difícil saberlo, pero lo curioso es que mientras en otras áreas –los economistas, sociólogos, físicos o historiadores– están encantados con que desaparezca el periodismo

tradicional, para sustituir ellos mismos a los periodistas, en nuestro ámbito académico nos revolvemos contra la posibilidad de que haya pasado el tiempo en que alguien pudiera ganarse la vida como periodista. ¿Los economistas, los físicos o los historiadores que trabajan en la universidad son economistas, físicos e historiadores de profesión? Creo que todo el mundo está de acuerdo en que una parte importante de esas profesiones se ejerce en la universidad. ¿Y los académicos del periodismo hacemos –haremos– periodismo y sustituiremos –sustituimos– a los que están en las redacciones? Esta es la desconcertante pregunta que no queremos responder, porque nos da la impresión de traicionar nuestros principios fundacionales como disciplina.

En un entorno en el que estamos sobreinformados (aunque no necesariamente bien informados), los modelos de negocio sobre los que se ha basado la información periodística en el siglo XX carecen de sentido. La crisis económica y una historia previa de manipulación política a favor de los gobiernos de turno han lastrado la credibilidad y solvencia que los medios públicos poseían cuando las audiencias eran ingenuas. Si se promoviera una consulta popular respecto a dónde invertir el escaso dinero público que manejarán los estados occidentales –“en una televisión o en más hospitales”– ganarían los médicos por una abrumadora mayoría (por cierto, cada vez más envejecida y descreída en Occidente).

Sin iniciativa pública ni privada que apueste por ella y sin una opinión pública implicada para que el periodismo sobreviva, la profesión de periodista, definida como aquella donde alguien puede vivir exclusivamente del periodismo, está en franca retirada. A esta coyuntura desfavorable, se le suma el peor de sus males, definido magistralmente por el escritor y periodista Mark Twain: “Hacer periodismo es más divertido que no trabajar”. Por mucho que retrocedan las condiciones laborales, nunca habrá basureros, carniceros o cajeras de supermercado que no cobren; pero siempre habrá gente –jóvenes y no tan jóvenes– dispuesta a trabajar de periodista, pero que pueda permitirse no cobrar e, incluso –como sucede en los máster de los medios– pagar por trabajar. Ésa es la gran tragedia de la profesión. Sucede en otros ámbitos del conocimiento –¿cuántos hacen una tesis sin cobrar?–; pero si esto ya existía, el entorno digital y su filosofía hacker, de que toda información debe ser

gratuita y que todos debemos colaborar *—pour l’amour de l’art—* para construir el conocimiento *—la inteligencia colectiva de Pierre Levy—* le ha dado la estocada mortal a una profesión con la que algunos, en el siglo XX y comienzos de este XXI, vivimos dignamente.

Feudalismo digital y modelo Huffington

¿Puede considerarse profesión *—u oficio—* algo que se ejerce sin remuneración? No. Desde el punto de vista laboral, eso sólo puede definirse de dos formas: esclavitud o diletantismo. Respecto a la esclavitud, emerge lo que muchos llamamos feudalismo digital respecto a la profesión periodística. Anthony de Rosa, gerente de productos de la agencia de noticias Reuters, señala que las tecnologías implementadas por el entorno digital tienen un enorme poder de seducción y que nos inducen a colaborar gratuitamente sin que ni siquiera nos demos cuenta. “Dócilmente proveemos de contenidos que permiten a otros tener enormes ganancias (Carr, 2011)”. Pero lo más relevante *—y descorazonador—* es que esta queja la hacía desde el sitio de blogs gratuitos *Tumblr*.

En el feudalismo, los siervos no percibían un salario por su trabajo: lo realizaban gratis a cambio de la protección del señor feudal frente a posibles riesgos (ataques de otros ejércitos, bandidos, etc.). Ahora es igual: se trabaja de forma gratuita a cambio de la visibilidad y audiencia que permiten las emergentes granjas de contenidos, agregadores de blogs o la Red en general. Al igual que el señor feudal, los dueños de los cibercastillos (las granjas de contenidos, agregadores de blogs, etc.) se llevan todos los beneficios y no los comparten con sus siervos. En la conferencia mundial *PaidContent*, organizada en marzo de 2011 en Nueva York, Ariadna Huffington, fundadora el modelo *The Huffington Post*, que PRISA quiere implantar en España, sostuvo que los blogueros deberían alegrarse de trabajar gratuitamente ya que, afirmó, “la expresión personal se ha convertido en una increíble fuente de realización para la gente¹”

Obviamente esto no ocurre solo en el periodismo, sino que es una característica del nuevo entorno en la Red. Cuando incorporamos nuestro perfil en *Facebook* o *LinkedIn*, estamos trabajando de forma gratuita, ofreciendo nuestros datos más íntimos, para que estas

¹ Palabras reproducidas por *La Correspondence de la Presse* (7-03-2011).

compañías hagan negocio con ellos sin que a nosotros nos retribuyan. Lo hacemos por la visibilidad. Aunque, obviamente, es mucho más trabajoso alimentar diariamente un blog que actualizar *LinkedIn*.

Frente a lo que pueda pensarse, estos redactores/blogueros, que trabajan de forma gratuita, no tienen por qué ser malos; es más, en muchas ocasiones son muy brillantes. Mayhill Fowler era una de ellas: publicaba en *The Huffington Post* sus magníficos reportajes sobre “esos estadounidenses pobres que se aferran a sus fusiles y su religión” en referencia a los comentarios de Obama, a quien ayudó en su campaña con estos artículos.

Tras las elecciones, durante 2009 y 2010 escribió numerosos *posts* sobre relaciones políticas donde aparecían muchas fuentes con las que ella hablaba personalmente. Dos veces estuvo nominada al Premio Pulitzer, escribió más de un centenar de reportajes y jamás logró ser remunerada. En septiembre de 2010 escribió una entrada en su web titulada “¿Por qué dejé *The Huffington Post*?”², donde, básicamente, se quejaba de que enviaba mails a la directora y sus subordinados pidiendo que le pagaran algo y que ellos nunca contestaron. El caso de su renuncia apareció en los medios y, entonces, uno de los responsables del *Huffington* declaró: “¿Cómo se puede renunciar a un puesto que nunca se ocupó?”.

Como señala el sociólogo Rodney Benson, profesor de la Universidad de Nueva York, “este modelo de periodismo deja desde luego un lugar inédito a las ideas progresistas, pero promueve una organización del trabajo que participa de una feudalización más amplia del orden social y económico de Estados Unidos.” (Benson, 2011).

Chris Hedges, ex corresponsal de *The New York Times*, escribía en la web en un artículo titulado “El saqueo de Huffington”: “Cualquiera que sea la ideología profesada, la gente que utiliza a los trabajadores de este modo, obteniendo ganancias tan gigantescas, evidentemente forma parte de la clase de los explotadores. Relean a Marx. Son los enemigos de los trabajadores.” (Hedges, 2011).

² <http://www.mayhillfowler.com/politics/why-i-left-the-huffington-post/>
(consultado, mayo 2011)

Los diletantes como nuevos periodistas

Aunque pueda estar de acuerdo con Hedges, desde mi punto de vista el problema es que la Red ha modificado la profesión: ya no se podrá vivir sólo del oficio de periodista, como en el siglo XX. La información procederá de los blogs de los expertos: el blog del Premio Nobel de Economía Paul Krugman tiene más audiencia y es más respetado que la mayoría de los medios tradicionales; o divulgadores: los blogs de los científicos de la NASA están sustituyendo al periodismo tradicional (Elías, 2010). Estos blogueros –¿periodistas?– informan a la opinión pública de forma gratuita porque tienen otras vías de supervivencia (la universidad, los centros de investigación, las empresas, la banca, el cine...). Es decir, serán diletantes respecto al periodismo. Resulta difícil y cruel afirmar esto, cuando se es académico y se trabaja en la universidad formando a alumnos que piensan –ingenuamente– que se podrán ganar la vida con la profesión de periodista. Pero, aunque nuestro corazón quiera pensar que se podrá vivir de ello, la razón y, sobre todo, los hechos, me indican que habrá periodismo, pero los nuevos periodistas no serán como los que se formaban en el cada día más lejano siglo XX.

Los nuevos periodistas no sólo serán profesionales remunerados por otras actividades como he comentado, sino que también pueden provenir de otro tipo de diletantes, aquellos que proceden de elites económicas que no necesitan recibir un salario por su trabajo. En España, por ejemplo, muchos prejubilados de Televisión Española u otros medios tienen su blog informativo e, incluso, han fundado periódicos digitales que apenas dan dinero, pero les otorga poder y los mantiene visibles. Blogs como los de Isabel Paz (prejubilada de TVE) o webs como *diariocritico.com* (Fernando Jáuregui), *Periodistadigital* (Alfonso Rojo) o *elplural.com* (Enric Sopena) se mantienen porque sus autores pueden trabajar gratis porque no viven de ello, sino de su pensión o sus indemnizaciones cuando dejaron los medios tradicionales (o de ambas). Reúnen una mezcla imbatible: un gran oficio –producto de su gran experiencia en el periodismo tradicional– y la vida resuelta desde el punto de vista económico. Imposible competir. En el otro extremo están esos “niños bien” –que por ser ricos no tienen por qué ser tontos; es más, algunos son muy brillantes– que ven en el trabajo gratuito como periodistas una forma de realización personal o/y de reconocimiento

social. Solo así se entiende que aguanten años trabajando de forma gratuita en los medios. Es el diletantismo que ya practicaron sus antepasados cuando editaban revistas –o realizaban experimentos científicos– gracias a que no tenían que trabajar porque vivían de las rentas de la tierra o del capital.

La publicación –e interpretación posterior– en 2006 del informe de la prestigiosa *Sutton Trust Foundation* sobre la formación universitaria de los 100 periodistas británicos considerados “más influyentes” ese año provocó un fuerte impacto en el Reino Unido: el 56% de los que tenían titulación universitaria pertenecía al ámbito *Oxbridge*; es decir, licenciados en las elitistas universidades de Oxford o Cambridge, donde la titulación de grado en periodismo o *media studies* jamás ha existido y donde se niegan a impartirla. El porcentaje aumentaba considerablemente si se ampliaba a los exclusivos *colleges* de la Universidad de Londres –*University College, Imperial College, London School of Economics*– donde tampoco se imparte la titulación y son igualmente selectivos –académica y económicamente–. Pero el hecho más relevante era que frente a la generalización de la educación –e, incluso de los estudios de periodismo en otras universidades británicas menos selectas–, si ese porcentaje se mantenía y era tan elevado, podía atribuirse a que solos los hijos de las élites económicas pueden permitirse largos periodos de trabajar sin cobrar, cada vez más necesarios para alcanzar la cúspide. Las élites estarían encantadas de que sus retoños dominaran los medios. A cambio, estaban dispuestos a mantenerlos aunque no cobraran. Sería interesante saber cuántos periodistas españoles proceden de la escuela pública y si ese porcentaje ha aumentado o disminuido con el tiempo.

Que puedan permitirse trabajar sin cobrar no implica que su trabajo sea de mala calidad. Repito: no debe olvidarse que actividades como la ciencia o el periodismo las iniciaron los aristócratas, en su tiempo libre, sin pretender remuneración alguna por ello. Era un pasatiempo de caballeros, como describen los historiadores el inicio de la ciencia moderna, pero no por ello fue de peor calidad que la profesional actual. Pocos químicos profesionales actuales igualan los logros del aristócrata francés Lavoisier –guillotinado en la Revolución– o escasos físicos lo que consiguió el noble danés Tycho Brahe. Que fuera injusto desde el punto de vista social, no implica que no fuera provechoso desde punto de vista científico. Lo mismo

puede estar sucediendo ahora. Según los últimos datos de la *Pew Foundation*, que se dedica a analizar el estado del periodismo en EEUU, de 2000 a 2010 fueron despedidos más de un tercio de los periodistas profesionales estadounidenses, diez mil de ellos solo en los últimos tres años. Muchos de ellos escriben sus blogs de forma gratuita, hasta que se cansen y sean reemplazados por otros.

La información siempre será importante. Necesitaremos gente que nos cuente historias y nos contextualice los datos y los hechos. La clave está en saber si la profesionalización que se inició a finales del XIX y principios del XX –en 1912 se funda la escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia– fue la mejor opción o la propuesta que hay que mantener. Siendo honestos, nada indica que la ciencia o el periodismo del XVIII o el XIX fuera peor que el del XX, pues en el XVIII no estaba tan sometido a criterios empresariales ni tenía la intención de ejercer de poder en sí mismo. Las revistas eran sufragadas por la aristocracia y la alta burguesía y sus miembros, en su tiempo libre, escribían en ellas. El beneficio económico no fue importante hasta que se inició la prensa de masas en Estados Unidos a finales del XIX con un propietario empresario que veía la información como un bien de consumo.

José Zepeda, director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland, considera que, por ejemplo, los medios tradicionales han hecho mucho daño a la política y la sociedad latinoamericana: “Presiones por la agenda pública, uso indebido de los hechos para atacar políticamente a gobernantes indeseados, apoyo indisimulado a asonadas golpistas, silencio sobre actividades exitosas o información destinada a restar toda relevancia a las gestiones positivas. Manipulación para exagerar defectos, campañas de desprestigio personal y colectivo”. (Zepeda, 2011). Y añade: “Los medios de comunicación se sienten poseedores de una autoridad que excede en demasía sus funciones. Su principal defensa es la libertad de prensa, derecho transformado en la panacea que cura males diversos”.

Habrà que ver cómo evoluciona el nuevo entorno cibernético. Lo más preocupante, para los que aún anhelamos a los viejos periodistas que vivían de ello, es que una parte importante de la sociedad vería con buenos ojos que los medios tradicionales perdieran el poder e influencia del que gozaron en el siglo XX. El

desprestigio que tienen –al cual muchas veces contribuimos los académicos con nuestros terribles artículos sobre cómo funciona el periodismo– ha alimentado un espíritu de liberación respecto a los medios tradicionales e, incluso, un ansia por que desaparezcan. Basta observar cómo arremeten contra ellos poderes emergentes en el ciberespacio, como Julian Assange, fundador de WikiLeaks y sus seguidores de *Anonymus*. Reclaman que sea la sociedad civil y, sobre todo, los expertos quienes analicen qué sucede en el mundo y por qué. Aunque nos pese a los periodistas que procedemos del oficio –y que en una parte de nuestra vida vivimos dignamente de él–, muchos creen que es el momento de economistas, científicos, cineastas, literatos, historiadores, filósofos, sociólogos o politólogos en los medios de comunicación de masas: tanto en papel (los pocos de prestigio que sobrevivan) como en la Red. Nos toca a los académicos averiguar si lo hacen mejor que los medios periodísticos –que no de comunicación– tradicionales ya en extinción.

Del periodista *anfíbio* a los investigadores “mediológicos”

A partir de estas páginas, el lector se adentrará en investigaciones y reflexiones sobre la profesión periodística elaboradas por académicos, muchos de los cuales también han sido periodistas. La profesora María Gómez, de la Universidad de Zaragoza, analiza las nuevas formas de la profesión periodística y recuerda que las denominaciones adoptadas son significativas *per se*. Recuerda que, aproximadamente, durante las tres décadas que van de 1975 a 2005, los periodistas debían ser “todo-terreno”, es decir, se exigiría de ellos grandes habilidades “en tierra”, tal como la metáfora de “todo-terreno” propone. A partir de este momento (2005-2012), según María Gómez, se ha requerido la aparición de los denominados “anfíbios”. El término, acuñado, o al menos dado a conocer, por Arianna Huffington, establece que la industria de los medios atraviesa su Era Amphibia, donde conviven modelos y prácticas del ‘viejo’ y ‘nuevo’ orden. Huffington añade que “cuando contratamos a periodistas tradicionales en Estados Unidos, nos aseguramos de que sean lo que llamamos anfíbios, que pueden andar en tierra y nadar en el mar. Necesitamos ese tipo de periodistas anfíbios para el futuro, porque queremos que abracen por un lado las grandes tradiciones del

periodismo clásico, en cuanto a precisión, comprobación, ecuanimidad, búsqueda de la verdad o impacto informativo, y al mismo tiempo nos sentimos muy cómodos con las nuevas reglas del camino, el tiempo real, la tecnología que nos permite interactuar o la participación de los lectores. Y no todo el mundo está preparado para ambas facetas”.

Los profesores Miguel Túnñez y José Sixto, ambos de la Universidad de Santiago de Compostela, nos muestran una interesante radiografía del periodismo gallego, en la que destaca que un 19,02% de los periodistas está en el paro y un 41,3% estuvo en el paro en algún momento de los últimos cinco años. De ellos, el 24,38% asegura estar o haber estado menos de un año, mientras que el 8,87% dice que entre uno y dos años. Los datos recogidos sirven también para identificar el conjunto de empresas de comunicación que operan en Galicia. El panorama describe la presencia de un gran número de periódicos locales y el importante papel que juega medios públicos, como la Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG). Pero, además, según su análisis, la prensa sigue siendo el soporte que más periodistas emplea en Galicia, aunque los gabinetes y la televisión dan trabajo prácticamente al mismo número de periodistas, acercándose cada vez más a la prensa. ¿Qué pasará cuando desaparezca la prensa de papel y los gallegos decidan que no quieren financiar más medios públicos?

Sergio Alguacil, de la Universidad Alfonso X el Sabio, analiza el ciberperiodismo y se pregunta si los periodistas están atrapados en la Red. Concluye que los perfiles profesionales de los cibermedios responden a un objetivo de polivalencia y multifunción para atender al nuevo “escenario multisoporte” de los medios y al nuevo escenario de la digitalización de los sistemas de producción. Añade que los perfiles profesionales y la definición de categorías profesionales no han evolucionando al ritmo de las TICs, los nuevos formatos o las posibilidades de los nuevos soportes de distribución y consumo de los contenidos.

La profesora María Yolanda Martínez Solana, de la Universidad Complutense de Madrid, se plantea la profesión de periodista también como relaciones públicas (que es como se denomina en los países anglosajones a quienes trabajan en gabinetes de prensa). Y sostiene, respaldándose en una cita de Benito Berceuelo, que hasta

ahora los periodistas han estado más ocupados en debatir si los que ejercen su labor fuera de los medios son verdaderos periodistas, que en luchar para conseguir que los responsables de comunicación en empresas o instituciones sean los periodistas como profesionales más cualificados.

Alfonso de la Quintana, profesor de la Universidad Rey Juan Carlos, reflexiona sobre el papel de los becarios en las empresas periodísticas. Subraya que si este planteamiento siempre ha sido difícil, ahora, con el panorama de crisis que vivimos, lo será más. Asume que para la mayoría de los alumnos de Periodismo, el primer paso, si se quiere formar parte de la plantilla de una empresa periodística, es ser becario. Tras su análisis, el profesor De la Quintana concluye que “se nota que no hay diferencia entre las funciones del alumno becario y el trabajador”. Sin embargo, es optimista: “No debe interpretarse como dato negativo, ya que se puede entender que el alumno va asumiendo responsabilidades durante su periodo de prácticas”.

La segunda parte del libro analiza la formación que debe tener el periodista del futuro. En este contexto, las profesoras Estrella Martínez Rodrigo y Lourdes Sánchez Martín, ambas de la Universidad de Granada, revisan las competencias europeas del profesional de la comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Sostienen que en los últimos años han surgido nuevas vías profesionales, que serían impensables sin Internet. Por tanto, recuerdan en su capítulo, las competencias profesionales en el EEES deben estar abiertas a un continuo cambio e integración del desarrollo de la red, aportándole a los futuros profesionales los conocimientos necesarios para su integración laboral.

Los profesores Jesús Miguel Flores (Universidad Complutense), Fátima Martínez (Universidad San Pablo CEU, que se halla de estancia en la Universidad de Texas) y Francisco Cabezuelo (Universidad San Pablo CEU) estudian en su capítulo cómo se integra el conocimiento de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en las facultades de comunicación. Concluyen con una nueva realidad que añade incertidumbre a la vieja profesión: “La evolución actual nos sitúa en un contexto en el que todo el mundo con acceso a Internet es capaz de convertirse en emisor y lanzar su mensaje a todo el mundo. Todos pueden ser capaces de producir contenidos

informativos o de entretenimiento, lo cual es a su vez una amenaza u oportunidad para los auténticos profesionales de la comunicación: los periodistas”.

Y, por último, *Ciro Hernández*, investigador de la Universidad de La Laguna, estudia la evolución de las teorías e investigaciones que él denomina “mediológicas” y sostiene que los investigadores “mediológicos” deben tomar conciencia de la profunda relación existente entre la estructura social, las características del público y el efecto que los mensajes informativos puedan llegar a provocar en él. *Hernández* considera que todo esto determina la necesidad de considerar las exigencias del público, antes que las de los emisores de los mensajes informativos, para lograr el éxito en la comunicación.

En general, todo este libro reflexiona sobre hacia dónde va, qué es y en qué se convertirá el viejo oficio periodístico en el nuevo entorno digital.

La Universidad de Columbia, la primera en proponer estos estudios, acaba de sacar el doble grado Informática-Periodismo. Es decir, no sólo habrá que controlar los contenidos sino la propia programación informática a través de un profundo conocimiento de cómo construir algoritmos informáticos. Nunca literatura y matemáticas han estado tan unidas como ahora.

Quien suscribe este prólogo también ha sugerido a su universidad a que organice el doble grado Ingeniería Informática-Periodismo.

Julian Assange, el fundador de *WikiLeaks*, es un físico e ingeniero informático, pero muchos lo consideran un periodista que usó la ingeniería para acceder a información que las fuentes querían ocultar: nada más y nada menos que lo que hacía el viejo oficio periodístico que, parece, ahora también necesita de conocimientos de matemáticas y programación para sobrevivir.

Cuando las fuentes, a través de sus webs y sus relaciones públicas, tienen tanto poder mediático como los medios de comunicación tradicionales, sólo la técnica hacker puede penetrar en aquella información relevante que nos quieren ocultar, que es la

esencia del periodismo. Los estudios universitarios tradicionales ya no valen. Pero la pregunta es: ¿quién paga o de qué vive WikiLeaks?

Referencias

- AAVV (2006): “*The Educational Backgrounds of Leading Journalists*”. The Sutton Trust Foundation. Londres.
- Benson, Rodney (2011): “Traición en el *Huffington Post*”. *Le Monde diplomatique* (número de junio).
- Carr, David (2011): “At Media Companies, a nation of serfs”. *The New York Times* (13 de febrero).
- Elías, Carlos (2010): “The Future of Journalism in the Online Public Sphere: When Journalistic Sources Become Mass Media in their Own Right”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 16. (pp.45-58).
- Hedges, Chris (2011): “Huffington’s Plunder”, en www.truthing.com, 21 de febrero. (Citado en Benson, Rodney, 2011).
- Zepeda, José (2011): “Tensiones entre la prensa privada y el estado”. *Le Monde diplomatique*. (nº junio), p. 25.