

Carta a nuestros lectores

Como ha ocurrido en diferentes profesiones, también en el periodismo el avance de la ciencia ha traído consigo el despuntar de nuevas especialidades. Una de ellas es la del periodista digital, aquel profesional con capacidad suficiente para bregar con una serie de herramientas tecnológicas que, para muchos, parecían invento de la ciencia ficción. Sobre este profesional versa el artículo de portada.

A la censura como mecanismo para coartar la libertad de comunicación y de expresión del pensamiento se une ahora aquel de los “circuitos de información”, que dicen verdades a medias y decoran falsedades que terminan pasando como auténticas.

Nuevamente la humanidad se enfrenta a la trágica coyuntura de la guerra. México y Chile, como integrantes del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas, jugaron un papel trascendental para impedir que se la aprobara. Resulta interesante conocer cuál fue la reacción de los medios de comunicación de estos dos países, frente a la posición de sus gobiernos y la presión de los Estados Unidos.

En épocas de grandes acontecimientos el desempeño del periodismo se vuelve controversial. La opinión pública se pregunta, entre otras cosas, si el periodista se aprovecha del poder que tiene, si se convierte en peligro para la información veraz e imparcial, si abusa de las ventajas tecnológicas de los diferentes medios o, finalmente, si sigue ciegamente la política de su país aun sabiendo que es inmoral. **Chasqui** busca dar respuestas a preguntas inquietantes como estas.

En la guerra de información que existe entre gobierno y oposición en la República venezolana, resulta sumamente interesante tratar de descubrir cuál ha sido el papel que la televisión privada ha jugado en este conflicto y, para dar un contexto más amplio a este problema, vale la pena también conocer cual es el impacto que la televisión tiene en los otros medios de comunicación, especialmente la prensa. En este número de Chasqui hablamos de estos problemas.

CHASQUI

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

N° 81 Marzo 2003

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Violeta Bazante	Lolo Echeverría
Héctor Espín	Florha Proaño
Juan M. Rodríguez	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador

Roberto Ponce,
Ministerio de Relaciones Exteriores

Rosa Rodríguez,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,

Universidad de Guayaquil

Carlos María Ocampos,
Organización de Estados Americanos
Mélida Pavón,

Comisión Nacional de la UNESCO
Iván Abad, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Rodrigo Pineda, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

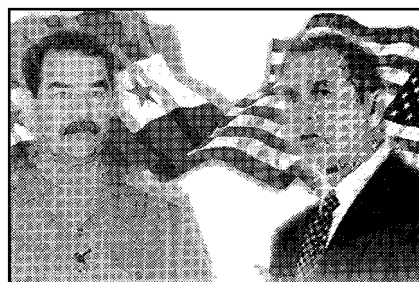
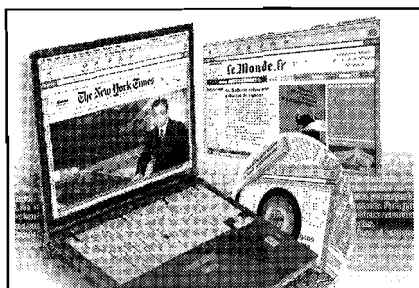
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.



CONTENIDO

PORTADA

- 4 **Nueva profesión: el periodista digital**
Koldo Meso Ayerdi

OPINIÓN

- 12 **Censura y "circuitos de información"**
Ángel Rodríguez Kauth

ENSAYOS

- 18 **Irak - Estados Unidos, reacción de la prensa chilena y mexicana**
Juliana Fregoso y Eduardo Arriagada

- 24 **Corrupción y terrorismo: El poder del periodista**
Javier Darío Restrepo

- 32 **Convergencia de los medios**
Ramón Salaverría

- 40 **¿Los medios de comunicación son un peligro?**
Octavio Peláez

- 48 **Analfabetismo tecnológico en la sociedad de la información**
Pedro A. Rojo Villada

TELEVISIÓN

- 56 **La televisión y su influjo en el contenido de los diarios**
Miguel Ángel Jimeno

- 60 **La televisión: arma y blanco de la política venezolana**
Jenny Bustamante Newball

INFORMÁTICA

- 68 **Las computadoras ¿buenas o malas para los niños?**
Instituto Argentino de Computación

- 72 **El blindaje de una PC**
El Reporte DELTA

LENGUAJE

- 74 **Errores comunes en el lenguaje periodístico**
Simón Espinosa C.

- 76 **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 82 **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 88 **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Nueva profesión:

Periodista digital



Koldo Meso Ayerdi ■

La aparición y posterior desarrollo de Internet supuso la aparición de un nuevo medio de comunicación. Para Javier Echevarría, primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. Parece lógico pensar que si en su momento la radio y la televisión crearon un nuevo tipo de profesional, Internet, quizá más como un nuevo soporte que como una herramienta de trabajo, creará un nuevo tipo de periodismo.

Se rompe con la comunicación lineal y unidireccional de un emisor a un receptor e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional. Cambia la actitud del receptor ante el medio. Tal y como recuerdan Canga, Coca, Martínez Ribera, Cantalapiedra y Martínez Odriozola, no es tan cómoda y relajada como ante la radio y la televisión, ni permite tantas posibilidades en el momento y lugar de la recepción de los mensajes como con la prensa clásica. Requiere, asimismo, del dominio previo de una serie de habilidades y conocimientos técnicos que no son exigibles en ninguno de los otros medios.

Asistimos a la aparición de un nuevo profesional del Periodismo. Para Quim Gil, una buena parte de las rutinas del periodista en red no son coincidentes a las de los periodistas convencionales. Ni siquiera a las de los periodistas convencionales que trabajan y publican en un soporte digital. Muchos periodistas triunfarán directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión, como es el caso de Matt Drudge que en su web fue la primera persona en destapar el escándalo de la becaria estadounidense Mónica Lewinsky. Tal y como recoge Pedro A. Muñoz, algunos periodistas, por ejemplo, muchas veces no tendrán que volver a su redacción para escribir, entregar sus artículos y buscar las ilustraciones correspondientes a un tema que acaben de cubrir. Simplemente escribirán desde el mismo lugar del suceso, tecleando sobre potentes ordenadores portátiles, equipados con una serie de programas de diseño, procesador de textos y gráficos, con lo que ganarán en rapidez y efectividad, ya que cada mañana al conectarse con su medio y tras participar, mediante la videoconferencia, en el diario consejo de redacción, recibirán vía módem el diseño de los espacios asignados (columnas, páginas o simples recuadros) a

Los periodistas se han convertido simultáneamente en emisores y receptores de la información que circula en la red

■ **Koldo Meso Ayerdi**, español, Profesor Titular de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
■ Correo-e: pdpmeayk@lg.ehu.es

Internet, una herramienta de trabajo, que creará un nuevo tipo de periodismo

sus artículos, reportajes, comentarios o informes, con indicaciones sobre el número de líneas por escribir, espacio para titulación, etc.

Respecto al cambio en la rutina de los periodistas se refiere también María Teresa Sandoval Martín, para quien el uso de Internet ha convertido a aquellos, simultáneamente, en emisores y receptores de la información que circula en la red.

El desafío profesional

Con el advenimiento de Internet, como en su momento ocurrió con la aparición de otras muchas y, en aquel entonces, nuevas tecnologías, el profesional en el terreno de la comunicación se enfrenta a un nuevo reto profesional. Sin embargo, éste no debe contentarse simplemente con adaptarse al cambio, como si de una moda se tratase, y tampoco se ha de limitar a utilizar un nuevo lenguaje. Se le plantea como exigencia comprender y controlar las nuevas características de



los medios. De lo que se trata es de ser protagonistas, no espectadores, de la revolución tecnológica a la que estamos asistiendo, para poder convertir en realidades las promesas de la era digital.

El nuevo paisaje mediático presenta una serie de convergencias y transiciones que han de ser tenidas en cuenta ya que constituyen las notas dominantes de esta nueva era digital:

- En la era analógica, la clave de la comunicación era la transmisión de información, mientras que en la era digital, lo es la producción de contenidos.

- El público pasivo de los medios tradicionales se ha convertido en usuario activo. Ya no se contenta únicamente con el consumo de medios interactivos, sino que también participa en la producción de contenidos.

- La diferenciación entre medios personales (teléfono, correo) y medios colectivos (televisión, prensa) cada vez es más sutil en un entorno de confluencia ya bautizado como "conectivo" (De Kerckhove, 1999).

- Los portales y las cibercomunidades surgen precisamente como ámbitos de confluencia entre los servicios de información personalizada y los medios de información pública.

- De la unión de la escritura con los medios digitales surge un nuevo modo de estructurar y acceder a la información, denominado "hipertexto".- Las fronteras que separaban a los medios, en función de su soporte y de los formatos de información, desaparecen con el desarrollo de Internet. Los sólo digitales, así como las versiones electrónicas de los medios tradicionales, constituyen nuevas realidades mediáticas.

- La Web tiende cada vez de modo más evidente hacia la confluencia entre PC y TV, y el lenguaje audiovisual acaba imponiéndose en la cultura digital.

- El papel tradicional de los periodistas como filtro o gatekeepers, así como la función clásica de agenda-setting, propia de los medios convencionales,



aparece hoy menos cuestionada y desde luego compartida. La Red permite el acceso directo del público a las fuentes de información, sin la mediación profesional de los comunicadores, y ofrece, por primera vez en la historia de la comunicación, acceso universal a un sistema mundial de publicación que funciona, igualmente, al margen de los profesionales.

Estos cambios plantean redefinir con urgencia el perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores.

La tradición del oficio

En 1993, el *San Jose Mercuri News* ponía a disposición de los pocos usuarios de Internet de la época una versión electrónica del diario. Desde esa fecha, alrededor de cinco mil periódicos se han puesto en línea, en todo el mundo. Sin embargo, más que los números, lo relevante para la profesión son los nuevos conocimientos que, a través de la práctica del periodismo en Internet, están surgiendo. Todos, alimentados por años de historia de los medios de comunicación y del propio oficio de informar.



No se lee de la misma forma en una pantalla, que en el papel. Los años han dado experiencia. En un primer momento, ingenieros en informática fueron los encargados de la creación y mantenimiento de las primeras páginas web de los medios de comunicación con presencia en la Red. Hoy en día, cada vez más periodistas son los responsables y productores de esas páginas. *El New York Times*, por ejemplo, tiene más de 100 personas trabajando para su sitio web. En Francia, *Le Monde* esperaba tener unas 50 al final del año 2000. Sin embargo, muy pocos de los periodistas que hoy trabajan en estos medios tenían experiencia en este terreno. La mayoría de quienes lo han hecho, se formaron en la práctica.

A nadie se le escapa que es necesario aprender a ser periodistas en línea. Que sepan que en el periodismo en línea no cambian los fundamentos del oficio, es decir, saber redactar una nota, saber realizar un trabajo de investigación, saber cuál es el mensaje esencial de un artículo, qué es un título, un antetítulo, un resumen; todo lo que constituye la deontología

del periodismo, etc.. Internet no cambia todo eso en lo fundamental, pero, tal y como señala Eduardo Castañeda, los periodistas que quieran llevar su carrera hacia allá tienen que aprender a redactar artículos para Internet, porque ahí estamos en un nuevo medio, con todos sus componentes. Lo que quiere decir que se está ante una forma de tratar la información que es específica al nuevo medio. No leemos igual en una pantalla que como leemos en el papel; hay una lectura arborecente; existe una interactividad; y todo eso hace que estemos usando un soporte tecnológico en el cual se necesita tratar, presentar la información de una cierta manera.

El trabajo editorial

Desarrollar un periódico en Internet —o cualquier otro medio— resulta más que interesante: no se parece a ningún otro medio, pero sí combina elementos de la radio, la televisión y la prensa escrita. Sonidos, imágenes, y contenidos escritos pueden aparecer de manera integral en una página web, lo cual hace del editor en línea un productor de su propia página.

Asistimos al nacimiento de la materia prima más valiosa del siglo XXI

Frente a la necesidad de encontrar periodistas que trabajen también como productores que empleen la tecnología para presentar sus notas, reportajes o entrevistas en una pantalla de ordenador, aparece un nuevo problema: el de los contenidos.

Basándonos en los periódicos en línea, se manejan secciones de noticias, finanzas, deportes, entretenimiento, cultura, etc. Pero también se han añadido contenidos sobre mujeres, niños, esoterismo, sexualidad, salud, tecnología y ecología; temas que por lo regular no tienen tanta cobertura en la prensa tradicional. La razón es sencilla: son los usuarios quienes van marcando la pauta de lo que desean leer y le quitan al editor esa fuerza autoritaria sobre qué presentar y de qué manera.

Si bien es importante proporcionar instrumentos para la mejor navegación o funcionalidad de los sistemas, cualquier medio en Internet se hace a diario con una dinámica en la que el usuario participa de los contenidos que desea encontrar.

El juicio editorial tiende a transformarse y ese poder de decisión con que el periodista cuenta en otro medio, se ha visto reducido en Internet. Ahora

tiene un jefe más con quien debatir los temas y encuentra una manera más de acercarse a su público. La información fluye tal y como los usuarios quieren que sea, pues es el mismo *ciberusuario* quien interactúa con el sistema y con otros usuarios a través de las comunidades virtuales según sus intereses. Las informaciones políticas, más propias de medios pertenecientes a otra época (tal y como recuerdan César Coca y J.L. Peñalva), han perdido terreno frente a la información relacionada con economía, tecnología, salud, ecología y sexualidad; en una palabra, con temáticas más especializadas. Por esa razón se dice que Internet ha democratizado el uso de contenidos informativos. Sin embargo, parece necesario hacer una reflexión. La democratización llega tan sólo a una parte de la población, pues únicamente quien tiene un ordenador y acceso a la línea telefónica, ingresa en Internet.

En lo que a nuestra labor periodística se refiere, quiero entender esa democratización como la posibilidad de que sean los mismos usuarios quienes participen en la elaboración de los contenidos. ¿Dónde queda aquí el papel del periodista? Él ya no es el único que elabora la información, por lo que se puede correr el riesgo de que el intermediario tiende a desaparecer. De esa manera, me atrevo a decir que también se pierde uno de los elementos propios e indispensables de nuestra labor: el narcisismo.

Dos tipos de profesionales

Para la propia Sandoval Martín en la actualidad hay que distinguir dos tipos de profesionales en el sector de la comunicación, si bien en ambos casos trabajan con contenidos existentes en la red: los que desempeñan actividades tradicionalmente periodísticas y los que buscan, procesan, analizan o redactan contenidos para espacios en la red. Es decir, por un lado, están los profesionales que utilizan Internet para elaborar las noticias de los medios tradicionales o



para el periodismo que tiene únicamente presencia digital y, por otro, los profesionales que desarrollan diferentes tareas con la extraordinaria cantidad de información que está disponible a través de la World Wide Web.

Las tendencias actuales (televisión y radio digitales, Internet, etc.) nos obligan a pensar que tal vez en un futuro, a corto plazo, todos los periodistas acaben siendo 'digitales'. Negroponte afirmaba en 1995 que ser digital supondrá la aparición de un contenido totalmente nuevo. Surgirán nuevos profesionales, inéditos modelos económicos e industrias locales de proveedores de información y entretenimiento. Y estaba en lo cierto, ya que Internet no sólo está cambiando los modos de acceso a la información por los usuarios, el modelo de comunicación tradicional y las empresas de comunicación, sino también el perfil del periodista.

Periodistas interactivos

Ahora bien, como recuerda Quim Gil, unos podrán trabajar conforme a una rutina periodística clásica, adaptadas y evolucionadas hacia el medio digital, y otros, los periodistas en red, crearán y consolidarán nuevas rutinas, propias de un proceso de comunicación multimedia, multilineal e interactivo. Tal y como señala Bernardo Díaz Nosty, frente a quienes han teorizado sobre la nueva utopía del orden virtual, en la que se destruye al mediador como manipulador al servicio de intereses concretos y abre el caudal inmenso del acontecer y del conocer a la autogestión individual, el papel del mediador sale reforzado con el concepto de periodista interactivo, incluso en las tareas de crear soluciones especializadas y personalizadas a la medida de las demandas de los distintos segmentos de audiencia. La interactividad del periodista será otra fuente de información. Los usuarios comunicarán al periodista informaciones, dudas, etc., y éste realizará su labor de forma más completa. Habrá contacto directo con el lector, podrá interactuarse con él, conocerle, y saber cuál y cómo es la información que necesita y solicita.

*Muchos periodistas
triunfarán
directamente en
Internet, sin pasar
por la redacción de
un periódico, radio o
televisión*

Internet, el nuevo eslabón

Internet constituye, junto a la informática, el último eslabón de las nuevas tecnologías aplicadas al proceso productivo del periodismo. Tal y como recoge Virginia Luzón Fernández, para el periodista, las nuevas tecnologías de la información son a la vez un campo de estudio y una herramienta de trabajo imprescindible en su práctica cotidiana.

Hoy en día, una de las principales preocupaciones de los periodistas es saber qué hacer con el exceso de información a su alcance, ya que cada vez más los medios digitales incrementan sus contenidos a un ritmo vertiginoso. Por ello, ante el empuje de las nuevas tecnologías de la información, y en concreto de Internet, el mundo de la comunicación debe enfrentarse al reto de adaptar las organizaciones y modos tradicionales del periodismo a los formatos y herramientas que impone la red. ●

