

Mudanzas periodísticas glocales

Autoría



Xosé López

Catedrático de Periodismo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela, dirige el grupo de investigación Novos Medios

Sumario

Abstract

Introducción

La naturaleza del periodismo

El periodismo como construcción

Del espejo a la reconstrucción de la realidad

Movimientos periodísticos

Las raíces que alimentan la metamorfosis periodística

Un escenario cambiante

De local a glocal

De la comunicación de uno para muchos al discurso colaborativo

Profesionales para desafíos complejos

A modo de conclusión

Bibliografía

Hemerografía digital

ABSTRACT



La metamorfosis (1) periodística en el actual escenario glocal (2) ocupa muchas de nuestras reflexiones como académicos y nos suscita muchas preguntas para las que algunos –yo, por lo menos- no encontramos respuestas categóricas. Construimos argumentaciones que nos explican muchas cosas de las que pasan y de las que pueden pasar, aunque siempre nos quedan dudas, aspectos en los que nos gustaría profundizar más, cuestiones que no entendemos muy bien o perspectivas que nos animan a nuevas exploraciones en la búsqueda de nuevas respuestas más precisas y completas. En esta fase de cambios y transformaciones que vive el ámbito de la Comunicación mediada tecnológicamente en el siglo XXI, cualquier reflexión precisa miradas históricas, miradas comparadas y un análisis de múltiples aportaciones de investigadores y profesionales. Es por ello que cuando intentamos analizar qué acontece en el periodismo, qué caracteriza la

fase actual de crisis y cambios, hacia dónde camina, descubrimos un territorio apasionante para el debate académico y científico, que siempre debe perseguir anticiparse al futuro y esclarecer un poco más la complejidad de los cambios vividos, de los que nos afectan en la actualidad y de los que llaman a la puerta. En estos procesos es cuando constatamos, una vez más, que el periodismo es de la sociedad y, por lo tanto, va cambiando con la sociedad, sin perder la esencia, pero con viejos y nuevos cometidos, con viejas y nuevas formas, en viejos y nuevos soportes, con viejas y nuevas técnicas, y con viejos y nuevos desafíos.

La lección analiza algunos aspectos de la evolución del periodismo a lo largo de la historia, con especial atención a su naturaleza y a su construcción de la mano de varios movimientos. La metamorfosis periodística actual constituye el nudo del relato, que confluye con referencias a lo que permanece y a lo que cambia en esta técnica social de comunicación periodística. Entendemos que el periodismo, ahora en cambio, se reinventa cada vez que precisa dar respuesta a viejas y nuevas cuestiones que tienen que ver con los asuntos de la información que se genera y difunde en las sociedades actuales. El objetivo fue, es y deberá ser el mismo: conseguir sociedades -ciudadanos, por tanto- mejor informadas. Tenemos un periodismo con múltiples tendencias y movimientos, pero sabemos que no es suficiente porque, pese a los avances y retrocesos -en el pasado y en el presente-, defendemos que otro periodismo es posible con perspectiva local y global -es decir, glocal-. Sólo resta, pues, intentar reflexionar cómo hacerlo y establecer las estrategias para conseguirlo.

-

1. *Metamorfosis, que en su primera acepción significa transformación de una cosa en otra, lo emplearemos en este trabajo con*

el significado de profundo cambio de forma, es decir, la mudanza que hace el periodismo de un estado –que la caracterizó en la era analógica- a otro estado, el que lo caracteriza en la era digital-. Estos grandes cambios se enmarcan en las grandes transformaciones económicas y tecnológicas que han caracterizado la evolución en los últimos años, en especial en la primera década del tercer milenio.

2. Glocal, anglicismo no admitido por el diccionario de la Real Academia Española, es un término que surgió en el ámbito japonés y que fue creado a partir de la fusión de globalización y localización. Este término, que incluso da nombre a una fundación en el ámbito andaluz, se ha popularizado para referirse a los procesos que son globales y locales a la vez, así como para situar los fenómenos locales en el escenario global del siglo XXI..

INTRODUCCIÓN

Los usos de la información en las interacciones comienzan con los primeros receptores que le encontraron algún significado a los comportamientos de otros agentes emisores. Se inicia cuando en el mundo los emisores sólo eran fuentes de información. Los usos comunicativos de la información llegaron más tarde, cuando algunos de esos agentes adquieren la capacidad de intercambiar indicaciones con otros agentes (Martín Serrano, 2007:39). Y este fenómeno de la comunicación y de la información evolucionó desde las primeras sociedades humanas organizadas y conocidas. Estos cambios se manifestaron directamente ligados a la toma de decisiones y al poder, y se hicieron explícitos en medios y técnicas multiplicadoras de mensajes (la palabra y el discurso, la escrita, los correos, escribas, organizaciones sacerdotales...). Este fenómeno resultó imprescindible para la supervivencia de las sociedades en cuanto organizadas política, religiosa, económica, militarmente y en sus orígenes costaba disociarlo de otros fenómenos similares como el religioso, económico, político... (Timoteo, 1992: 46).

La invención de la imprenta marcó el fin de un largo aprendizaje de la escrita en Occidente. Las invasiones bárbaras que se iniciaron en el siglo V paralizaron el comercio en el oeste de Europa y trajeron una vuelta a la cultura oral en lugar de la cultura literaria del mundo romano. En los siglos X y XI el comercio experimentó un nuevo desarrollo, las ciudades empezaron a crecer de nuevo, la peregrinación acercó las proporciones de la migración temporal y comenzaron las Cruzadas. Europa estaba agitada. A partir de este momento, Occidente empezó a adquirir nuevos recursos de capital intelectual y se fundaron universidades (Martín, 1992: 13). Desde el siglo X, la Iglesia se convirtió en la fuerza predominante en la sociedad occidental. Desde ese predominio, y a pesar del inmediato renacer de la cultura urbana, construirá, en los siglos inmediatos, un complejo y eficaz sistema de comunicación de masas, con capacidad casi monopolista de acción, especialmente sobre los denominados grupos iletrados (Timoteo, 1991: 36).

Las edades Media y Moderna vieron desarrollar complejas fórmulas de comunicación e información social. En esos tiempos se asentaron sistemas muy perfeccionados de comunicación por la palabra, que encuentra en la predicación y modos análogos las vías dominantes. También se contaba con fórmulas de comunicación visual, a través del arte y otros abundantes instrumentos. Se contaba con un creciente mercado y un prestigio en aumento de la información escrita, que encuentra en los avisos, gacetas, relaciones ocasionales y en otros varios tipos de medios los instrumentos preferentes, en una periodicidad cada vez más estable (Timoteo, 1992:47). Hay numerosas formas de comunicación “pre-periodísticas” que, en la Baja Edad Media, demuestran la pujanza de un nuevo fenómeno, la información (Timoteo, 1991: 41-46). Fue un proceso lento que condujo a una nueva fase cuando aparecieron las publicaciones impresas, de la mano de la imprenta, que marcó el inicio de una auténtica revolución.

La imprenta no resultó fruto de la improvisación o de la casualidad, sino que fue la respuesta adecuada a una cultura que admiraba el documento escrito (Braojos, 1999: 17). A finales del siglo XV, la reproducción de materiales escritos empezó a desplazarse desde el pupitre del copista al taller del impresor (Eisenstein, 1994: 15). Del siglo XV en adelante, aparecieron panfletos con descripciones de victorias militares, festivales, progresos reales y funerales. De forma gradual, la imprenta empezó a utilizarse para decretos oficiales, proclamaciones y avisos. La controversia política y religiosa dio paso a una producción especialmente nutrida que iba de la propaganda común a tratados exquisitos. Algunos de los productos de la prensa tendían a ser publicaciones periódicas, como almanaques y calendarios. Estas se hicieron cada vez más numerosas en el siglo XVII y especialmente en el XVIII. Y, a medida que había demanda de noticias financieras y políticas de actualidad, fueron apareciendo hojas informativas mensuales, quincenales y semanales. La honra de inaugurar un servicio regular de noticias pertenece a Holanda y Alemania, donde se editaban varios panfletos de noticias quincenales y semanales a principios del siglo XVII (Martín, 1992: 33-35). En las principales ciudades europeas empezaron a circular gacetas semanales en esas fechas.

El periodismo dio los primeros pasos de la mano del desarrollo de la invención tipográfica de Gutenberg –alrededor de 1456-, de la era industrial y de las sociedades que lucharon por la libertad y por la igualdad. Los orígenes del periodismo se remontan a comienzos del siglo XVII, cuando aparecieron en la Alemania de la época las primeras publicaciones periódicas semanales conocidas, Relation, en Estrasburgo, y Aviso, en Wolfenbüttel (Guillamet, 2004: 43). Desde 1600 circulaban por los mercados numerosos “avisos”, “ocasionales”, “relaciones”, “mercurios”... A una velocidad vertiginosa y consolidándose como medios de comunicación, generalizarían el periodismo en el transcurso del siglo. Fue lo que tipificaron las gacetas, los primeros documentos auténticamente periodísticos de la historia. El periodismo de las gacetas, informativo, triunfó en el siglo XVII (Braojos, 1999: 23-25) y marcó caminos para el periodismo moderno.

Alrededor de 1800 se produjo, en la evolución informativa, un salto tan evidente que significará el paso a una fase superior, propia del siglo XX, de modo que información, comunicación social y propaganda de nuestros días nace y se desarrolla a partir de los ochenta del pasado siglo. Se consolidan los sistemas informativos nacionales en la práctica totalidad de los países occidentales y la información se estructura bajo la teoría informativa liberal, caracterizada por la libertad de expresión, la libertad de empresa y la libre circulación informativa (Timoteo, 1991: 169-170). La victoria liberal en las revoluciones atlánticas y el fundamental papel que en ella desempeñaron los medios escritos fue justo lo que convirtió este específico camino de comunicación-información pública en la más conocida y dominante punta de lanza del complejo comunicativo. Este, por supuesto, continuó incluyendo fórmulas paralelas no escritas, habladas y visuales. Los periódicos son históricamente la forma comunicativa característica del movimiento liberal y del Estado liberal, y el periodismo -primus inter pares- pasa a identificarse con todo el fenómeno comunicativo (Timoteo, 1992: 47).

Desde las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del siglo XIX, en sus dos primeros siglos, el periodismo asentó sus primeras formas y modelos bajo la estrecha vigilancia del poder. Los conceptos de interés público y de servicio público, más adelante reinterpretados desde la teoría liberal, fueron íntimamente ligados a la reserva por parte del Estado de la triple prerrogativa de control de la

difusión de noticias, de la autorización de periódicos y de la censura previa (Guillamet, 2004: 72). El periodismo se entendió, desde esos primeros momentos, como aquella actividad consistente en recabar informaciones, seleccionarlás, procesarlás, recogerlas en un soporte y ofrecerlas -todo lo eres de modo periódico y de ahí su nombre- a un postor, comprador o público. Es, por lo tanto una actividad abierta que trabaja con la información, entendida ésta en el sentido más amplio posible (Timoteo, 2004: 26).

El periodismo es, pues, una actividad radicalmente vinculada a la modernidad y, por lo tanto, puede ser contemplado, simultáneamente, como causa y efecto de la sociedad nacida de la mano del capitalismo industrial (Mompert/Marín, 1999: 12). Con toda seguridad existieron en Roma y en el Imperio romano personas que se ganaron la vida recogiendo y vendiendo información o ejerciendo de informadores privados para personalidades de primer orden -las cartas de Cicerón suelen siempre citarse cómo ejemplo-, pero el periodista es fundamentalmente un hombre del Renacimiento (Timoteo, 2004: 26).

En definitiva, hay que destacar que el periodismo previo a la fase industrial -el protoperiodismo, propiamente- ya se forjó en la elaboración y difusión de nuevos ocasionales o periódicos. Y esta línea fue la que caracterizó al periodismo en la fase industrial y marcó la evolución hasta la actualidad.

LA NATURALEZA DEL PERIODISMO

El periodismo comenzó, pues, recogiendo información y elaborando piezas informativas que se difundían entre la comunidad. Su naturaleza está, por tanto, identificada con la información, con la actualidad y con la difusión para fomentar el conocimiento de acontecimientos de interés público. Hoy, luego de su evolución a lo largo de la historia, el periodismo figura entre los productos que mejor identifican la cultura contemporánea. El denominado "campo periodístico" -al que se refirieron, entre otros, Pierre Bordieu y Giovanni Bechelloni- tiene una importancia e interés tan relevantes porque la información de actualidad ocupa un lugar central en las sociedades contemporáneas, dado que se convierte en la principal fuente de conocimiento sobre el mundo social para la mayor parte de los seres humanos (Mompert/Marín, 1999:11).

La historia del periodismo, que se ocupa de la evolución de las formas de producción y recepción de los enunciados periodísticos -sobre todo, informativos-, porque esta es la historia de una actividad especializada en la transmisión de información y de opiniones a un colectivo determinado (Tresserras, 1994:75), muestra la importancia de la información de actualidad y de una información libre, que es una condición básica para una sociedad libre porque una persona desinformada es incapaz de tomar decisión adecuadas en los distintos ámbitos de su vida (Fontcuberta, 1993: 147). Y, en su evolución, este periodismo estuvo, en los países avanzados de Occidente, marcado por tres tradiciones periodísticas: la norteamericana, la británica y la latina (Mompert/Marín, 1999:11). El periodismo, como actividad estrechamente vinculada a la modernidad, tiene esta naturaleza y estas señas de identidad, que lo acompañaron hasta la actualidad.

En esta evolución, los gobiernos estuvieron muy presentes. Todos los gobiernos saben, desde Maquiavelo que la información y los medios de comunicación son un valioso instrumento de unificación ideológica y política, un instrumento fundamental de control social y el más valioso medio de justificación de las actitudes del poder y, en consecuencia, del poder incluso. Por este motivo, al margen del sistema político vigente, todos los gobernantes anhelan, necesitan y -si pueden- ejercen un riguroso control sobre la información y los medios (Timoteo, 2004: 29). El marco político, social y económico, con los correspondientes gobiernos, es, pues, un aspecto que debemos tener en cuenta en la naturaleza y evolución del periodismo.

Una segunda cuestión que debemos tener muy presente son los propios profesionales del periodismo y la preceptiva periodística que en cada etapa aplicaron. Esas transformaciones en el campo de la actividad profesional, que acompañaron al periodismo desde sus orígenes, tuvieron un especial desarrollo a finales del siglo XIX. El último cuarto de este siglo supuso para el periodismo una etapa de profundas transformaciones que afectaron especialmente al desarrollo de la profesión periodística. Jean Chabaly, partiendo de la hipótesis de que el periodismo moderno nació en el siglo XIX en Estados Unidos e Inglaterra, señaló las características que lo definirían frente a la prensa de centurias anteriores: la información es más abundante; las noticias se publican con mayor frecuencia, son más recientes; la información es más exacta, completa, objetiva y neutral; hay contenidos internacionales, y los periódicos dependen en menor medida de los poderes políticos y económicos. En el mundo anglosajón el periodismo se constituyó como un ámbito independiente de la literatura y apareció la figura del reportero (Humanes, 1999: 41). Los principales medios fueron, pues, especializando el trabajo periodístico y fijando un nuevo camino.

Los periodistas, como profesionales, enseguida fueron desarrollando su trabajo en unas estructuras que, en algunos casos, permitían una cierta especialización. En la evolución de la práctica periodística del siglo XX convivieron los periodistas generalistas y los especializados, al tiempo que se fue abriendo camino la información periodística especializada. De hecho, el periodismo especializado se convirtió en un modelo sistemático para la difusión del conocimiento. No cabe duda de que, si la profesionalización es intermediación eficaz, la divulgación exige mayor rigor y mayor pericia profesional a media que nos acercamos a los niveles de mínima especialización con los mensajes especializados, donde la comunicación se hace mucho más compleja (Fernández del Moral, 2004: 30). De la mano de la especialización periodística se puede combatir la incomunicabilidad producida por la especialización del conocimiento y se puede hacer accesible e interesante la información más compleja a las diferentes capas sociales.

EL PERIODISMO COMO CONSTRUCCIÓN

El sector de la comunicación colectiva constituye una realidad integrada por muchos aspectos distintos, en los que podemos apuntar desde reglamentaciones legislativas, en algunos ámbitos muy escurridizas -a modo de ejemplo, la ordenación jurídica del sector audiovisual-, hasta intrincadas operaciones financieras alrededor de la propiedad de algunos medios, polémicas sobre los efectos nocivos de los medios sobre la infancia, o entusiasmos y alarmas ante las tecnologías actuales y los escenarios que prefiguran, entre otras cuestiones. Esta breve lista, que puede incluir muchos más aspectos, sirve para confirmar que el sistema de medios constituye al mismo tiempo un importante sector industrial, un universo simbólico objeto de consumo masivo, una inversión tecnológica en continua expansión,

una experiencia individual cotidiana, un terreo de enfrentamiento político, un sistema de mediación cultural o una manera de pasar el tiempo, un sistema de agregación social... (Wolf, 1987: 11). Tenemos, pues, una realidad integrada por muchos aspectos, con pasado y con presente.

Para entender de donde viene todo este complejo panorama, nada mejor que una mirada a la historia de la comunicación, que nos permite constatar que cualquier análisis con perspectiva debe tener en cuenta que fue alrededor de 1880 cuando se produjo un salto a una fase superior de la evolución informativa, con importantes consecuencias incluso en el plano organizativo de la información y, sobre todo, en la sociedad del siglo XX, es decir, que significó la información-comunicación-propaganda en el pasado siglo, cuáles fueron sus aplicaciones y cual su papel y su importancia. Hubo una amplia variedad de factores –cambios de objetivos y, en fin, relaciones entre medios-sociedad-Estado, influencias de las tecnologías, adquisición de nuevos mercados y clientes, creación y adaptación de fórmulas nuevas de expresión y persuasión...- que incluso hicieron evolucionar la definición y práctica de comunicar y de informar (Timoteo, 1992: 8-9). Las funciones de la información evolucionaron, pues, de la mano de movimientos dominantes en un marco de propuestas alternativas y visiones críticas.

Todos estos mimbres del complejo panorama comunicativo ya fueron motivo de numerosos estudios. Un objeto tan proteiforme como el de la comunicación cuenta, además, con larga tradición de análisis -sintéticamente indicado con el término *communication research*- que intentó seguir los distintos problemas surgidos a lo largo del tiempo atravesando perspectivas y disciplinas, multiplicando hipótesis y enfoques. De estas iniciativas resultó un conjunto de conocimientos, métodos y puntos de vista heterogéneos. Los distintos modelos teóricos y ámbitos de investigación que caracterizaron los estudios mediológicos acercaron luz en un campo necesitado de constante investigación interdisciplinaria (Wolf, 1987: 11-12). El conjunto de estos trabajos mostró algo de claridad sobre la evolución de la comunicación y del propio periodismo en las distintas etapas.

Aun reconociendo todos los avances conseguidos, no podemos olvidar los cambios que vivieron y viven los medios de comunicación y los aires de cambio, de debate y de crisis que acompañaron a la comunicación mediada tecnológicamente y, más concretamente, al periodismo. La incesante transformación de los medios exige estudiarlos desde una perspectiva histórica. Los medios hablan de la historia, de la realidad social que vivimos o que vivieron las generaciones que nos precedieron (Moreno, 1998: 25). Tanto las prácticas profesionales de cada momento como las visiones sobre el periodismo hay, pues, que enmarcarlas en este escenario. No cabe duda de que este enfoque histórico es lo que nos puede ofrecer también una visión más completa de la evolución del periodismo y de las teorías del periodismo y de las relaciones entre la teoría y la práctica periodística.

La comprensión de esta complejidad del periodismo es lo que he intentado hacer en esta reflexión con perspectiva histórica, que tiene como referentes las principales aportaciones de la investigación en comunicación en estos años y como objetivo entender mejor el periodismo heredado, sus fortalezas y sus debilidades. Sólo así podemos entender los elementos que conforman el modelo dominante de periodismo, las bases teóricas sobre las que descansa, los debates actuales sobre su crisis y sus desafíos, y algunas posibles vías para revitalizar/reinventar el periodismo actual y favorecer su metamorfosis y hacer posible que, a partir de las mejores raíces con que contó en estos años, disponga de un modelo teórico para afrontar los nuevos desafíos y para mejorar su práctica en el futuro digital. Se trata de un futuro que bebe de un pasado en el que precisamos entender la producción de la noticia como discurso por derecho propio (Van Dijk, 1990, 15).

El periodismo ocupó y ocupa un papel central en las sociedades actuales, por lo que precisamos analizar su evolución y el escenario en el que se produce. No podemos olvidar que debemos entender el periodismo como una construcción, en el que es la sociedad la propietaria del periodismo -no los periodistas ni los medios-. Ese periodismo se construye en el pasado, en un contexto muy definido, y se construye en el presente, con una sociedad especialmente compleja y en una fase de tránsito a la sociedad de la información y el conocimiento, en la que la comunicación mediada ocupa un lugar central. Y en esa construcción surgieron y surgen diferentes teorías, movimientos periodísticos y percepciones sociales sobre su función y sobre sus efectos.

DEL ESPEJO A LA RECONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD

La importancia de la comunicación y del periodismo en las sociedades recientes y actuales es evidente. Lo que caracteriza al sistema de comunicación actual es la centralidad, la mediación y la transversalidad (Saperas, 1998:70-91). El periodismo y sus efectos están muy presentes en la vida de los ciudadanos. Sin duda, el enorme volumen de noticias obliga al periodismo a tres opciones permanentes: incluir, excluir y jerarquizar la información. A través de ellas confecciona sus contenidos, que responden, tanto a los intereses del público como a los de cada medio y de los diversos sectores de la sociedad (Fontcuberta, 1993: 39). Por ello, cuando hablamos de los efectos de los medios, miramos al proceso de producción y de construcción de los contenidos para luego entender las características de esos mensajes y sus consecuencias. Y hoy es común subrayar el poder de los media (medios de comunicación social), cuando no denunciarlo, como prepotente, perverso e incluso peligroso para el ciudadano y la propia sociedad democrática (Traquina, 2000: 13).

De hecho, los modelos explicativos más recientes sobre los efectos de la comunicación social tienden a ser definidos de una forma relativamente microscópica en función del tipo de influencia que ejercen -directa o indirecta, individual o social- y del tiempo que demoran a constatarse -corto, medio y largo plazo- (Sousa, 2000: 163). La metáfora de los medios como "espejo" de lo que acontece, que concebía al periodista como un mediador desinteresado, resultó insuficiente para entender la complejidad del funcionamiento de los medios y dio paso a los medios como constructores de la actualidad y de la realidad. Las noticias ayudan a construir la propia realidad, lo que inviabiliza la existencia de un simple reflejo de lo real (Pena, 2008: 128). La metáfora del espejo tiene limitaciones y el análisis de la producción mediática de la realidad muestra la complejidad de las interacciones que se producen y la propia complejidad del funcionamiento de las sociedades actuales.

El trabajo que ejercen los periodistas en los medios se mueve en ese escenario de complejidad. La actividad periodística está marcada por la constante elección de información, de datos, de vocablos...Una compleja actividad que obliga a los medios a mantener unos periodistas encargados de decir qué informaciones se publican, qué enfoque se ofrece, qué espacio van a ocupar...Son periodistas que forman parte del staff y que en el ámbito anglosajón se les conoce con el nombre de *gatekeeper* (Armentia/Caminos, 2003: 121). La función del *gatekeeper* no está situada en un único punto de la cadena de producción informativa, sino que está identificada con el responsable de hacer la selección entre el total de propuestas informativas de que dispone un medio (Tuñez, 1999: 86).

Fue en la década de los cincuenta del pasado siglo XX cuando varios autores se concentraron en los estudios productivos –gatekeeping y newsmaking-, que ayudan a explicar la construcción del real social a través del proceso de producción periodística de la actualidad y entender la disonancia periodísticamente inducida entre la realidad y la percepción que se tiene de esa misma realidad. Fueron Galtung y Ruge, en el año 1965, los que, fundándose en el proceso del gatekeeping, establecieron las bases del que se convino en denominar newsmaking (Sousa, 1994: 30-31). La perspectiva de la teoría del newsmaking es constructivista y rechaza claramente la teoría del espejo. Presta mucha atención a la cultura profesional de los periodistas, a la organización del trabajo y a los procesos productivos. Entiende que el proceso de producción de la noticia tiene procedimientos propios y límites organizacionales (Pena, 2008: 128-129).

Y ese discurso que, con las referidas limitaciones, se construye en los medios es el que influye en la opinión pública porque los usuarios tienden a considerar más importantes los asuntos que son difundidos por los medios de comunicación. Eso por lo menos sostiene la teoría de la agenda setting –agendamiento, en el ámbito lusófono-. Sin duda, el papel de los medios de difusión como fijadores de la agenda vincula el periodismo y su tradición narrativa con la opinión pública. Se trata de una relación con consecuencias importantes para la sociedad (McCombs, 2006: 22). No cabe duda de que el problema del grado de influencia de los media en el individuo y en su comportamiento, en la sociedad y en sus tendencias, recibió en varias épocas muchas y diferentes respuestas. Toda la historia de la investigación comunicativa se vio determinada de varias maneras por la oscilación entre la actitud que detecta en los media una fuente de peligrosa influencia social, y la actitud que mitiga este poder, reconstruyendo la complejidad de las relaciones en la que los media actúan (Wolf, 1994): 9).

Distintas teorías trataron de dar respuesta a esta complejidad con aportaciones interesantes para la reflexión y el debate, desde la espiral del silencio -los medios de comunicación tienden a priorizar las opiniones dominantes, consolidándolas y ayudando a callar a las minorías-, de Elisabeth Noelle Neumann, hasta la teoría instrumentalista -las noticias sirven objetivamente a determinados intereses políticos-, entre otras. Todas dejaron su poso y alimentan un debate necesario y actual para formular los aspectos centrales de la teoría general del periodismo (Sousa, 2000: 2006).

Bajo los citados marcos teóricos, la práctica periodística siguió también diferentes caminos en cada escenario cultural, político, económico y social. La formación de los periodistas se articuló mediante la combinación de cuestiones de teoría con cuestiones de práctica, con modelos y propuestas diferenciadas por centros, países... La función docente de los principales centros consistió en ofrecer a los alumnos conocimientos teóricos, técnicos y prácticos para formarlos como profesionales en todos los medios. Una amplia base teórica preside las principales propuestas de formación actuales que se imparten en el ámbito universitario.

La necesidad de ofrecer una buena formación para los diferentes medios abrió nuevos campos de actuación según las características de cada soporte. Sin duda, las singularidades de los soportes animaron cierta especialización, desde la propia de los medios impresos hasta la de los audiovisuales o de los cibermedios. El resultado fue en el pasado y es en la actualidad un mapa de modelos y experiencias muy variado, susceptible de numerosas interpretaciones. De todos los modelos y propuestas hay defensores y detractores que animan un debate del que siempre podemos sacar conclusiones enriquecedoras para avanzar en la mejora de los diferentes proyectos que existen en la actualidad, sometidos a constantes actualizaciones, evaluaciones y revisiones a fin de conseguir la excelencia -cuando menos, así se presentan formalmente y así lo explican sus responsables en los diferentes países-.

MOVIMIENTOS PERIODÍSTICOS

Al largo del siglo XX, mientras el periodismo evolucionaba y se desarrollaba en diferentes contextos políticos, sociales y económicos, fueron configurándose corrientes o movimientos periodísticos que intentaron dar respuestas a los numerosos desafíos formulados y a la constante búsqueda de otro periodismo, es decir, de otra forma de informar mejor que el que ofrecía el modelo dominante. Desde los primeros momentos del periodismo, la semejanza material del formato de los libros y de los folletos –con títulos de publicaciones largos y enunciativos, ausencia de titulación de los textos, numeración anual de las páginas, discursos en verso y en prosa sin adaptar en la extensión ni en estilo- y el uso habitual de la expresión “obra periódica” no impidieron la aparición de formas de expresión específicas y genuinas del periodismo. La noticia política y militar fue el único género específico de esta primera hora informativa, un periodo en el que a menudo impresor y editor coincidían en una misma persona, e incluso el redactor, entendiéndose por tal aquella persona dedicada a seleccionar y resumir (Guillamet, 1999:21-28).

La información y los rasgos básicos del periodismo que se mantuvieron hasta nuestros días –recogida, interpretación y elaboración de la información; cuestiones que afectan a la vida pública y a los ciudadanos; se elabora en forma de productos concretos y en soportes tecnológicamente viables; tiene capacidad de promocionar ideas, personas, servicios y bienes;...- se fueron introduciendo como factor de poder político, social y económico en la sociedad occidental de forma lenta, pero ineludible a partir de entonces, hasta llegar, con el paso del tiempo, a convertirse en un sistema complejo en un supersector económico (Timoteo, 2004: 27). Desde la primera evolución del periodismo, donde hay que apuntar los cambios en las fuentes, en las modalidades expresivas y en los criterios informativos (Guillamet, 2004: 72), se va andando hasta principios del siglo XIX, cuando la prensa aun no disfrutaba de un régimen de libertad en la mayoría de los países, pero cuando la lucha por instaurar ese principio de forma definitiva se convirtió en un objetivo (Sánchez, 2004: 77).

La principal fase de esos cambios llegó justo de la mano del nacimiento del periodismo moderno, que Ángel Benito sitúa la mediados del siglo XIX, concretamente alrededor de 1850. En ese momento había un predominio de criterios que apreciaban la prensa como un instrumento al servicio militante de los diversos ideales políticos, religiosos y filosóficos; una herramienta indispensable para el gran debate entre las diversas tendencias internas de la nueva clase dominante surgida de la Revolución Francesa; un arma imprescindible para la consolidación de la clase burguesa, situada entre el fuego cruzado de los residuos aún vigorosos de antiguos regímenes aristocráticos y los primeros balbuceos de la nueva clase obrera ascendente, engendrada por el desarrollo industrial dirigido por la clase hegemónica (Casasús, 1988:33). En este escenario, en el que los regímenes liberales se iban asentando, la prensa experimentó un gran desarrollo, fruto de los cambios que se produjeron en el entorno informativo. Y a la prensa se le asignó un papel político de primer orden, que cumplió en la medida en que la sociedad se lo fue exigiendo. Los factores que hicieron posible esta evolución fueron básicamente de tipo sociopolítico, económico y técnico (Sánchez, 2004: 87).

Los diarios experimentaron un proceso de adaptación a sus condicionantes técnicos y económicos, con la consiguiente aparición de

modelos estandarizados donde se manifestaban las distintas evoluciones. En el periodismo anterior a la revolución industrial se detectaban experiencias que luego serían hegemónicas en las etapas del periodismo ideológico (1850-1914) y del periodismo informativo (1870/1914-1945). Y en las etapas del periodismo de explicación (1945/1950-1975) y del periodismo social (1975-1995/2000) se mantienen modalidades expresivas y técnicas de las etapas anteriores, aunque mudan los elementos hegemónicos (Casasús, 1988: 39-49). En estas etapas hay, pues, importantes cambios en la concepción periodística, en los productos y en las técnicas periodísticas. Incluso, la propia palabra noticia, que está en el centro del periodismo, vivió importantes cambios al largo de la historia. Se hicieron muchas interpretaciones sobre la naturaleza, el desarrollo y la producción de las noticias. En un principio la noticia periodística se definió como la comunicación a un público interesado en un hecho que acababa de producirse o de anunciarse a través de los medios de comunicación. El conjunto de las noticias debían ser un reflejo de la realidad que tenía que describirse, explicarse e interpretarse a los ciudadanos. Pero, dado el carácter dominante de los medios, no tardaron en recibir críticas al considerar que ofrecían una realidad parcial o deformada que no se limitaba a ser un mero reflejo del que acontecía (Fontcuberta, 1993: 15). No podemos olvidar que la producción de la noticia es un proceso complejo que se inicia con un acontecimiento. Pero no se puede entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción de la realidad por parte del sujeto (Rodrigo, 2005: 125). Este apareció como una cuestión central en el debate periodístico del siglo XX.

Fue justo en el siglo XX cuando se produjeron los principales cambios y cuando surgieron los principales movimientos periodísticos, que van desde los muckrakers norteamericanos de finales del siglo XIX y principios de siglo XX —periodistas de denuncia que investigan y publican reportajes sobre abusos del gobierno y de las grandes empresas en revistas de investigación—, siguen con el llamado “nuevo periodismo” norteamericano y pueden rematar con el llamado “periodismo colaborativo o ciudadano”. En diferentes etapas históricas y contextos socio-políticos se configuraron una serie de movimientos e innovaciones organizadas entre ciertos sectores de profesionales de la comunicación y el periodismo, que, en la mayoría de los casos, son muy críticos con los procesos rutinarios y convenciones de selección y tratamiento de la actualidad y resultan lo suficientemente imaginativos y realistas como para poner en práctica nuevas vías de procesar información de interés general con mayor receptividad para con las preocupaciones cotidianas y necesidades de los ciudadanos de a pie (Dader, 1999: 173).

Los escarbadores de basura -muckrakers- se empeñaron en sacar a la luz pública escándalos y cuestiones oscuras del funcionamiento de la sociedad de la época. Pusieron una semilla de inmersión en los hechos que los “nuevos periodistas” acompañaron de renovadas técnicas narrativas para combatir los corsés de la pirámide invertida y explorar nuevos territorios de la mano de técnicas inspiradas en la novela realista. Bajo la etiqueta de “nuevo periodismo”, genérica y ambigua para algunos, se denominó a un heterogéneo conjunto de obras de autores que tenían como común denominador su más o menos drástica distinción con respecto al periodismo escrito convencional publicado en Estados Unidos hasta los primeros años de la década de los sesenta (Bernal/Chillón, 1985: 23).

Los “nuevos periodistas” buscaron darle fuerza a sus textos mediante la construcción de escena por escena y registrando el diálogo en su totalidad para tentar captar mejor la atención del lector. Su técnica también incluía poner el punto de vista en tercera persona —presentar al lector cada escena a través de un personaje particular— y prestar una gran atención a los detalles —gestos cotidianos, hábitos, costumbres...—. Estas cuatro fueron las principales características formales que Tom Wolfe, uno de sus principales representantes, atribuyó al nuevo periodismo norteamericano. Su estilo no era simplemente otro estilo, diferente del dominante pero a fin de cuentas único y homogéneo, sino una actitud estilística inédita, singular en virtud de la gran diversidad de usos expresivos que adoptaban (Chillón, 1999: 238). Creó una corriente y dejó un legado que, en algunos aspectos, aun tiene en la actualidad seguidores.

Con todo, en el ámbito norteamericano referirse al “nuevo periodismo” desde una perspectiva histórica suponen situar esa acepción no sólo en el tiempo, sino en su significado concreto. Ese término ya había sido empleado en la historia de la producción informativa en dos ocasiones del siglo XIX para el mundo anglosajón. La primera vez, para denominar al periodismo inglés que iba a jugar un papel destacado en el desarrollo democrático de la política y la economía; y la segunda mención está relacionada con la consolidación en los modelos canónicos del periodismo de masas norteamericano (Gomez Mompert/Marín Otto, 1999:240). Pero fue el “New Journalism” de los años sesenta del siglo XX, en un contexto convulso de la sociedad norteamericana, lo que se convirtió en una moda y lo que consiguió mayor repercusión y proyección en el ámbito europeo.

En el ámbito norteamericano también apareció el periodismo de servicio —service journalism—, que tiene como idea central ofrecer a los lectores y audiencias de los medios un tipo de información y contenidos de orientación esencialmente práctica y encamina a facilitar a los ciudadanos los datos concretos con los que resolver las cuestiones cotidianas más variadas (Dader, 1999: 176). Su fórmula en un primer momento consistía en “hágalo usted incluso”, por lo tanto teniendo la utilidad como lema, e intentaba responder a las necesidades del periodismo de buscar mayor cercanía al lector. Aunque los antecedentes de este periodismo están en las primeras décadas del siglo XX, su desarrollo se produce en la segunda mitad del siglo XX, sobre todo en los años setenta.

Es en estos años cuando se entiende el periodismo de servicio como una información que aporta al receptor la posibilidad efectiva de acción y/o reacción. Se trata de aquella información, ofrecida oportunamente, que pretende ser de interés personal del lector-oyente-espectador: que no se limita a informar sobre sino para; que se imponen la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica y materialmente, mediata o inmediata, cualquier que sea el grado y el alcance de esa utilidad. La información de servicio tiene como meta dejar de ofrecer datos circunscritos al acontecimiento para ofrecer respuestas y orientaciones (Diezhandino, 1994: 89). Esta concepción del periodismo de servicio tiene vinculación con el periodismo de “información movilizadora” —término acuñado y desenvuelto por James Lemert—, que se basa en facilitar datos para que los ciudadanos puedan pasar a la acción tras enterarse de los hechos (Dader, 1999: 179-180).

Otra corriente que apareció con sello norteamericano fue el periodismo de precisión -o periodismo asistido por ordenador—, que también surgió en los años setenta y que se basa en la utilización de las tecnologías para analizar datos que permitan ofrecer una información precisa de la realidad. El periodismo de precisión trata al periodismo como si fuera una ciencia, adoptando el método científico, la objetividad científica y los ideales científicos en el proceso completo de la comunicación de masas (Meyer, 1993:31). El periodismo de precisión suponen cierto conocimiento de los métodos de investigación científica y, por consiguiente, es capaz de aplicarlos por sí incluso o de utilizarlos para detectar distorsiones o deficiencias en los resultados de trabajos emprendidos por investigadores sociales y científicos en general, y lo que es casi más importante: su percepción básica de la importancia del rigor metodológico le lleva a la búsqueda del asesoramiento de expertos en todos aquellos asuntos en los que su prelación metodológica, comprensiblemente generalista, no le permita actuar en solitario (Dader, 1997:23).

Para los defensores del periodismo de precisión, un periodismo basado en el método científico deja un rastro mediante el que se puede detectar el error y verificar la exactitud. Sostienen que si se pudiera someter al mismo tipo de test de exactitud a otras formas de periodismo, el mercado de las ideas premiaría eficiente e intensamente a tales suministradores de verdades confirmadas (Meyer,

1993:308). Las nuevas herramientas y técnicas de trabajo que incorporó el periodismo de precisión animaron a muchos periodistas a intentar practicarlo, aunque no siempre encontraron el apoyo de las empresas para las que trabajaban.

El periodismo público, cívico o comunitario –estas son las denominaciones que le dieron los promotores o profesionales que lo practicaron, como Rosen, Merritt, Charity o Black- tiene, también, origen en Norteamérica y también busca responder al escaso servicio que las informaciones le prestan a sus destinatarios, así como intentar acercarle a los ciudadanos los instrumentos necesarios para que los ciudadanos adopten decisiones inteligentes sobre los asuntos públicos. El catalizador definitivo de este movimiento se produjo en el año 1992, después de que una fundación dedicada a estimular ideas renovadoras sobre la democracia -Kettering Foundation, de Ohio- invitara a Jay Rosen, Davis Merritt y otros periodistas. A partir de ese momento, el movimiento se extendió con rapidez entre profesionales norteamericanos (Dader, 1999: 193).

El periodista cívico entiende que el profesional de los medios de comunicación tiene que sentirse y actuar en primer lugar como ciudadano -un ciudadano que tiene la oportunidad de elaborar mensajes y difundirlos en los medios en donde trabaja- y no solo como un profesional que acude a las fuentes -a los ciudadanos- para reclamarles puntos de vista y para hacer su trabajo rutinario. Los promotores del periodismo cívico defienden, pues, la organización de proyectos concretos en las comunidades y una participación activa de los periodistas en su desarrollo y en la organización de sistemas que garanticen la participación efectiva de los ciudadanos. En definitiva, tratan de que los periodistas escuchen más y vinculen más a los ciudadanos con las plataformas de información, al tiempo que asuman su responsabilidad de dar una información profunda y rigurosa.

El periodismo colaborativo o ciudadano -o periodismo hecho por los ciudadanos-, corriente periodística de comienzos del siglo XXI, nace en las transformaciones que se viven en el cambio de siglo de la mano de Internet y de la participación de los usuarios en la construcción de los mensajes. Esta tendencia, que también se denomina periodismo de “código abierto”, surgió en el escenario comunicativo marcado por la conocida como web social, que dio pasos con el uso masivo de blogs primero y después con las redes sociales, con el objetivo de convertir a los ciudadanos en periodistas. Esta corriente sostiene que los grupos de información se están concentrando para crear grandes conglomerados y, en muchos casos, el periodismo serio -y el servicio público- están siendo la víctima. Todo esto deja un vacío informativo que los periodistas, especialmente los ciudadanos-periodistas, están ocupando (Gillmor, 2005: 17). Los promotores de esta corriente emplean, en su práctica periodística, las herramientas propias de la llamada web 2.0 -administración automática de contenidos, blogs, videos, audios...- y caminan bajo la alargada sombra de las redes sociales.

Estas que cité son únicamente algunas de las principales corrientes, pero debo decir que hay muchos más movimientos periodísticos, con más o menos incidencia en la sociedad cuando surgieron y en el contexto actual. Podemos citar el periodismo social, el periodismo de anticipación, estratégico o de perspectiva, el periodismo de soluciones... Son iniciativas que surgieron en la busca de otro periodismo diferente al modelo dominante en distintos lugares y en unos contextos sociopolíticos y económicos concretos.

Ciertamente, como hemos dicho, el periodismo existe en múltiples versiones y hablar del periodismo necesario en una sociedad compleja exige profundizar en el concepto de complejidad y en las consecuencias que acarrea no tenerlo en cuenta. En el siglo XXI, cuando el soporte digital proporciona tecnología necesaria para el acceso a una información más amplia, rigurosa, veraz y contrastada, el periodismo precisa dar un salto del modelo sistema al modelo mosaico (Fontcuberta, 2006: 30-148). En la busca de ese salto adelante, en sus múltiples prácticas y perspectivas profesionales y académicas, aparecen opciones que intentan otro periodismo. Es en este escenario donde aparecen y se consolidan corrientes, movimientos... que intentan demostrar que otro periodismo es posible. Es en ese escenario donde conviven diferentes prácticas periodísticas, diferentes formas de entender el periodismo en la sociedad actual y numerosos debates alrededor de la opción más conveniente para conseguir una sociedad mejor informada. Por lo tanto, el periodismo, que es de la sociedad, hay que entenderlo como una construcción.

LAS RAÍCES QUE ALIMENTAN LA METAMORFOSIS PERIODÍSTICA

En esa construcción del periodismo hay una serie de raíces que alimentan la metamorfosis que vive en la actualidad y hay, por lo tanto, cuestiones que lo acompañan, entre ellas los debates alrededor del camino que sigue y otras opciones que puede elegir. De hecho, la crisis del periodismo, la muerte del periodismo o su reinención son expresiones que aparecen en buena parte de los textos periodísticos de los últimos ciento cincuenta años y en los textos de los investigadores en Comunicación, preferentemente en los últimos cincuenta años. Cuando esto acontece, algo quiere decir -es síntoma de un estado de opinión y de una cuestión que preocupa- y, por lo tanto, conviene reflexionar cuáles son los motivos que nos llevan a formular estas preguntas. Sin duda, entre los principales motivos están los grandes cambios que se producen en el hipersector de la Comunicación, la deriva del periodismo comercial en el actual escenario y la escasez de modelos que, en la práctica profesional, puedan considerarse realmente alternativos al modelo dominante y conciten, luego de los oportunos debates, algún consenso sobre los aspectos nucleares, esenciales.

Se está produciendo, sin duda, una metamorfosis periodística alrededor de la que debemos centrar nuestras investigaciones para, con perspectiva histórica y con análisis comparados, intentar aportar conocimiento y contribuir, en la medida de nuestras posibilidades, a que el periodismo mantenga su esencia: contar lo que acontece en la sociedad a partir de su carácter de servicio a la ciudadanía (servicio público), de utilidad social desde la mediación profesional, y de compromiso con la veracidad -honestidad profesional- y de compromiso con una sociedad que camina de la mano del desarrollo sostenible y de la lucha por una mayor justicia social.

El hecho de que el periodismo moderno naciera de la mano de los medios impresos hace que muchos debates actuales sobre el punto final de los diarios impresos se relacionen con el fin del periodismo. Citaré dos casos que provocaron cierto impacto en los profesionales y en los medios en nuestro ámbito:

a.-Fue lo que aconteció con lo expuesto por José Luis Martínez Albertos en su libro “Él ocaso de él periodismo”, en el que dice que el periodismo es una técnica social en peligro de extinción. Realmente, lo que hace es un convite a reflexionar sobre la actividad profesional de los periodistas y sobre la supervivencia del periodismo impreso.

b.-Fue lo que aconteció cuando el profesor norteamericano Philip Meyer -catedrático de periodismo en la Universidad de Carolina del Norte- dijo que el año 2043 será el último de la prensa escrita, afirmación que posteriormente matizó.

Estos dos anuncios están bien como provocación intelectual y merecen nuestro respeto en el campo de las predicciones, pero nada más. A nosotros, a los académicos, nos resulta interesante la práctica profesional, el futuro de los soportes, las potencialidades de cada medio...., pero, por encima de todo, lo que nos preocupa es el periodismo como ámbito social con una técnica muy definida en el campo de la Comunicación. A nosotros, en el marco de estos debates, nos compete recordar que el periodismo es periodismo al margen de los soportes. Quizá, por ello, debemos indicar la conveniencia de no confundir lo esencial con aspectos importantes de nuestro campo, pero, sin duda, alejados del núcleo, del centro de nuestro ámbito.

Comparto, por lo tanto, la preocupación que hay en el campo de la investigación en Comunicación por la metamorfosis, por la reinención del periodismo en un escenario complejo, proceso al que tenemos que acercarnos con sólidos enfoques estratégico-epistémicos. En el periodismo hay mucho más que aspectos instrumentales y, por lo tanto, no resultan suficientes las concepciones instrumentales. Precisamos caminar de la mano del enfoque comunicológico, derivado de la teoría y de la sociología de la comunicación, para entender el periodismo en el marco de la variable comunicacional en los diversos procesos políticos en los que interviene.

En el campo del periodismo tenemos que trascender al estrictamente profesional -el dirigido y relacionado con la capacitación técnica para el ejercicio de la profesión periodística- y caminar a partir de nuestras bases, las Humanidades y las Ciencias Sociales, con las aportaciones de la Ciencia de la Comunicación, hoy ya un edificio sólido, levantado sobre un espacio epistemológico autónomo y con potencialidades para avanzar en la construcción del conocimiento. Los dispositivos teóricos-metodológicos con los que contamos son una garantía para seguir avanzando y venciendo los nuevos desafíos.

De la mano de las aportaciones de las principales escuelas académicas de la comunicación, del pensamiento crítico y de enfoques renovadores, podemos decir que disponemos de mimbres para superar los enfoques instrumentales del periodismo, sin olvidar la relación entre la teoría y la práctica, y suministrar a la comunidad científica de conocimiento sobre la evolución del periodismo, sus fortalezas y debilidades, sus tendencias y las posibilidades de desarrollo en el contexto actual, es decir, en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

No cabe duda de que el periodismo heredado tiene una larga tradición, se forjó en distintos contextos históricos que abarcan los más de 150 años de periodismo moderno, mostró diferentes tendencias, se manifestó en la práctica profesional mediante un modelo dominante y suscitó numerosas miradas, profesionales, académicas y de diferentes actores políticos y sociales. Esa es nuestra historia, la del periodismo, y por lo tanto no podemos sustraernos a ella porque sabemos que, acogiéndonos al viejo dilema que ya se formulaba el hombre primitivo, ahora adaptado a nuestro objeto de estudio, precisamos conocer bien de dónde venimos, dónde estamos y a dónde vamos.

Y cuando miramos al pasado encontramos ese escenario en el que nacieron las primeras manifestaciones periodísticas, como se hizo el camino hacia el periodismo moderno definiendo espacio en relación con otras técnicas sociales de comunicación, como la publicidad o la propaganda. Esas relaciones con nuestro entorno más inmediato tenemos que seguirlas analizando porque puede acontecer que pongamos el término periodístico a muchas cosas que realmente no son periodismo. Ya sé de esos dos enfoques del periodismo, un restrictivo -se centra exclusivamente en aquellos contenidos que se refieren a la actualidad (McNair, 1998)- y otro mucho más amplio - presenta como periodismo ciertos contenidos típicos del entretenimiento, aunque destaca aquellos que se refieren a la actualidad (Koszyk y Pruys, 1981 o Watson e Hill, 2000)-. Pero, incluso en esa segunda opción, es necesario analizar qué hay de periodismo en lo que llamamos periodismo porque todo parece indicar que el periodismo perdió espacio frente a otras técnicas de comunicación. Es lo que explica José Manuel Nobre-Correia (2006) cuando, en su artículo "La crisis del periodismo. Cierta muerte anunciada", indica que el periodismo como profesión de información destinada a las masas está en vías de desaparición y sostiene que el periodismo permanecerá como profesión especializada en la información destinada a las élites y puede que a pequeños grupos sociales.

La historia nos enseña las diferentes etapas por las que ha transitado el periodismo hasta hoy, los contextos en los que tuvo que moverse y su capacidad para ofrecer respuestas, que nos pueden gustar más o menos, pero que resultaron efectivas para su supervivencia hasta la actualidad. Por lo tanto, y habida cuenta como otras técnicas de comunicación ganan protagonismo en ciertos ámbitos frente al periodismo, no dejamos de pensar que podemos estar delante de una de esas crisis cíclicas del periodismo y que, por lo tanto, hoy como en el pasado, su futuro dependerá de su capacidad para cumplir con sus cometidos, porque sólo así contará con el apoyo de la sociedad. Y el futuro del periodismo, no lo olvidemos, dependerá del que quiera la sociedad que sea, del papel que le asigne y de su capacidad para aportar, como aconteció en el pasado.

De momento, en el presente, con su presencia en internet, en los cibermedios, el periodismo mostró una de sus fortalezas: su capacidad de adaptación al nuevo entorno y las potencialidades que tiene en el nuevo escenario digital. El desarrollo de los medios a través de internet no ha sido desde sus inicios el resultado de una nueva fiebre por la última tecnología, sino una respuesta a la demanda de servicios informativos innovadores (Cabrera, 2000:83). Los hechos han confirmado esta previsión, por lo que ahora resulta necesario analizar pormenorizadamente esa evolución. Por lo tanto, hay que ver cómo se adapta el periodismo a medida que cobra madurez, que permanece y que muda, o que lo caracteriza en el nuevo medio, entre otras muchas cuestiones. Por lo tanto, en esta diversificación y metamorfosis hay que ver si muda o no lo esencial del periodismo.

UN ESCENARIO CAMBIANTE

La etapa de construcción actual del periodismo muestra esa nueva cara, con las raíces en lo básico -contar con la preceptiva periodística lo que pasa en la sociedad, analizarlo y difundirlo-, que permanece, y la mudanza en las formas, en la colaboración con los ciudadanos y en la entrada en los nuevos espacios de las redes sociales y el entorno de la web social. Es el fruto de la adaptación en un espacio donde la ideación y la producción de contenidos en las industrias culturales de la era digital vive un proceso de transformación de la mano del entorno que caracteriza las sociedades de nuestro contexto en el tercer milenio. El proceso creativo de los contenidos y de los productos culturales sigue, como pilar básico, en la base de la actual industria digital. El trabajo simbólico constituye la materia prima del entramado empresarial que abarca a aquellas sociedades, entidades y organizaciones que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son culturales en su esencia. La creación, como valor añadido a los contenidos, precisa de la calidad y de la ética en un escenario confuso y convulso.

La fase de tránsito a la Sociedad de la Información y el Conocimiento nos ha conducido en los últimos quince años a un nuevo sistema mundial de comunicación y cultura en red en el que los profesionales encargados de la elaboración de los contenidos tienen que conocer y trabajar con las tecnologías actuales, pero, sobre todo, precisan disponer de un bagaje cultural y creativo para poder producir con ciertas garantías de éxito para la industria cultural. Y, como dice la Unesco, entendemos que existe esa industria cultural y de la comunicación cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando programas y estrategias de carácter económico, en cualquier de los posibles soportes. En ese escenario se mueve el periodismo, que mantiene lo básico -los fundamentos y los elementos analizados por Bill Kovach y Tom Rosenstiel (2003)- y lo importante, pero no determinante -características de la empresa promotora, herramientas, soporte ...- cambia.

Lo que no cabe duda es que el panorama del inicio de esta segunda década del tercer milenio presenta una radiografía con importantes cambios en relación con el final del siglo XX. La lógica mercantil ha avanzado en la reorganización de la industria, en la concentración y, en la comunicación, en la creación de nuevos conglomerados de matriz tecnológica, en un escenario mundial muy desregulado y, en los últimos años, bajo la alargada sombra de la crisis económica. Muchos proyectos de tamaño pequeño y mediano buscan modelo de negocio para conquistar el futuro en una red donde los retornos económicos muchas veces encuentran dificultades. La complejidad sistémica empuja a las organizaciones a reorientar el enfoque de su estrategia hacia nuevas formas de gobernanza (Campos, 2011:175) y a buscar nuevos ámbitos para su actuación en el campo de la comunicación mediada tecnológicamente.

Por su parte, el factor tecnológico, que ha sido fundamental en muchas de las transformaciones históricas en el campo periodístico, ha propiciado el nacimiento de un escenario nuevo y más complejo, caracterizado por la web social, con toda una serie de aplicaciones que permiten compartir información, el auge de las redes sociales y la apropiación de los ciudadanos de toda una serie de herramientas que les permiten producir contenidos, conversar en red y participar en los procesos comunicativos y en las propias actividades periodísticas. La industria de contenidos se ha adaptado a este nuevo entorno, con múltiples estrategias y con muchas dificultades, y los ciudadanos han alimentado la vía colaborativa en buena parte de los procesos comunicativos en red.

El periodismo se mueve en este escenario, lo que provoca, como hemos dicho, muchas reflexiones sobre la crisis del periodismo (3) y el futuro del periodismo (4). Algunos observadores pronostican el fin del modelo de periodismo que se consolidó durante el siglo XX, ya sea en sus variantes comerciales o de radiodifusión pública (Hallin, 1992); Henry, 2007), Meyer, 2004), e incluso algunos han pronosticado sociedades del posperiodismo (Altheide y Snow, 1991). En términos menos apocalípticos, otros estudios analizan la crisis irremediable de la práctica periodística y de su lugar en la esfera pública (Waisbord, 2012: 4-5). Es, en esta última posición, en la que me inscribo a partir del análisis de perspectiva histórico y de los síntomas de metamorfosis que se están produciendo.

El periodismo está en la sociedad y, por tanto, no puede vivir alejado de las tendencias y debates que existen en la sociedad. Así ha sido en el pasado y así es en el presente. Las tendencias del final del siglo XX, apuntadas a partir del contexto histórico en este trabajo, pueden significar más el fin de un modelo periodístico —el de la comunicación de masas— que el principio de una nueva cultura periodística estimulada por las nuevas demandas sociales y las tecnologías interactivas de la información (Mompert/Marín, 1999:250). Era el final del siglo XX y no había comenzado el fenómeno de la web social, pero algunos autores, como los citados, ya advertían del posible futuro inmediato.

Con todo, los acontecimientos de las dos primeras décadas del tercer milenio es posible que ya estén esbozando aspectos de la nueva cultura periodística de la sociedad digital. El motivo: El periodismo se alimenta de las aportaciones de los científicos sociales en general -de los del campo de la comunicación en especial- y de los controvertidos resultados de sus investigaciones -“la investigación de la comunicación es y debe seguir siendo objeto de controversia, porque se mueve entre grandes polaridades (Moragas, 2011:17)-, de los debates y de las experiencias en la práctica profesional, y de la sociedad, de los ámbitos sociales, políticos y económicos. El periodismo está, pues, en cercanía constante con las grandes transformaciones de la sociedad (Waisbord, 2012: 5) y estas transformaciones están alimentando nuevas formas periodísticas, fruto de la metamorfosis que vive actualmente y que necesariamente desembocará en algo renovado para los medios de la sociedad en red y para el contexto comunicativo de una fase aparentemente más colaborativa.

3. Sobre la crisis del periodismo han escrito en los últimos años autores como Denis Ruellan (Francia); Manuel Pinto (Portugal), Jose Manuel Nobre-Correia (Portugal/Bélgica), Philip Meyer (USA), José Luis Martínez Albertos (España), Ramón Salaverría (España), Jeff Jarvis (USA), Tom Rosenstiel (USA), Stuart Allan (Inglaterra), Neil Henry (USA), Bernardo Díaz Nosty (España), Mark Deuze (USA), Michael Schudson (USA) o Howard Tumber (Reino Unido), entre otros muchos.

4. Los debates y artículos sobre el futuro del periodismo son constantes. Quizás citar, en el cambio de década, los números de las revistas Journalism Studies (Vol.11. No. 4) y Journalism Practice (Vol. 4. No. 3) que han recogido los mejores papers presentados durante la conferencia sobre el futuro del periodismo que se celebró en la Universidad de Cardiff en septiembre de 2009. En el número de junio de 2009, la revista Journalism (Sage), en el Vol. 10. No 3, coincidiendo con el décimo aniversario, dedica un monográfico bajo el título general “The future of Journalism”, con artículos de Stuart Allan, Simon Cottle, Jane B. Singer, Mark Deuze, Michael Schudson y David Weaver, entre otros. En el campo profesional, quizás citar, por contexto y proximidad, el debate organizado en el Auditorio del Museo Reina Sofía de Madrid, en febrero de 2011, con el título “El futuro del periodismo. Wikileaks, revoluciones y el nuevo escenario informativo”, en el que participaron directores de The New York Times, Bill Keller; The Guardian, Alan Rusbridger; el semanario Der Spiegel, Georg Mascolo; Le Monde, Sylvie Kauffman y El País, Javier Moreno.

DE LOCAL A GLOCAL

Un análisis de la metamorfosis que vive el periodismo, si lo situamos en perspectiva histórica, nos permite afirmar que ya ha dado un importante salto adelante y ha experimentado un profundo cambio en esta última década. De la revisión de la evolución histórica se concluye que el periodismo comenzó local, en la era de la imprenta, y consolidó la dimensión local como un factor básico y permanente del periodismo (Guillamet, 2002: 183), para terminar glocal, en la era digital. Las manifestaciones periodísticas, como expresiones de una sociedad determinada, siempre han estado muy vinculadas a manifestaciones culturales y políticas de un espacio geográfico, cultural, social, político y económico, más o menos vinculado a la proximidad. Aunque los grandes preceptos periodísticos y el modelo estándar dominante se universalizó, de la mano del modelo anglosajón y de diferentes mestizajes de corrientes y movimientos puntuales, así como con la incorporación de aportaciones de algunas otras tradiciones, la aplicación siempre ha mantenido las raíces. Fue así como, a medida que la tecnología y la economía lo propiciaron, la doble y simultánea tendencia de la comunicación a lo local y a lo mundial alimentó renovados proyectos periodísticos y abrió las puertas al modelo actual, de periodismo en red, de clara matriz glocal (global y local a la vez,

entendiendo por este anglicismo la capacidad de encerrar en un mismo modelo lo local y lo global a la vez).

La práctica periodística actual muestra la convivencia de experiencias con mayor o menor peso de lo local y de lo mundial, es decir, desde la existencia de medios hiperlocales, pero de difusión en red mundiales y con comunidades virtuales mixtas, hasta canales de proyección mundial, multilingües y que tratan de adaptarse a la diversidad cultural a la hora de preparar sus productos territorializados en función de grandes escenarios culturales. Y todo en múltiples canales de acceso, para múltiples dispositivos y en una sociedad enredada, con segmentaciones muy diversas, marcadas tanto por la brecha digital como por los referentes culturales como por los escenarios económicos.

Las características de cada producto informativo, centro de grandes cambios y experimentaciones en la búsqueda de modelos que aseguren el mayor flujo de visitantes y de consumos informativos y de otros productos que se retroalimentan en el entorno, condicionan la práctica informativa con más peso de lo local o de lo mundial, pero siempre bajo la matriz glocal. La dimensión local permanece como básica, incluso en las grandes marcas, pero la sociedad en red, como potencial eje de difusión y circulación mundial, lo envuelve todo y sitúa los procesos comunicativos en un nuevo escenario y con renovadas características. Y el periodismo vive ahí; se alimenta de esos contextos comunicativos en los que los profesionales elaboran piezas colaborativas, para un contexto ramificado y envolvente, de ciudadanos que producen contenidos.

Las tecnologías de la información y la comunicación están modificando el marco de las relaciones sociales al ampliar el escenario y alterar su tipología (García Galindo, 2009:161). Y el ciberespacio, que está actuando como centro del escenario comunicativo del tercer milenio, lo conforman no sólo infraestructuras tecnológicas -redes, ordenadores, herramientas de la web social...-, sino también todos los aspectos económicos y sociales que lo caracterizan. Hablamos, por tanto, de un lugar de encuentro y comunicación entre personas de la mano de conexiones entre máquinas.

En ese lugar están y estarán los cibermedios, que tímidamente siguen explorando alguna de sus tres principales características -hipertextualidad, multimedialidad e interactividad-, aunque sin utilizar un lenguaje convergente que saque ventajas de ese conjunto de características que es único en los medios de comunicación (Canavilhas, 2009:2009:31). Estamos, pues, ante uno de los desafíos para la innovación en el campo del ciberperiodismo y del discurso periodístico (López, 2010: 150), que explora el escenario glocal de la mano de la herencia recibida de los fundamentos del periodismo. Hay, por tanto, muchas cosas nuevas.

DE LA COMUNICACIÓN DE UNO PARA MUCHOS AL DISCURSO COLABORATIVO

Lo que se ha denominado periodismo participativo, el que nació en el periodismo heredado del pasado siglo, pero que crece y se desarrolla de la mano de la web 2.0, ha permitido la aparición de nuevos proyectos informativos y ha fomentado el empleo de herramientas que pueden conducir a un periodismo más colaborativo y más comprometido socialmente. Aunque el periodismo es básicamente mediación profesional y mantiene claras diferencias con la publicidad y la propaganda, las nuevas herramientas también pueden emplearse, como hemos dicho, para elaborar información de calidad. Y este es un aspecto que forma parte de las esencias del periodismo: la veracidad y la calidad de todos los elementos –textuales y formales- que integran el mensaje informativo.

El debate, sin duda, está abierto y estimula interesantes propuestas y proyectos periodísticos que buscan mostrar la validez de sus planteamientos y su viabilidad. Y en la actualidad la gran mayoría de los proyectos periodísticos, al amparo de la industria tradicional o bajo el sello de “nacidos para la red”, incorpora las herramientas de la web social. Ciertamente, cada proyecto periodístico emplea estas herramientas con finalidades diferentes y en el marco de iniciativas muy dispares. Pero en todos los casos estas herramientas resultan útiles para hacer realidad un periodismo participativo y, en muchos casos, colaborativo.

La democratización de la producción online de los medios merece el escrutinio de científicos y académicos para entender sus efectos en el diálogo y en la participación en la esfera pública, incluyendo los “públicos”. El trabajo teórico y empírico, en los últimos años, ha demostrado que la deliberación pública puede promover una ciudadanía informada, puesto que posibilita que los ciudadanos se sientan atraídos por los temas, comparte la información y sopesa alternativas, todas ellas necesarias para construir una opinión pública formada que afecta al ejercicio de la política pública (Gastil, 2008). Y una de las muchas vías posibles para promover la deliberación pública de asuntos de actualidad son los comentarios de los lectores y la conversación en red.

Los medios actuales pueden cultivar la interactividad, que significa un cambio de la comunicación uno-a-muchos de los medios tradicionales hacia el flujo comunicativo que emerge con el modelo de comunicación de dos “vías” que convierte a las audiencias en consumidores activos (Pavlik, 2001:298). El potencial de la interactividad para facilitar un diálogo entre los medios y sus audiencias es, por tanto, una gran fortaleza que se traduce en fórmulas colaborativas y dialógicas para la construcción de los contenidos informativos.

Las herramientas actuales no evitan los síntomas de arrogancia que a veces puede tener algún discurso de los medios, pero sí abren vías para la participación y la intervención activa. Antes, por cuestiones técnicas, era mucho más difícil. Hoy la industria mediática ha abierto, con limitaciones -la participación se caracteriza por estar limitada en la toma de decisiones desde una perspectiva editorial (Domingo y otros (2008); García de Torres y otros (2009)- y mediante diferentes fórmulas, esta vía, que ofrece muchas posibilidades. Tenemos, por tanto, otro gran cambio del periodismo, como opción para contenidos más colaborativos y que, además, cuenta con muchas experiencias en la práctica profesional actual.

PROFESIONALES PARA DESAFÍOS COMPLEJOS

En la sociedad de la complejidad que caracteriza los procesos sociales y comunicativos del siglo XXI, con una importante industria de la comunicación en reconversión y con los ciudadanos produciendo contenidos en red, que gustan de la conversación en el entramado de redes sociales que caracteriza el escenario actual, los profesionales de la información no sólo precisan buena preparación para demostrar

competencia y sus habilidades, sino buenas condiciones para ejercer su profesión. La formación, los marcos y condiciones de trabajo, y la alfabetización y capacitación de los ciudadanos en cuestiones digitales y de los procesos comunicativos se imponen, pues, como desafíos si realmente las sociedades actuales quieren construir condiciones mínimas para que los ciudadanos dispongan de opciones para una buena información a través de medios públicos, privados y de base comunitaria.

Moverse en la complejidad entraña dificultades que no pueden afrontarse únicamente con la vertiente práctica de la profesión. De ahí la necesidad de concebir el periodismo para la sociedad digital como una profesión intelectual cuya esencia interpretativa hace inevitable la integración dialéctica de la cultura y la capacidad de discernimiento crítico, por un lado, y de las habilidades expresivas y técnicas, por otro (Chillón, 1999:431). Reflexión y práctica, cultura y técnica conforman elementos básicos de los diferentes perfiles para el ejercicio del periodismo glocal en una fase de cambios e innovaciones. El periodista digital no se limita a reproducir la realidad, sino que gestiona grandes cantidades de información, construye piezas en las que debe dar valor añadido a la simple información que circula por las redes -es decir, elabora piezas con estilo y con contenido informativo que resulten útiles-, colabora con los ciudadanos para enriquecer los mensajes e interpretar lo que ocurre, muestra los datos con diferentes herramientas para conseguir la eficiencia comunicativa...En definitiva, reconstruye acontecimientos y construye realidades en sucesivos procesos en los que ha sido influido e influye, y en diálogo con unos ciudadanos que alimentan la controversia y los diferentes enfoques y puntos de vista.

El periodista toma decisiones, sigue desempeñando un papel importante en la jerarquización informativa y en la selección de materiales de muchos medios de comunicación -sigue existiendo, pues, en alguna medida el tradicional gatekeeper que caracterizó la producción informativa del siglo XX-, pero ahora, en su trabajo colaborativo, el periodista también precisa compartir, comprobar y sugerir. Su trabajo de gatekeeper lo combina con su trabajo de gatwatcher, que redistribuye información. Las tecnologías actuales y el funcionamiento de las redes sociales, desde las que muchos ciudadanos acceden a la información de las diferentes plataformas, han concedido un papel importante a los que crean, transforman y distribuyen la información. Ese papel de gatwatcher lo comparte con esos ciudadanos influyentes y legitimados en la comunicación en red que indican informaciones destacadas, a las que colocan enlaces o aplican otras medidas, con la consiguiente repercusión en los flujos comunicativos y en el impacto de los mensajes.

El ejercicio del periodismo implica, pues, no sólo la aplicación de los principios y de la preceptiva del periodismo -lo básico en el periodismo, heredado de la más de siglo y medios de periodismo moderno- o el empleo de nuevas herramienta, sino entender el funcionamiento de la sociedad en red y de la web social en los procesos comunicativos para ahí y a partir de ahí hacer periodismo, es decir, contar información relevante y de interés público, especialmente aquella que alguien quiere ocultar, sin olvidar que el periodismo, como toda comunicación, es identitaria: nos representa y presenta ante los demás (Sampedro, 2003: 9). El periodista "cazador", por tanto, no desaparece. Esta faceta se junta a la investigadora, verificadora, analizadora de datos, preparadora de piezas que muestren -infográficos...-, dialógica, creadora, gestora, valoradora, literaria, diseñadora... Hay, pues, elementos para nuevos y variados perfiles.

El periodista actual, que ejerce su profesión fiel al viejo principio de "ir, ver, observar, verificar y contar", maneja y analiza también información y archivos "RSS/feed RSS" de cualquier lugar -sobre todo, de blogs y sitios de noticias-, de redes sociales, de bases de datos, de acontecimientos programados, de acontecimientos imprevistos, de asuntos buscados...El perfil del periodista cazador-buscador convive, como hemos señalado, con el editor-agregador (que identifica temas y los verifica y trata), el periodista móvil (el reportero que transmite en tiempo real), el periodista que analiza y trata datos para divulgar completos trabajos de investigación ("data miner"), el productor multimedia (especialista en combinar con calidad y criterio audio, video, texto, bases de datos, gráficos...), el especialista en redes sociales (especialista en conseguir visibilidad e impacto máximo)... Se han definido y consolidado, pues, muchos perfiles para cometidos claramente diferenciados en los procesos de producción y para muchos desafíos en el camino innovador por el que no le queda más remedio que andar el periodismo digital.

La metamorfosis del periodismo, entendida como mudanza del periodismo analógico al digital, nos ofrece, pues, renovados perfiles de periodistas para el ejercicio de la profesión en la compleja sociedad actual, en un nuevo contexto de profesionalización, el de la sociedad del tercer milenio. Se trata de un conjunto de cometidos necesarios para el desarrollo de los modelos de productos informativos, formativos y de entretenimiento que se están consolidando en la sociedad en red, aunque en un proceso de reorganización y transformación en marcha, es decir, que previsiblemente nos introducirá en otros territorios, como el explorado de los transmedios y las narrativas transmedia o el imaginado y dibujado del cyborg -organismo cibernético- (cyborgperiodista y cyborgperiodismo), entre otros muchos. Las mudanzas en el periodismo no han llegado a su fin, como resulta evidente por los cambios que se suceden día a día. Se trata de un camino abierto y en construcción, con amenazas -la propia supervivencia del cimiento de la profesión periodística: el interés en el relato veraz de los hechos (Diezhandino, 2005:54)- y oportunidades -el periodista ha dejado de ser un mero redactor (Díaz Noci, 2001:185) desde principios del tercer milenio para sumir nuevos cometidos profesionales en el campo de la información-. Pero, de momento, esta metamorfosis está donde se encuentra el periodismo: en manos de la sociedad. Y, no lo olvidemos, se trata de una sociedad que durante el siglo XX se ha caracterizado por centenares de teóricos, investigadores y analistas que han situado la comunicación como un hecho central de sus preocupaciones intelectuales y académicas (Díaz Nosty, 2005:16). En el siglo XXI, esta tendencia se mantiene y cada vez son más numerosos los enfoques y perspectivas de teóricos e investigadores para tratar de entender el papel central de la comunicación en la sociedad actual.

A MODO DE CONCLUSIÓN

El periodismo muda mientras unos reflexionan sobre el postperiodismo, como definen el resultado de muchas de esas transformaciones, y otros buscan fecha para su muerte a fin de, con la provocación intelectual y con el debate suscitado, poder elegir entre preparar unas exequias por todo lo alto o buscar alternativas para un futuro incierto. La crisis, que ha acompañado al periodismo a lo largo de la historia, en sucesivas etapas, se ha agudizado ahora, en esta fase de grandes transformaciones en el campo económico, social, político, cultural y comunicacional. En una fase de abundancia de la información, con mucho ruido y la sociedad enredada en los canales de comunicación social que alimentan el diálogo de lo efímero, las transformaciones contribuyen a multiplicar las preguntas de los ciudadanos, los académicos, los profesionales de la información y los propietarios de las empresas de comunicación. Hoy sobre la mesa hay muchas preguntas y pocas respuestas ciertas, por lo que se impone seguir buscándolas a partir de la perspectiva histórica, los estudios comparados y las investigaciones promovidas por equipos interdisciplinares.

La doble y simultánea tendencia de la comunicación a lo mundial y a lo local, que estuvo muy presente en la despedida del siglo XX,

permanece en la segunda década del tercer milenio. El periodismo, que ha comenzado siendo local y ha consolidado esta dimensión como un factor básico y permanente, ha entrado en el nuevo milenio de la mano de lo glocal como una nueva dimensión que lo preside todo en el campo de los procesos comunicativos y, por tanto, también en el campo periodístico. La transformación ha propiciado un escenario donde se mantiene, pues, la dimensión local como factor básico y permanente, pero con renovada cara, es decir, la renovada cara que aporta la dimensión mundial. La proximidad sigue siendo un campo privilegiado para la experimentación y la innovación, pero ahora de la mano de la sociedad en red y de los proyectos enredados mediante mallas colaborativas.

Los movimientos periodísticos del siglo XX, que han mostrado caminos alternativos de periodismos posibles y han alimentado el modelo estandarizado y dominante, capaz de absorber y digerir iniciativas de base muy diversas, buscan ahora acomodo en una red de base colaborativa, donde los ciudadanos pueden producir y, en muchos casos, producen contenidos. Las vías democratizadoras se han abierto, han desatado renovados debates en la profesión entre el papel de los profesionales del periodismo y los ciudadanos periodistas -o periodismo hecho por ciudadanos- y han sentado las bases para un camino más participativo, con sus oportunidades y sus riesgos. La diversidad caracteriza el panorama de la casuística de iniciativas, con propuestas más abiertas o más cerradas, pero casi siempre con presencia en las redes sociales y explorando nuevos territorios para el periodismo.

La narrativa digital, hipertextual, multimedia e interactiva, va dando pasos de la mano de la experimentación, en especial de aquellas piezas que consiguen mayor aceptación. Los cambios en usos y consumos informativos alimentan la puesta en marcha de iniciativas que impulsan la transformación de la web. Los blogs, a final del pasado siglo y sobre todo tras el lanzamiento de Blogger (1999), marcaron los pasos de los pioneros en este terreno y abrieron una ventana en el camino de la popularización de los procesos de creación de contenidos por parte de los ciudadanos, que luego incentivaron otras iniciativas en las redes sociales (facebook, 2004; Youtube, 2005; Twitter, 2006...). Ahora, consolidadas las vías conversacionales, desde las que entran muchos usuarios de información periodística de cybermedios, la estrategia para la web social resulta vital para aquellos proyectos de periodismo de calidad que aspiren a resultar útiles a los ciudadanos y, por consiguiente, a tener influencia en las sociedades actuales.

Los profesionales que trabajan en esos cybermedios, de marcas conocidas en el campo de la comunicación o aquellos promovidos por movimientos y sociedades de muy diversa condición, asumen, con más o menos convencimiento, la necesidad de entender el funcionamiento de la sociedad en red, dominar las herramientas actuales y disponer de conocimientos para construir piezas colaborativas que aprovechen las potencialidades del nuevo medio, es decir, principalmente la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad. La profesión intelectual del periodista, con la preparación técnica que caracteriza la actividad profesional en el nuevo entorno tecnológico, intenta adaptarse a la nueva realidad en el menor tiempo posible y con la máxima efectividad que son capaces de articular la adaptación a los cambios los programas reglados en las universidades de nuestro entorno o los cursos de formación continua y reciclaje profesional.

La práctica profesional del periodismo, que descansa sobre la verificación, la indagación y la interpretación, incorpora ahora la gestión de la comunicación en las redes sociales, renovados sistemas de búsqueda de información que alguien trata de ocultar, técnicas actuales de tratamiento y presentación de datos y piezas narrativas, y herramientas para gestionar la conversación y participación con los ciudadanos en general y con fuentes exclusivas en particular. El periodismo colaborativo y abierto, que prepara piezas para informarnos y sorprendernos a partir de los hechos que protagonizan los ciudadanos (los sujetos) en la sociedad, busca su espacio sin perder la excelente herencia recibida y sin desaprovechar las nuevas oportunidades que encuentra para hacer realidad otra forma de contar lo que ocurre en las complejas sociedades actuales.

El periodismo glocal mantiene hoy ese cometido de vigilancia de los poderes que, de forma compartida con otras entidades y organizaciones, le ha encomendado la sociedad a fin de que los grandes poderes y los principales actores sociales no se hagan despóticos. Los periodistas, que inicialmente aparecen como aliados naturales de los ciudadanos y de las sociedades plurales y democráticas, mantienen los cometidos de vigilancia y seguimiento, fiscalización y acusación, crítica y valoración... que le han caracterizado a lo largo de la historia.

Es, por tanto, necesario que los periodistas digitales del tercer milenio se sorprendan con las historias que impregnan la vida de la sociedad para que luego nos puedan sorprender a nosotros con piezas construidas con narrativas digitales ricas en recursos mediante las que nos cuentan aquello que tiene interés público -es decir, que necesitamos conocerlo para poder intervenir en la sociedad con criterio propio- y que, en muchas ocasiones, alguien quiere ocultar. A estos desafíos sólo pueden responder con acierto periodistas bien formados y con capacidad para ser perspicaces, agudos, certeros, precisos... en la observación e interpretación de la realidad cotidiana.

Internet nació y se desarrolló bajo el paraguas colaborativo, en una etapa en la que el periodismo vivía una de sus crisis cíclicas y cuando la práctica profesional había vencido muchos desafíos y tenía ante sus ojos otros muchos. El desarrollo de la web, de la mano de las tecnologías actuales, hizo posible la producción de contenidos por los ciudadanos sin apenas barreras, con la progresiva incorporación de la participación y la intercomunicación. Fue así como se produjo el gran cambio en el nuevo milenio, con el paso de unas audiencias bastante pasivas a audiencias más activas o con posibilidades de ser activas. Este cambio en el escenario comunicacional afectó de lleno al periodismo, ahora glocal, participativo y abierto, con proyectos experimentales e innovadores en un panorama incierto para el periodismo digital, lo que agudizó su crisis y alimentó los debates sobre la necesidad del mediador y sobre la profesionalización del periodismo -los debates entre ciudadanos periodistas y periodistas profesionales-.

El periodismo actual, con las características de sus prácticas y sus debates, es, en definitiva, el periodismo en mudanza, fruto de la metamorfosis alimentada al calor de las grandes transformaciones comunicativas de la última década. Se trata de un periodismo que hace camino a base de ensayo y error, con el bagaje de la herencia recibida y en un escenario caracterizado por los desafíos del presente y del futuro. Es, en todo caso, el periodismo del tercer milenio que, tras conocer las noticias de su anunciada muerte por parte de algunos científicos sociales en diferentes foros, trata de reforzar sus fundamentos es un escenario convulso y complejo. Es, en todo caso, el presente del periodismo que trata de adaptarse a los nuevos tiempos o, si se prefiere, que busca reinventarse como en etapas históricas anteriores. Hablamos, sin duda, de las mudanzas (5) periodísticas en un escenario glocal, el del tercer milenio.

5. Empleamos mudanza en la primera acepción del verbo mudar, que se refiere a tomar otra forma o estado. La acción y el efector de mudar es, por tanto, una transformación, un gran cambio provocado por diversos factores.

BIBLIOGRAFÍA

- Altheide, David L./Snow, Robert P. (1991): *Media worlds in the postjournalism era*. New York: Aldine de Gruyter.
- Armentia, José Ignacio/Caminos, José María (2003): *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Bernal, Sebastián/Chillón, Lluís Albert (1985): *Periodismo informativo de creación*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Borrat, Héctor (2006): "Los periódicos, narradores en interacción", en Fontcuberta, Mar de/Borrat, Héctor, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones..
- Braojos, Alfonso (1999): "De los antecedentes a la conquista de la libertad de expresión", en Gómez Mompert, Joseph I./Marín Oto, Enric, *Historia del periodismo universal*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cabrera, María Ángeles (2000): *La prensa online*. Barcelona: CIMS.
- Canavilhas, Joao (2009): "Calidad de la información periodística en internet", en Flores, Jesús Miguel; Esteve, Francisco, *Periodismo Web 2.0*. Madrid: Editorial Fragua.
- Campos, Francisco (2011): "Las nuevas tendencias de gestión de la empresa mediática", en Campos Freire, Francisco, *El nuevo escenario mediático*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Casasús, Josep María (1988): *Iniciación a la periodística*. Barcelona: Teide.
- Chillón, Albert (1999): *Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas*. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona/Castelló de la Plana/Valencia: Servei de Publicacions/Publicacions de la Universitat Jaume I/Universitat de Valencia.
- Dader, José Luis (1997): *Periodismo de precisión. Vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Dader, José Luis (1999): "Recuperación ciudadana de los medios. Vías de participación y contrapeso crítico de los consumidores y usuarios ante los medios de comunicación de masas", en VV.AA, *Los usuarios en la Sociedad de la Información*. Madrid: Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios.
- Díaz Noci, Javier (2001): *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Díaz Nosty, Bernardo (2005): *El déficit mediático*. Barcelona: Bosch.
- Diezhandino, Pilar (2005): "Que la esperanza sea lo último que se pierda", *Telos, cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*. Número 63 -abril/junio- (segunda época), pp. 54-65.
- Domingo, David -et al.- (2008): "Participatory journalism practices in the media and beyond: an international comparative study of initiatives in online newspapers", *Journalism Practice*, 2 (3), pp.326-342.
- Eisenstein, Elizabeth (1994): *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*. Madrid: Ediciones Akal.
- Fernández del Moral, Javier (2004): "El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento", en Fernández del Moral, Javier -coord.-, *Periodismo especializado*. Barcelona: Ariel.
- Fontcuberta, Mar de (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Fontcuberta, Mar de (2006): "El periódico como sistema", en Fontcuberta, Mar de/Borrat, Héctor, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Fontcuberta, Mar de/Borrat, Héctor (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- García Galindo, Juan Antonio (2009): "La Sociedad de la Información y del Conocimiento como proyecto de desarrollo estratégico de la región", en García Galindo, Juan Antonio; Vasallo, María Inmacolata; Vera, María Teresa, *Construir la Sociedad de la Comunicación*. Madrid: Técno.
- García Torres, Elvira -et al.- (2009): "La agenda de los usuarios. Un análisis de la participación en la página y la sección local de elpais.com y 20minutos.es", en Herrero, Pilar; Rivas, Pedro, y Gelado, Roberto -coord.-, *Estudios de periodística XIV, Periodismo ciudadano, posibilidades y riesgos del discurso informativo*, pp. 287-300.
- Gastil, J. (2008). *Political Communication and Deliberation*. Los Ángeles: Sage.
- Gómez Mompert, Josep Lluís/Marín Otto, Enric -editores- (1999): *Historia del periodismo universal*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gómez Mompert, Josep Lluís/Marín Otto, Enric (1999): "La irrupción de la información televisiva y la influencia del periodismo singular", en Gómez Mompert, Josep Lluís/Marín Otto, Enric -editores-, *Historia del periodismo universal*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gómez Mompert, Josep Lluís/Marín Otto, Enric (1999): "De los nuevos reporteros al periodismo digital", en Gómez Mompert, Josep Lluís/Marín Otto, Enric -editores-, *Historia del periodismo universal*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Gómez Mompert, Josep Lluís (2008): "Historia de la Comunicación e historia del Periodismo: enfoques teóricos y metodologías para la investigación", en Martínez Nicolás, Manuel -coordinador-, *Para investigar la comunicación. Propuestas teórico-metodológicas*. Madrid:

Tecnos.

Guillamet, Jaume (1999): "Gaceteros, diaristas literarios y diaristas informativos en la prensa catalana del siglo XVIII", en Barrera, Carlos (coordinador), *Del gacetero al profesional del periodismo*. Madrid: Fragua.

Guillamet, Jaume (2002). "Pasado y futuro de la prensa local", en López Lita, Rafael/Fernández Beltrán, Francisco/Durán Mañes, Ángeles, *La prensa local y la prensa gratuita*. Castellón de la Plana : Universitat Jaume I.

Guillamet, Jaume (2004): "De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX", en Barrera, Carlos –coord.–, *Historia del Periodismo Universal*. Barcelona: Ariel.

Gillmor, Dann (2005): *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.

Hallin, Daniel C. (1992), *The passing of the "high modernism" of American journalism*. *Journal of Communication*, 42 (3), 14-25.

Henry, Neil (2007), *American carnival: Journalism under siege in an age of new media*. Berkeley: University of California Press.

Haas, T. (2005): "From 'public journalism' to the 'public's journalism'? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs". *Journalism Studies*, 6 (3), 387-396.

Humanes, María Luisa (1999): "Nacimiento de la conciencia profesional en los periodistas españoles (1883-1936)", en Barrera, Carlos, *Del gacetero al profesional del periodismo. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua.

Kozyc, Kart/Pruys, Kart Hugo (1981): *Handbuch der Massenkmmunikation*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

López, Xosé (2010): *La metamorfosis del periodismo*. Sevilla-Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Martín Serrano, Manuel (2007): *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGrawHill.

Martínez Albertos, José Luís (1997): *El ocaso del periodismo*. Barcelona: CIMS.

Moragas, Miquel de (2011): *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.

McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barclona: Paidós Comunicación.

Martín, Henri-Jean (1992): "La imprenta", en, Williams, Raymond, *Historia de la Comunicación*. Vol. 2. De la imprenta a nuestros días. Barcelona: Bosch Comunicación.

McNair, Brian (1998): *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.

Meyer, Philip (1993): *Periodismo de precisión. Nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona: Bosch Comunicación.

Meyer, Philip (2004), *The vanishing newspaper*. Columbia: University of Missouri Press.

Moreno, Amparo (1998): *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch Comunicación.

Nobre-Correia, José Manuel (2006): "La crisis del Periodismo. Cierta muerte anunciada". *Revista Telos*, nº 66.

Paulik, John V. (2001): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Pena, Felipe (2008): *Teoría do Jornalismo*. Sao Paulo: Editora Contexto -segunda reimpressão-.

Rodrigo Alsina, Miquel (2005): *La construcción de la noticia. Nueva edición revisada y ampliada*. Barcelona: Paidós.

Salaverría, Ramón (2005): *Redacción periodística en internet*. Pamplona: EUNSA.

Sampedro Balcno, Víctor Francisco (2003): "Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad", en Sampedro, Víctor (ed.), *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria.

Sánchez Aranda, José Javier (2004): "Evolución de la prensa en los principales países occidentales", en Barrera, Carlos –coord.–, *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel.

Saperas, Enric. (1998): *Manual básico de teoría de la Comunicación*. Barcelona: CIMS.

Sousa, Jorge Pedro (1994): *As notícias*. Porto:Universidade Fernando Pessoa.

Sousa, Jorge Pedro (2000): *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva.

Timoteo Álvarez, Jesús (1991): *Del viejo orden informativo*. Madrid: Editorial Actas -tercera edición revisada-.

Timoteo Álvarez, Jesús (1992): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona: Ariel Comunicación –segunda edición-.

Timoteo Álvarez, Jesús (2004): "Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental", en Barrera, Carlos –coord.–, *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel.

- Traquina, Nelson (2000): O poder do jornalismo. Análise e Textos da Teoria do Agendamento. Coimbra: Minerva.
- Tresserras, Joan Manuel (1994): "Història de la premsa, història del periodisme, història de la comunicació". Gazeta (Societat Catalana de Comunicació), 1, pp. 67-78.
- Tuñez, Miguel (1999): Producir noticias. Cómo se fabrica la realidad periodística. Santiago de Compostela: Tórculo Edicions.
- Van Dijk, Teun A. (1990): La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Waisbord, Silvio (2012): "Repensar la agenda de investigación de la academia globalizada". Revista Telos (Cuadernos de Comunicación e Innovación), número 90, enero-marzo de 2012.
- Watson, James/Hill, Anne (2000): Dictionary of Media Communication Studies. London: Arnold.
- Wolf, Mauro (1987): La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona: Paidós.
- Wolf, Mauro (1994): Los efectos sociales de los media. Barcelona: Ediciones Paidós.

HEMEROGRAFÍA DIGITAL

- Campbell, Cole -et al.- (2005): Can Trust and Quality save Journalism? The Wake-up Call Conference. August 9. San Antonio.
- Campos Freire, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales". Revista Latina de Comunicación Social, nº 63, pp. 287-293.
- Del Bianco, Nelida R. (2008): "A Internet como fator de mudança no jornalismo".
- Díaz Noci, Javier (2008): "Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital". Doxa Comunicación, 6, 2008, pp.53-91.
- Edo, Concha (2010): "Journalism's future is hybrid and adapts to all supports". Infoamérica, nº 2.
- Domingo, David; Heinonen, Ari (2008): "Weblogs and Journalism. A Typology to Explore the Blurring Boundaries". Nordicom Review, 29 (1), pp. 3-15.
- González Esteban, José Luis; García Avilés, José Alberto; Darmasin, Matthias; Kaltenbrunner, Andy (2011): "La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo". Revista Latina de Comunicación Social, nº 66, pp. 426-453.
- Guillamet, Jaume (2003): "Por una historia comparada del periodismo. Factores de progreso y atraso. Doxa Comunicación, nº 1, pp. 35-56.
- Harber, Anton (2012): "The future of journalism ethics: radical transparency"
- Huffington, Arianna (2009): "Journalism 2009: Desperate metaphors, desperate revenue models, and dhe desperate need for better journalism. Saladeprensa.org, año XI, Vol. 5, nº 122.
- Lichfield, Gideon (2009): "El futuro del periodismo". Saladeprensa.org, año XI, Vol.5, nº 119.
- López García, Guillermo (2006): "Comunicación en red y mutaciones de la esfera pública". Zer, nº 20, pp. 231-249.
- López García, Guillermo -ed.- (2008): Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en internet: cibermedios, confidenciales y weblogs. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- Masip, Pere; Díaz Noci, Javier; Domingo, David; Micó Sanz, Josep Lluís; Salaverría, Ramón (2010): "Investigación internacional sobre ciberperiodismo: hipertexto, interactividad, multimedia y convergencia". El Profesional de la Información, v.19, nº6, pp. 568-576.
- Meyer, Philip (2008): "The Elite Newspaper of the Future". American Journalism Review.
- Meyer, Philip (2011): "Precision Journalism and Narrative Journalism: Toward a Unified Field Theory". Nieman Reports.
- Miller, Charles -editor- (2009): "The Future of Journalism". BBC College of Journalism.
- Palacios, Marcos; Díaz Noci, Javier eds- (2007): Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada.
- Phillips, Angela (2012): "The future of journalism". Originally presented at the Goldsmiths Leverhulme Media Centre conference on 3rd April, 2011.
- Pryor, Larry (2012): "Teaching the future of journalism". OJR: The Online Journalism Review.
- Ribeiro, Melisa (2009): "Webjornalismo e cultura do entretenimento".

Salaverría, Ramón; García Aviles, José Alberto (2008): "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo". Tripodos, nº 23, pp. 31-47.

Scolari, Carlos Alberto; Micó Sanz, Josep Lluís; Navarro Guere, Héctor; Pardo Kulinski, Hugo (2008): "El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes". Zer, Vol. 13, nº 25, pp. 37-60.

Sánchez González, María; Alonso, Jaime (2012): "Propuesta metodológica para el análisis de las tecnologías de participación en cibermedios". Revista Latina de Comunicación Social, nº 67, pp. 148-178.

Shirky, Clay (2009): "The Future of Journalism". Saladeprensa.org, año XI, Vol. 5, nº 119.

V.V.A.A.(2012): "La crisis de la prensa". Infoamérica, nº 2.

Singer, Jane B.; Hermida, Alfred; Domingo, David; Heinonen, Ari; Paulussen, Steve; Quandt, Thorsten, Reich, Zvi; Vujnovic, Marina (2011): Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers. Malden, MA:Wiley-Blackwell.

Stead, William Tomas (1886): "The Future of Journalism". The Contemporary Review, vol. 50, November, 1886, pp. 663-679.

Páginas web de consulta para debates e informaciones sobre mudanzas en el periodismo actual

<http://www.journalism.org/>
<http://www.journalism.co.uk/>
<http://www.observatoriadaimprensa.com.br/>
<http://gjol.blogspot.com.es/>
<http://www.bocc.uff.br/> (Temáticas: impresa; jornalismo)
<http://www.saladeprensa.org/>
<http://futureofjournalism.com.au/>
<http://futureofjournalism.net/>
<http://www.niemanlab.org/>
<http://www.wan-ifra.org/>
<http://knightcenter.utexas.edu/>

Original disponible en: http://portalcomunicacion.com/lecciones_def.asp?lng=esp&id=72

PDF creado en: 13/06/2012 16:03:46

Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2012

Institut de la Comunicació (InCom-UAB)
Edificio N. Campus UAB. 08193 Cerdanyola del Vallès (Barcelona)
Tlf. (+34) 93.581.40.57 | Fax. (+34) 93.581.21.39 | portalcom@uab.cat

