



Para citar este artículo: Toussaint Alcaraz, F., García Méndez, C. A. (2017). Riesgo y desastres en el periodismo por internet: el caso de México. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(2), 10-19. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4808>

RIESGO Y DESASTRES EN EL PERIODISMO POR INTERNET: EL CASO DE MÉXICO

Risk and Disasters on Internet's Journalism: The Case of Mexico

Risco e Desastres no Jornalismo pela Internet: O Caso do México

Florence Toussaint Alcaraz, *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*

ftinta@yahoo.com.mx

Carlos Alberto García Méndez, *Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)*

carlinpt@yahoo.com.mx

Recibido: 22 de abril de 2016

Aceptado: 19 de julio de 2016

RESUMEN

En todas las épocas el periodismo responde al modelo económico-político imperante en la sociedad en que se ejerce. La tecnología que acompaña dichos procesos le da cuerpo, ritmo y estructura. Partiendo de este principio, el presente texto se ocupa de establecer algunas consideraciones sobre cómo la vida socioeconómica del siglo XXI, acelerada y consumista, incierta y riesgosa se refleja, influye, matiza el ejercicio periodístico. En este contexto, la temática de los desastres naturales encuentra acomodo en la prensa, en los informativos televisivos, radiofónicos y, de manera preponderante, en internet.

Con objeto de ejemplificar, se agregan datos de la situación del periodismo digital en México, en lo referido a los desastres naturales.

Palabras clave: Periodismo, desastres naturales, internet, televisión, industrias culturales, México.



ABSTRACT

In all ages journalism has operated according with the dominant economic model of current societies. The technology that accompanies those process, give them body, rhythm and structure. Having said that, this text goes deeper in how the social life during XXI century speeded up and obsessed consumption affecting the practice of journalism. In this context, the natural disasters find a suitable place in newspapers, television and radio newscast, and even more in the Internet.

Some examples refer to ciberjournalism in Mexico, with emphasis in natural disasters.

Keywords: Journalism, natural disasters, Internet, television, cultural industries, Mexico.

RESUMO

Em todas as épocas o jornalismo responde ao modelo económico político imperante na sociedade em que se exerce. A tecnologia que acompanha ditos processos dá-lhe corpo, ritmo e estrutura. Partindo deste princípio, o presente texto ocupa-se de estabelecer algumas considerações sobre como a vida socioeconómica do século XXI, acelerada e consumista, incerta e arriscada reflete-se, influi, matiza o exercício jornalístico. Neste contexto, a temática dos desastres naturais encontra acomodo na imprensa, nos informativos televisivos, radiofónicos e de forma preponderante na internet.

Com o objetivo de exemplificar, adicionam-se dados da situação do jornalismo digital no México, no referido aos desastres naturais.

Palavras-chave: Jornalismo, desastres naturais, internet, televisão, indústrias culturais, México.

Vida líquida

La actual condición del ser humano en el planeta es la de vivir en la incertidumbre. Este sentimiento atraviesa todas las clases sociales, los países, los sistemas políticos, las culturas. La nuestra es una vida líquida, según Zygmunt Bauman (2006). El individuo se ve asediado por las exigencias de una manera de ser en sociedad que lo lleva a acelerar el paso continuamente solo para quedarse en el mismo lugar como *Alicia en el país de la maravillas* (Carroll, 2014). Esta carrera nos deja exhaustos pues nunca se acaba, o cuando lo hace es porque ya el individuo ha sido exprimido por completo. Tal modelo produce un ser deprimido y fatigado, por lo cual nos encontramos en una “sociedad del cansancio”, de acuerdo con Byung-Chul Han



...el síndrome del desgaste ocupacional no pone de manifiesto un sí mismo agotado, sino más bien un alma agotada, quemada. Según Ehrenberg, la depresión se despliega allí donde el mandato y la prohibición de la sociedad disciplinaria ceden ante la responsabilidad propia y las iniciativas. (...) lo que enferma no es el exceso de responsabilidad e iniciativa, sino el imperativo del rendimiento, como nuevo mandato de la sociedad del trabajo tardo moderno (2012, p. 29).

Han (2012) asegura que hemos pasado de una obediencia guiada por la disciplina a otra regida por la productividad, el alto rendimiento, los estándares de calidad total. En la primera fase, las restricciones venían de fuera, de instituciones y leyes. En la actual, estas han dejado lugar a un imperativo personal localizado dentro del ser humano que lo deslumbra con los espejismos del éxito mediante el beneficio para lo cual debe ser emprendedor. Aunque se omite señalar que el triunfo es económico, que nunca se alcanza del todo y además viene acompañado por la soledad, generada a partir de “la carencia de vínculos propia de la progresiva fragmentación y atomización social...” (Han, 2012, p. 29).

El trasfondo de tal estado de ánimo proviene de una crisis económica recurrente, en gran parte generada por el sistema financiero internacional. La especulación, las bolsas de valores, las sociedades por acciones, las empresas en paraísos fiscales están dando lugar a una desigualdad nunca antes vista. El surgimiento, en menos de 10 años, de enormes fortunas, de ricos inmensamente ricos y de miles de millones de pobres está detrás de esa pantalla de humo que es el éxito. Este en realidad oculta que el 1 % de la población obtiene el 99 % de la riqueza, la mayoría por vías que los propios países han definido como ilegales (Obermaier y Obermayer, 2016).

Los filósofos de la corriente conocida como posmoderna (Vattimo, 1990; Baudrillard, 2004; Lyotard, 2006) aseveran que al disolverse la acción cohesionadora de los grandes relatos —el progreso, el desarrollo, la confianza en el futuro—, la humanidad se ha quedado sin un horizonte al cual dirigirse. Este fenómeno trae consigo un individualismo exacerbado y el hecho de que las comunidades ya no lo sean, pues están formadas por sujetos egoístas. En su narcisismo se han olvidado de los demás, los ven como obstáculos para su propio crecimiento, obtención de dinero y poder; barreras a remover. La solidaridad familiar, étnica, nacional, de clase, de género deja de existir para dar paso a una “vida líquida” en donde las identidades no son fijas sino que tienden a moverse continuamente en la medida en que se cambia de trabajo, de ciudad, de pareja, de entorno.

Entre los panegiristas del capitalismo neoliberal, esta condición resulta ventajosa. Es el caso de Richard Florida (2010) para quien elegir la ciudad en donde se ha de vivir es un reto, lo mismo que moverse permanentemente. Ese tránsito da lugar a que aparezcan las ciudades creativas, en realidad clústeres en donde se reúnen los profesionales, científicos y artistas más creativos con lo cual se forma una comunidad potenciadora de las cualidades de cada uno. Sin embargo, omite decir que tales comunidades no están pensadas para durar; por el contrario los sujetos de tal entorno deben moverse, reagruparse, reconvertirse en aras de sobrevivir.

El origen de lo fluido se encuentra en la posmoderna estrategia para vender y acumular. Los autores críticos de la era actual —el siglo XXI— (Bauman, 2015; Han, 2012) concluyen que las necesidades de la economía de mercado de comercializar tan amplia y rápidamente las mercancías ha traído como consecuencia la formación de una ética del consumo que sustituye a la ética de la producción. Así se construyen sujetos en cuyo ánimo está el satisfacer necesidades por medio de la adquisición de bienes en lugar de la producción de los mismos. Acumular es otra forma de estar a tono con los tiempos para derrochar lo conseguido en casas, edificios, palacios, yates, viajes a todo lujo, joyas.



La cultura no tiene por qué escapar a esa lógica, el arte tampoco. “Supeditar la creatividad cultural a los criterios del mercado de consumo significa exigir que las creaciones culturales acepten el prerrequisito de todo producto de consumo tradicionalmente serio: legitimarse en términos de valor de mercado (y en concreto, de su valor de mercado actual) o morir” (Bauman, 2015, p. 82). Ese valor de mercado se encuentra atado a la principal característica de la sociedad de consumo, lo efímero, desechable, reemplazable por un modelo nuevo del producto. Esa volatilidad resulta en que ningún objeto, experiencia o relación son por completo satisfactorias, lo que lleva a buscar siempre alguna nueva que la sustituya. Esta estrategia corresponde a una sociedad consumidora en velocidad cada vez más acuciante.

La construcción de un imaginario del desecho, la fragilidad y la incertidumbre corren a cargo de los medios masivos. Su influencia es determinante tanto para exhibir los productos, como para incitar a su compra y a su sustitución por otros. También para sembrar en la mente el deseo de no postergar la satisfacción. En ese flujo continuo se va creando una adicción que está reforzada por la secreción de adrenalina. Aparece el sentimiento de estar en riesgo sin correr peligro realmente, de vivir una aventura a través de los personajes que pueden ser ficticios o reales, por ejemplo los periodistas enviados especiales a reportar las catástrofes naturales.

Esa modernidad que tomó rumbo acelerado a fines del siglo XX, se ha convertido en un modelo social que está despojando al ser humano de la posibilidad de discernir entre el riesgo real y los peligros representados en los medios de comunicación que son espectáculo de lo real. El mejor ejemplo de lo anterior son los noticiarios convertidos en divulgadores del miedo al desastre ambiental sin explicar las causas de los fenómenos ni matizar los efectos en la vida social.

Este comportamiento editorial no surge de manera espontánea ni está aislado de un marco social cuyo origen se remonta a una acelerada forma de vida que proviene del imperativo de producir más, en el menor tiempo posible, según dijimos antes. De aumentar la productividad de los trabajadores pasando del fordismo al toyotismo (en este el saber del operario se incorpora a la producción) con lo cual la tasa de explotación también aumenta notablemente. Los tiempos se traslapan, ya no hay horario laboral y horario doméstico o de tiempo libre. Ya se trabaja todo el día en cualquier parte, el sitio de labor suele ser la casa o bien es ambulatorio gracias a los nuevos dispositivos electrónicos móviles.

La flexibilidad del trabajo trae consigo el aislamiento, el aniquilar cualquier agrupamiento gremial o sindical además de eliminar las prestaciones sociales.

Otro rasgo de esta sociedad es que paulatinamente lo privado pasa a ser público y viceversa. Al romperse la línea divisoria entre el bien común y el bien individual, cada sujeto se ocupa de sí mismo, así como de su pequeño grupo familiar sin importarle el resto. La capacidad de empatía se disolvió en un egoísmo notable. Los conciudadanos, los inmigrantes, los extranjeros resultan ser el otro rechazado. No tienen importancia, el interés por los lazos duraderos se ha disuelto.

El traslape de lo público y lo privado se manifiesta de forma sobresaliente en las redes sociales. Facebook, Twitter son ejemplo del exhibicionismo de sujetos que se muestran física e intelectualmente sin pudor alguno, sin restricciones. Pierden algunos su capacidad de comunicarse de forma personal, cara a cara con los demás. El carácter anónimo de las redes hace más fácil mostrarse puesto que no habrá consecuencias de los dichos. No es inusual que los insultos, las majaderías, las difamaciones sean la manera favorita de expresar la hostilidad que se lleva dentro.



En contraparte, está el olvido de lo público trascendente o bien su trivialización a través de los mismos medios que exaltan al individuo en su banalidad. Cobran relevancia los productos de las industrias mediáticas, de la sociedad del espectáculo (Debord, 2005). Actores de televisión, cantantes, futbolistas, políticos, empresarios son ahora materia prima de noticiarios televisivos y radiofónicos y de las páginas principales de los portales de internet como Yahoo, Hotmail, Google, Gmail, AOL, entre otros.

Periodismo fugaz

Los cambios en el periodismo, paulatinos desde el invento de la imprenta, se aceleraron a fines del siglo XIX cuando la industrialización alcanza a la producción de periódicos, aunque el salto cuántico se produce en el momento en que internet se generaliza como el medio más eficaz para producir tanto comunicación como objetos para el consumo de los contenidos.

El ejercicio periodístico se mudó hacia internet para sobrevivir, pues los gastos de producción en papel se elevaron mientras que la publicidad migró poco a poco a las redes. Así mismo los lectores prefieren hoy el acceso —supuestamente— gratuito a las noticias en soporte intangible y móvil. Internet ofrece casi eliminar los costos de réplica y de distribución. En este nuevo contexto el periodismo hubo de modificar sus características. Sin implicar que la tecnología defina el cambio, pues solo lo acompaña, en el contexto de la vida líquida, las innovaciones avanzan y deja obsoleto en semanas al dispositivo más reciente, enseguida ofrece uno nuevo que a su vez pasará al rincón de los recuerdos en poco tiempo para ser sustituido por la siguiente innovación.

Una de las modificaciones del periodismo en línea es el aumento, casi al infinito, del espacio. En una página web caben tantos datos como megas posea. Las páginas de un diario no pueden ser aumentadas sin que esto impacte en el precio. Además, al ser un objeto tangible, el periódico tiene unos límites de peso y volumen. Por otro lado, una vez impreso el diario no puede ser modificado. Una página web publicada se altera al actualizarse tantas veces como lo quiera el editor. Con ello y con la aparición de páginas, de blogs, de grupos propios de internet, el caudal de datos, informaciones, imágenes aumentan de manera exponencial.

La industria informativa primero, las redes en internet después son el ejemplo más vivo de ese flujo continuo de datos, imágenes y palabras con que son abordados los sujetos. Estos se acercan a esos medios con la misma actitud de consumir, buscando compensar necesidades cognitivas, de entretenimiento y ocio nunca del todo satisfechos, pues de tal modo surge la posibilidad de querer más y más. También los deseos resultan con fecha de caducidad. A una noticia la sucede otra y así todo el día. A una serie le sigue la siguiente y varias más. Los programas radiofónicos o televisivos se concatenan para abarcar las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 30 del mes.

La inmediatez, cualidad intrínseca de la red, se traslada a la conformación de las noticias que son cada vez más efímeras, breves, superficiales y de dudosa certeza debido a que no hay tiempo para confirmar versiones y confrontar fuentes. Tales características, presentes desde los años treinta del siglo pasado en la radiodifusión, invade a los medios que se mudan al ciberespacio para existir. Entre ellos se encuentran también los periódicos.



Periódicos en internet

Hasta hoy existen tres tipos de diarios profesionales en internet:

1. Las páginas que se derivan del medio impreso. Estas llevan las notas principales editadas en papel y agregan algunas otras expresamente elaboradas para la web, además se añadió una sección que compite directamente con los medios audiovisuales: la actualización minuto a minuto, tanto en texto como en imágenes.
2. Los periódicos que surgen directamente en la red y ahí se mantienen. Depende del tipo de objetivo el diseño de la línea editorial. Los hay que reeditan en otro soporte los rasgos del periodismo profesional, haciendo énfasis en las investigaciones a fondo en los asuntos, las entrevistas poco comunes, los artículos firmados por plumas prestigiosas.
3. Existe también un periodismo plagado de banalidades acerca de las estrellas de cine, televisión, música junto con notas escandalosas sobre productos que lo curan todo; descubrimientos científicos presentados como artes de magia y un seguimiento amarillista, pero continuado, de epidemias o catástrofes naturales. Con el enorme volumen de informaciones proporcionadas por las imágenes enviadas por internet —mismas que provienen de distintas fuentes, a veces incluso de usuarios que suben sus fotos o videos a la red— de eventos como el tsunami, el accidente nuclear de Fukuyama, ciclones, tormentas, tornados, consecuencias del calentamiento global, se construye un entorno que genera la fantasía de estar informado. Tales elementos constituyen un material del que se echa mano de manera continuada, exagerando, sacando lo más truculento, para atraer al público ávido de este tipo de reportes noticiosos. Una audiencia educada para preocuparse en demasía por el clima, por los pronósticos del mismo, por la escasez de agua, de combustibles fósiles, de alimentos. El futuro presentado como catastrófico hará que los ciudadanos estén más atentos a las informaciones referidas a tales asuntos.

El uso del drama en la televisión

En los años recientes, para el caso televisivo mexicano, la cobertura de eventos naturales de alto impacto ha estado marcada por enlaces en vivo a través de videollamadas. Para ello se ha tomado ventaja de las nuevas posibilidades despejadas por las telecomunicaciones, ejemplo de esto es la comunicación vía móvil por medio de las señales que utilizan la red 3G o 4G.

Por lo general, el formato incluye el envío especial de un reportero o conductor principal al terreno donde el fenómeno natural tiene lugar. Se activan los enlaces en vivo en horarios *premium* o *primetime* para ampliar la audiencia y garantizar el alcance de la pieza informativa. Entre más estelar sea el protagonista (conductor, titular de noticiero, etc.), mayor será el dramatismo añadido a la cobertura. Inmediatez en la noticia pero también una ética líquida e inasible cuyo movimiento se acerca más al pragmatismo económico que a la empatía con aquellos pobladores víctimas de la catástrofe.



De igual forma hay casos extremos donde se reportan puestas en escena que, lejos de atender el interés periodístico, se encargan de explotar las tragedias en tono de *reality show* o drama de telenovela. En este sentido nos referimos exactamente al vodevil que armó la conductora de Televisa, Laura Bozzo, en septiembre de 2013.

Una tormenta tropical asoló el estado mexicano de Guerrero, miles de personas se vieron afectadas, pueblos quedaron incomunicados cuando puentes y vialidades se vencieron ante las torrenciales lluvias y la crecida de los ríos, en diferentes comunidades se registraron aludes que enterraron a docenas de personas, algunas de ellas jamás fueron encontradas.

En este gran angular de la catástrofe apareció la conductora de *talk shows*, Laura Bozzo, enfundada en el uniforme del Grupo de Rescate Relámpagos del Gobierno del Estado de México. El corazón de la cobertura no fue la ayuda humanitaria que no llegaba, ni la situación angustiante de los habitantes de la comunidad donde aterrizó el helicóptero, sino el arribo de una heroína de televisión. Cultura del simulacro en los medios mexicanos o tratamiento pragmático de la tragedia. En ambos casos, el desastre natural solo es un medio para lograr la cúspide del teledrama.

El ejemplo anterior de México cobra dimensión global al acercarnos al tratamiento que en las redes se da a los fenómenos naturales, no muy distantes de lo que Laura Bozo llevó a cabo con gran espectacularidad.

Entre las coberturas globales que más interés han despertado por la magnitud de los daños podemos mencionar las siguientes:

- Chile. Terremoto de Coquimbo, 16 de septiembre de 2015.
- Chile. Terremoto, 27 de febrero de 2010.
- Haití. Terremoto, 12 de enero de 2010.
- Japón. Terremoto y tsunami, marzo de 2011.
- Estados Unidos. Huracán Katrina, agosto y septiembre de 2005.
- África Occidental. Epidemia de Ébola, a partir de 2013.

Además de la gravedad y de la crisis humanitaria, estas tragedias conservan coincidencias en su tratamiento informativo:

- A. Inmediatez a costa de la imprecisión. Las historias periodísticas ya no se bordan con el tiempo necesario para consolidarlas. La necesidad de las actuales industrias de medios obliga a que el periodista disponga de menos tiempo y de menos filtros editoriales antes de hacer pública su nota. En la búsqueda de tener el dato o la imagen antes que otros medios, el gazapo es frecuente. Imprecisión producto de la celeridad, pero también de la ansiedad por tener más información y más noticias.
- B. Montaje de dramas adicionales a la tragedia que se presenta. Enviados especiales. El *star system* –o lo que queda de él– aporta una dosis de morbo a la transmisión de la noticia. La fórmula es básica: a mayor rango de quien reporta, mayor drama en la pieza noticiosa.
- C. Enlaces en vivo en horarios estelares. Víctimas del viento, la tormenta o la inundación, los encargados de la emisión se enlazan en vivo para compartir su información en una suerte innecesaria donde se replica parte del sufrimiento de la población damnificada. La cámara es tan incisiva como el reportero. El cuadro se llena de imágenes duras e incómodas para el espectador, pero continúan: la pornografía no se detiene hasta que el evento se desvanece. Ahí, a través del enlace en vivo, vemos lo pornográfico del dolor como una ruta pragmática de atesorar e incrementar audiencia.



La construcción de la noticia en sitios web periodísticos

En la información por internet identificamos dos canales en los que la actividad periodística se ha adaptado a las gramáticas de los medios digitales: páginas web noticiosas y redes sociales.

Nuevamente, con énfasis en el caso mexicano, destacan portales cuyo tratamiento informativo es más respetuoso con los afectados y, por lo general, omiten caer en dramatismos. Así mismo permiten la intervención a fondo de los reporteros y exploran mayores piezas periodísticas como el reportaje o la crónica.

Algunos de estos medios son: Sinembargo.mx, Proceso.com.mx, Aristeguinoticias.com y Animalpolitico.com.

Ajenos a la trivialización de los hechos o a su *espectacularización*, estos servicios de información han generado un periodismo que subyace en el ambiente digital, adaptado a las gramáticas del medio y amigable con los comportamientos de consumo de los cibernautas.

Para el caso de Proceso.com.mx la estructura operativa del medio es fundamentalmente *offline*, es decir, trabaja con bases análogas y su arquitectura es herencia pura del periodismo tradicional.

Al contrario, Sinembargo.mx es un medio informativo que nace en internet y es ahí donde ha construido su ecosistema en tanto medio periodístico. Del sitio de noticias o *website* a las redes sociales y la *viralidad*, facultad que permite lo digital, Sinembargo.mx ha desarrollado un aprendizaje tomando como eje el periodismo de credenciales análogas.

Por otra parte, Aristeguinoticias.com conserva una plantilla de reporteros encargados de cubrir temas a profundidad a través de reportajes e investigaciones especiales. Mientras que Animalpolitico.com trabaja más sobre los géneros de opinión y artículos de fondo.

De acuerdo con el monitoreo realizado a diversos medios digitales, podemos decir que la construcción mediática de los desastres naturales y de las sucesivas crisis humanitarias desde el periodismo digital cumple con las siguientes características:

- Nacimiento de la nota.
- Difusión en forma de delta a diferentes medios *online*: del sitio web a la página de videos, de ahí a los sistemas de bitácoras personales y al resto de redes sociales.
- *Viralización*, consiste en las veces en que se visualiza la nota o se comparte. Un clic nos lleva al otro, los contactos de uno suman con los de otro y así la red se encarga del resto.
- Profundización en la noticia mientras permanezca viva. Práctica que solo llevan a cabo algunos sitios de noticias.
- Olvido. Un nuevo suceso nos hace olvidar el anterior, una nueva tragedia supera a la precedente. Nuestra memoria poco ejercitada deja que se pierdan los datos mientras que el vértigo de la información abona a favor del olvido.

Si continuamos el análisis de las plataformas digitales, encontramos el protagonismo de figuras públicas que emplean las redes sociales para ubicarse en el ágora web. En esta época el tuit, como una síntesis exigua, es la noticia.

Ciento cuarenta caracteres marcan la velocidad con la que se mueve el mundo. El chispazo, la idea, el balazo. El signo es la realidad. La noticia de fondo ya no importa, con suerte alguien se detendrá a leer completo el repor-



taje. Lo de hoy es hacer un breve mensaje que todos lean pero en el cual nadie vaya a fondo. Tuitear un mensaje corto en el momento exacto hará que se gane reconocimiento de la comunidad digital.

Ejemplo de esto es el uso de *microblogging* que realizó el jefe de Gobierno de la ciudad de México, en ese entonces Distrito Federal, el 21 de abril de 2013, cuando ante un sismo de mediana intensidad tuiteó la siguiente etiqueta: #tenemossismo.

Independientemente de la intensidad de aquel fenómeno natural y sus aisladas consecuencias —especialmente en este caso— la construcción de la noticia junto a la representación mediática del suceso fueron tomadas con humor por los usuarios de internet. Producto de la espontaneidad y el despojo de vestiduras políticas acartonadas, los usuarios aplaudieron el carisma del tuit.

Hay una explosión de contenidos digitales, muchas cosas diferentes que se apilan sobre la idea del ciberperiodismo sin que necesariamente lo sean. Titulares y balazos que se venden cual si fuesen redactados por un editor experto. Fotografías obtenidas sin permisos del fotógrafo. Plagios que se “viralizan” por la fuerza de los clics fáciles e instantáneos. Piezas de información creadas por hombres-máquina, redactores a destajo y sometidos a la dictadura de internet. En ese torrente de informaciones mucho se encuentra de contenido hecho a modo de las redes sociales y los *websites*. Empero, poco hay de periodístico en esa vorágine de palabras, videos, imágenes.

Conclusiones

Según se desprende de las reflexiones anteriores, el periodismo que se ejerce hoy en día, sin importar el soporte que vehiculen los contenidos, crece asociado a una forma de existencia, regida en primer lugar por el consumismo. Este es en un inicio de origen económico, pero en tanto ha sido inculcado en las conciencias como la principal fuente de satisfacción, se volvió al paso del tiempo en un imperativo de vida, en una cultura de referencia. Resulta el modelo, la guía, el camino a seguir en las sociedades capitalistas. El apetito por comprar y desechar forma la base de la ideología contemporánea. Es así que la negación del consumismo deviene en el aislamiento. El individuo que no consume deja de ser útil al sistema, se le ve como una amenaza a la consumación del circuito.

Mayor bienestar es equivalente a mayor capacidad adquisitiva de objetos y servicios. Estos últimos se han convertido en una fuente inagotable de oportunidades de consumo. Tanto los dispositivos digitales como las redes que les aportan canales constituyen la base para la nueva segregación. Mediante el tipo de consumo del tiempo aire, de internet, de las bases de datos en la red los individuos se distinguen. Esta es la nueva manera de acrecentar el capital cultural (Bourdieu, 1988). También una forma muy eficiente de lograr que el sujeto consuma reiteradamente para desechar después.

En este esquema se puede entender una forma novel de hacer periodismo, aquella que, acorde con las exigencias de inmediatez, brevedad y fugacidad de las redes e internet, convierte el oficio en una especie de reporte minuto a minuto, día a día, de los acontecimientos más consumibles, sin contexto, sin profundidad, totalmente olvidables, para dar lugar a lo siguiente, tan fugaz como lo anterior.

Los desastres naturales, en parte por su capacidad para devenir espectáculo, sirven de manera provechosa a los fines del consumo de noticias; es por ello que son mundialmente difundidos. Además porque pueden ser universales. No es necesario conocer el entorno, los antecedentes para entender la tragedia que de un momento a



otro se cierne sobre seres atrapados en un terremoto, un tsunami, una epidemia y hasta en una hambruna o en la necesidad de huir de su lugar de origen en una migración tan dolorosa como necesaria.

Sin embargo, de esta realidad periodística actual, que es mayoritaria pero no total, tenemos atisbos del nacimiento de una forma inédita de comunicación social, de periodismo responsable que cumpla con el cometido para el cual fue creado: recoger, ordenar, interpretar los hechos socialmente relevantes para ser ofrecidos a un público que de otra manera no se enteraría de nada más allá de su vecindario.

La propia permeabilidad de internet, que hace la vida menos asible, está permitiendo que el periodismo de investigación se fortalezca, vuelva a florecer. Ejemplos destacados son las filtraciones que provienen del trabajo de Wikileaks, de la red de periodistas internacional que da lugar a las informaciones de *Los papeles de Panamá*. A las filtraciones de Edward Snowden que nos dejan ver cómo las redes se usan para espiar, catalogar y seguir las huellas de todo aquel que pase por internet.

El reto es, pues, aprovechar la alta productividad y convertirla en un arma eficiente para lograr una mejor distribución de los bienes. Usar la enorme eficiencia de la red con el fin de conocer lo que sucede de la mano de aquellos que han destinado su vida a informar de la mejor manera posible: los periodistas.

Referencias

1. Baudrillard, J. (2004). *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Ed. Universitat de València.
2. Bauman, Z. (2015). *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. Barcelona: Ediciones Paidós.
3. Bauman, Z. (2006). *Vida líquida*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
4. Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. España: Taurus.
5. Carroll, Lewis (2014). *Las aventuras de Alicia en el país de las maravillas*. México: Lectorum.
6. Debord, G. (2005). *La sociedad del espectáculo*. (2ª edición). Barcelona: Pre-Textos.
7. Florida, R. (2010). *The Great Reset: How New Ways of Living and Working Drive Post-Crash Prosperity*. Nueva York: HarperCollins.
8. Florida, R. (2008). *Who's your City?: How the Creative Economy is Making Where you Live the Most Important Decision of your Life*. Nueva York: Basic Books, Random House.
9. Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio*. España: Herder.
10. Han, B.-C. (2013) *La sociedad de la transparencia*. España: Herder.
11. Lyotard, J. F. (2006). *La condición posmoderna*. (4ª edición). Madrid: Cátedra.
12. Obermaier, F. y Obermayer, B. (2016) *Los papeles de Panamá. El club mundial de los evasores de impuestos*. Barcelona: Península.
13. Steensen, S. (2011). The featurization of Journalism. *Nordicom Review*, 32, (144).
14. Vattimo, G. (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.