

# TENDENCIAS

EN COMUNICACIÓN,  
CULTURA &  
SOCIEDAD

TOMO I

  
UNELLEZ  
*La Universidad que Siembra*

 feduez  
Asociación de Universidades Federales de Venezuela

COMPILADORES:

PhD Julio A. Bravo Mancero  
MBA. Carlos Larrea Naranjo  
Mgs. Ramiro Ruales Parreño  
PhD. Edith Liccioni de Rodriguez  
PhD. Magda F. Cejas Martinez



TENDENCIAS EN COMUNICACIÓN, CULTURA & SOCIEDAD. TOMO I

San Carlos, estado Cojedes, Venezuela 2022

## PERIODISMO Y TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA EN EL ENJAMBRE DE LAS REDES

**Ortiz, V., Fernando.**

Docente investigador

Universidad de Cuenca – Ecuador.

Ordic: <https://orcid.org/0000-0001-5824-342>

Email: [fernando.ortiz@ucuenca.edu.ec](mailto:fernando.ortiz@ucuenca.edu.ec)

### RESUMEN

El ensayo gira en torno de una revisión crítica de la profesión del periodismo a la luz de los acontecimientos sociotecnológicos actuales y el rol de las universidades en la formación futura del periodista. Para ello se construye una revisión hagiográfica de la naturaleza de las relaciones sociedad- medios analógicos de comunicación masiva, cuyo auge se vivió durante todo el siglo XX y principios del siglo XXI, el traumático tránsito experimentado por la profesión durante la transición a lo digital cuyo resultado fue el desplazamiento de la medialidad a la posmedialidad, lo cual trajo como consecuencia la emergencia de modelos reticulares (de mayor horizontalidad) de comunicación, la sobreabundancia tanto de contenidos como de alojamientos de la misma, la inmediatez de eventos comunicacionales de importancia abordados en primera instancia por las redes sociales. ¿El resultado? Un periodismo “damnificado” debido a esos cambios tecnológicos y a las nuevas relaciones con la sociedad. A pesar de todo lo anterior, hay salidas honrosas derivadas en gran parte de modificaciones de los roles de la universidad en la formación periodística, cuyo énfasis recaería en sólidos fundamentos teóricos en comunicación, en la formación humanista del estudiante de comunicación social, y en una alta formación profesional acorde al as nuevas tecnologías.

**Palabras clave:** periodismo, comunicación, sociedad, redes sociales, universidad, transformación tecnológica.

## **INTRODUCCIÓN**

La necesaria actividad de pensar el futuro de la profesión del periodismo desde una mirada autocrítica, desde el lugar de las transformaciones sociales y tecnológicas, desde los cambios en las costumbres de los consumidores de noticias, desde la crisis de los medios masivos de información y desde las nuevas regulaciones estatales nos compromete a realizar un recorrido por los acontecimientos históricos recientes relacionados con la profesión. Una profesión que es baluarte de los sistemas democráticos. Hasta ahora los relatos teórico-conceptuales formulados en la academia alrededor de la comunicación y el periodismo, en su tarea de preparación formativa de los nuevos profesionales, evidencia que también la propia academia necesita reformulaciones que logren modelar un nuevo accionar y una “puesta al día” con las nuevas urgencias de este mundo cambiante.

## **DESARROLLO**

A lo largo del proceso evolutivo los seres humanos nos organizamos en sociedades, para lo cual creamos instituciones con el fin de solucionar problemas y necesidades individuales comunes. Paralelamente imaginamos y desarrollamos tecnologías con las cuales fue posible acelerar procesos, reducir el esfuerzo físico e incrementar el rendimiento humano. Básicamente la tecnología permitió, también entre otras cosas, solucionar problemas emergentes de la sociedad.

A cada tipo de sociedad le correspondió administrar y usar algún tipo de desarrollo tecnológico, con el cual fue posible elaborar comprensiones nuevas sobre el mundo y nociones como tiempo y espacio. En el ámbito info-comunicacional, en lo mediático, se pueden advertir dos grandes sistemas tecnológicos que surgieron: el sistema analógico, y luego, el sistema digital. Lo analógico, que arrancó en el siglo XIX, todo el XX e inicios del XXI, formó un ecosistema tecnológico en donde las relaciones humanas se mediatizaron, modificaron y expandieron. La información y el

conocimiento amplió su alcance y cobertura. La experiencia humana con la *massmedialidad* funcionó en torno al *broadcasting* de la radio y la televisión.

Estos medios de información analógicos, junto al cine, se convirtieron en los principales epicentros culturales del fin de milenio. Consecuentemente, a través del uso de los medios analógicos se estableció también un orden simbólico en la sociedad. Un horizonte cultural fabricado en la medialidad, ocupando, por tanto, un lugar central para el funcionamiento simbólico planetario. Es decir, una capacidad de otorgar sentidos de significación de las cosas de manera masiva para el gran público heterogéneo.

Posteriormente, ocurre una transición del ecosistema analógico al ecosistema de lo digital, en el cual se administra y procesa la información analógica digitalizada, es decir, lo analógico se convierte en datos, en información binaria, insumo básico de los ordenadores. Adicionalmente, sucede la llamada convergencia tecnológica que implica la simplificación de prestaciones tecnológicas que básicamente se anidan en los nuevos dispositivos portales y la conectividad en el mundo de internet. Este es el gran salto tecnológico de la medialidad a la posmedialidad.

El final del siglo XX es, al mismo tiempo, el final del segundo milenio. Un momento histórico que fue visto como una puerta que abriría oportunidades en muchos órdenes para los habitantes del planeta. En 1985 la empresa *Telefónica* de España, por ejemplo, colocó un anuncio en televisión en el cual explicaba cómo ese nuevo medio tecnológico llamado internet llegaría a España en el año 2000. El texto decía: “Durante los próximos 15 años, algo maravilloso va a ocurrir. Mañana el hilo del teléfono convertirá la voz en luz, la luz en imagen, información, calidad de vida. Acercará culturas y ampliará la nuestra”.

Quedan 15 años y no podemos dejarlos pasar. [...] Durante los próximos 15 años alrededor del teléfono algo maravilloso va a ocurrir. Telefónica. Faltan 15 años para el año 2000” (Telefónica, 1985).

La llegada de internet provocó profundas transformaciones y comprensiones diferentes. Las audiencias de la masividad pasaron a ser usuarios en la red y sus plataformas. Mientras tanto otra franja poblacional, la más joven, la que nació y creció en el entorno de internet adquiere y aplica nuevas competencias mediáticas. Pero el modelo comunicacional de la difusión masiva centrado en pocas manos que controla la producción de contenidos, de pronto se vio abarrotada con millones de productores de contenidos alrededor del mundo. Los lenguajes se hibridaron y con la conectividad en red emerge un modelo reticular de comunicación, es decir un sistema de muchos a muchos, de millones a millones. El rápido desarrollo de internet rompe fronteras nacionales y muestra tres características definitorias y cambiantes: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, y es a partir de estas tres características que los usuarios nos fuimos adaptando a esas características en la red y desvinculándonos progresivamente de los medios analógicos.

El ecosistema de lo digital evidencia una sobreabundancia de contenidos que circulan a nuestro alrededor, lo cual provoca una hiperinformación en la era digital, cuyo efecto en la población es la denominada infoxicación en la cual el ser humano se ve imposibilitado para poder administrar tal enorme cantidad de datos, información y opiniones que circulan. Si a todo esto se suma una verdadera industria para la producción y puesta en circulación de noticias falsas, mentiras disfrazadas de verdad o *Fake News*, el panorama es desalentador.

Sin embargo, el periodismo que vivió su pico más alto de desarrollo e incidencia social en el entorno de los medios analógicos, tiene como una característica fundamental su capacidad adaptativa con relación a la transformación tecnológica. El periodismo se adaptó a la imprenta con su producto estrella, el periódico impreso en papel; a la radio; a la televisión; a las agencias internacionales de noticias, etc.

El periodismo resulta ser, en definitiva, el método de informar sobre la actualidad e intermediar de forma inmediata y constantemente renovada en la comunicación social, que, mediante una expresión asequible al común denominador del público, combina recopilación, verificación, síntesis y clarificación de la información acreditada como relevante y cierta, con el máximo de exactitud posible, para servir desinteresadamente a los ciudadanos en su necesidad de un seguimiento preciso de los asuntos de interés público o potencialmente capaces de afectar sus vidas (Dader, 2012, p.40).

Esta adaptación del periodismo -como institución social- a los cambios tecnológicos, a la época y a la sociedad, igualmente tuvo comprensiones y críticas diversas con relación a la esencia misma del oficio, a las prácticas y los anclajes con el poder. Pero también, las reflexiones filosóficas en torno a la neutralidad, la imparcialidad y/o la militancia activa. Por su cercanía con el poder “la profesión del periodismo ha perdido independencia, calidad y compromiso social. Los medios forman parte de un conglomerado de intereses económicos que los han alejado de sus verdaderas premisas: informar sobre la verdad y defender los intereses de la ciudadanía” (Chaparro, 1971)

En la práctica, al periodismo se le fue adjetivando de distintas maneras a partir y desde esas diversas ópticas y experiencias en donde se desarrolló, así, por ejemplo: Periodismo político, Periodismo militante, Periodismo popular, Periodismo ambiental, Periodismo ciudadano. Y claro, también es un producto de la sociedad industrial y mercantil, en donde el periodismo fue visto como un agente que alienta consumos propios de ese tipo de sociedad.

## **¿QUÉ ES LO QUE VIENE?**

Frente al escenario anteriormente descrito se vuelve imprescindible entender a la

profesión en una nueva dinámica social que implica redefinirla para enfrentar, como humanidad, los grandes problemas nacionales y globales. Urge, entonces, posibilitar alineamientos con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) para enfrentar el calentamiento global, la desnutrición, la crisis alimentaria, las grandes olas de migraciones, desafiar a la corrupción, la crisis energética, el tratamiento de los desechos urbanos, el agua potable y un largo inventario de necesidades y realidades presentes y futuras. Se trata de:

Un periodismo más comprometido con los derechos del planeta, como ecosistema vital para nuestra subsistencia, pide paso a una regulación de los medios para hacer posible la información y la comunicación de la realidad, el conocimiento y el debate del modelo de sociedad que necesitamos construir para vivir (Chaparro, 1971)

En este sentido, para reflexionar sobre el periodismo y reconocer también los desvíos en los que ha incurrido la profesión conviene acudir al pensamiento del reconocido periodista, escritor, ensayista y poeta polaco Ryszard Kapuściński, quien al respecto describe:

Sustituyen el problema del contenido por la cuestión de la forma, colocan la técnica en lugar de la filosofía. Solo hablan de cómo redactar, cómo almacenar, cómo transmitir algo. Pero qué redactar, cómo almacenar, cómo transmitir, de eso ni una palabra. El punto débil de estas manifestaciones radica en que, a través de ellas, en lugar de discusiones sobre el contenido, el espíritu y el sentido de las cosas, no nos enteramos más que de los nuevos y deslumbrantes avances técnicos conseguidos en el terreno de la comunicación (Kapusinski, 2003).

Con el auge de las redes sociales surgieron también otras ofertas de producción de contenido noticioso e informativo, surgidas desde los portales de internet. Ocurre



entonces un desplazamiento de la noticia de los medios tradicionales hacia la noticia de los portales digitales. Hay un giro laboral y de negocios de la información.

A esto debemos añadir otro fenómeno que caracteriza el cambio de siglo: el cierre casi obligatorio de varios medios de comunicación tradicionales alrededor del mundo debido a la crisis de financiamiento. Y para complementar, las nuevas herramientas tecnológicas provocan nuevas costumbres de los usuarios, aparece un nuevo tipo de consumo de noticias que supone una comprensión nueva de la profesión a partir de las nuevas necesidades de los consumidores de esos contenidos.

Se advierte, además, que la relación entre el periodismo y el poder, a veces en franca armonía y complicidad y en otras, cargadas de confrontación ocasionan que los políticos eviten la mediación del periodismo, dándose un “by pass mediático [por el cual] estos líderes políticos prefieren evitar las mediaciones y comunicarse directamente con la sociedad a través de apariciones públicas, cadenas oficiales, cataratas de tuits” (Natanson, 2014, p. 56).

En este contexto y con esta lectura, el periodismo como profesión aparece como uno de los principales damnificados del cambio tecnológico anteriormente descrito y la crisis del modelo de negocios de los medios analógicos. Si a esto se suman las campañas de desprestigio y descalificación que desde varios gobernantes y políticos de la región han propinado al periodismo y, agudizado aún más con la participación política de varios reconocidos periodistas, quienes optaron por militancias activas y participar directamente como candidatos y actores políticos, la crisis de desprestigio a la profesión es aún mayor.

Pese al desprestigio y a la crisis anotada no es menos cierto el enorme poder que todavía mantiene el periodismo en la sociedad: “El poder que han adquirido los medios es incuestionable, algunas veces creen tener más poder del que realmente

detentan y buscan convertirse en protagonistas y jueces de la cosa pública, en más de una ocasión desvirtuándola hasta convertirla en espectáculo” (Eco, 2003)

## **USO Y APROBACIÓN**

La categoría de análisis usos y apropiación surge en los 80's en el marco del discurso que cuestiona el pensamiento de la Teoría de la Dependencia de los años 60's y 70's, surgido en América Latina. La Teoría de la Dependencia cuyo argumento fundamental fue entender a los medios masivos como agencias o estructuras de poder que se imponen para lograr el fortalecimiento del *status quo*. Es decir, para crear una dependencia simbólica descrita bajo el modelo difusionista norteamericano. Esta perspectiva de análisis la encontramos descrita en los aportes de Beigel (2006) y de Cardoso & Faletto (2002) entre otros, pero que también pudo ser comprendida desde el análisis crítico de las industrias culturales y la gestión de los medios masivos de comunicación y el periodismo que constan en los aportes académicos de Beltrán & Fox de Cardona (1980), Mattelart (1973), Mattelart (1974), Mattelart et al., (1976) y Muraro (2016).

Esta categoría de análisis *Usos y apropiación* bien puede servirnos como un podio desde el cual podemos analizar y descifrar una posible salida para el oficio en el enjambre de la transformación tecnológica. Una nueva apropiación de la profesión en beneficio planetario. Una nueva apropiación de la tecnología en beneficio de los seres humanos.

## **ROL DE LAS CARRERAS UNIVERSITARIAS**

La universidad no puede abstenerse de participar en los debates sobre el futuro de la profesión, especialmente entendiendo el rol social que tiene la misma. Resalto cuatro aspectos sobre los que Garagy (2006) considera fundamentales para la preparación universitaria de los estudiantes en las carreras de comunicación: (a) Preparación sobre fundamentos teóricos sólidos en comunicación como disciplina de

carácter científico, (b) Formación humanista centrado en bagaje cultural humanista y en criterios antropológicos del mundo actual, (c) Alta formación profesional acorde a las nuevas tecnologías y medios y, (d) Preparación profesional que forme buenas personas, pensamiento alineado al criterio de Kapuscinski.

Un punto ecuánime que conjugue las visiones y estatutos fundacionales de la profesión -sin caer en el idealismo inaplicable- para así alcanzar una preparación adecuada para los nuevos tiempos es imperioso iniciar desde las carreras universitarias. Arrueta (2012) llama “nostálgico”, pero yo añadiría necesario “un periodismo nostálgico, comprometido con las causas populares, las convicciones políticas, los convencimientos personales y la noción, siempre presente, del sacrificio y el esfuerzo puesto al servicio del bien común” (p. 116).

Nuevas mallas de estudio, equipamiento tecnológico adecuado, laboratorios modernos, software apropiado, buena conectividad a internet, mejores investigaciones, trabajo colaborativo entre académicos nacionales e internacionales, movilidad estudiantil, medios propios para prácticas estudiantiles, es parte del menú de aspiraciones y condiciones para una adecuada formación de los nuevos periodistas.

## **CONCLUSIONES**

Producir información de calidad para los seres humanos en sociedad siempre será una actividad importante, por lo tanto, pese a la crisis es posible imaginar creativamente escenarios nuevos de actuación profesional. Hay espacios para desarrollar en la academia posibilidades de desarrollo de esta profesión.

Hay una brecha generacional marcada por la tecnología en las audiencias y los usuarios. El cambio tecnológico no debe significar el fin de una profesión, sino una oportunidad para democratizarla y adaptarla a nuevas necesidades de la humanidad

Es deber de las universidades concebir rápidamente proyectos formativos válidos y adaptados al momento y necesidades actuales.

Hay necesidades planetarias urgentes que deben ser entendidas por los nuevos profesionales del presente y el futuro desde miradas interdisciplinarias. Aprender a trabajar de manera colaborativa es imperioso.

Los gremios de profesionales del periodismo deben involucrarse más en diagnosticar la situación actual y proponer alternativas laborales.

## REFERENCIAS

- Beltrán, L. R., & Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación Dominada: Estados Unidos en los Medios De América Latina*. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales / Nueva Imagen.
- Beigel, F. (2006). Vida, Muerte Y Resurrección De Las “Teorías De La Dependencia”. En *Crítica y teoría en el pensamiento social latinoamericano*. Clacso. pp.287-326.
- Cardoso, F., & Faletto, E. (2002). *Dependencia Y Desarrollo En América Latina* (30a ed.). Siglo Veintiuno Editores.
- Chaparro, M. (1971). *Claves Para Repensar Los Medios Y El Mundo Que Habitamos, La Distopía Del Desarrollo*. Ediciones Desde Abajo.
- Dader, J. (2012). Periodismo Político Y Política Del Periodismo: Imaginando Un Futuro Digno Y Sostenible. En Berrocal Gonzalo, S. & Campos Domínguez, E. (Coords.). *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación*. (pp. 35-58). Madrid: Sociedad Española de Periodística.
- Desantes, J. (1988). *El Deber Profesional De Informar*. Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- Eco, U. (2003). *Crítica al periodismo*. Editorial Avisora.
- Grupo Marcuse. (2004). De La Misère Humaine En Milieu Publicitaire. Comme Le Monde Se Meurt De Notre Mode De Vie. La Découverte..
- Garagy, A. (2006). Nuevos Retos Para La Formación De Comunicadores. 06 Agostos 2015, De Sala De Prensa. <http://www.saladeprensa.org/art675.htm>
- Kapuscinski, R. (2003). *Los Cinco Sentidos Del Periodista (estar, ver, oír,*

*compartir, pensar*). México: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Fundación Proa, FCE.

- Mattelart, A. (1973). Comunicación y Cultura. En *El imperialismo en busca de la contrarrevolución cultural*. Comunicación y Cultura. pp. 146-223
- Mattelart, A. (1974). *La Cultura Como Empresa Multinacional*. Editorial Galerna.
- Mattelart, A.; Piccini, M., & Mattelart, M. (1976). *Los Medios De Comunicación De Masas: La Ideología De La Prensa Liberal En Chile*. El Cid Editor.
- Muraro, H. (2016). *Neoliberalismo Y Comunicación De Masa*. EUDEBA.
- Perelman Ch. y Olbrechts-Tyteca L. (1989). *Tratado de la Argumentación. La nueva retórica*. Gredos.
- Natanson, J. (2014). La Triple Crisis De Los Medios De Comunicación. *Nueva Sociedad*, 249, 50-60.