

EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN.

Dra. Susana González Reyna

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM

Directora Posgrado en Comunicación

sgreyna@correo.posgrado.unam.mx

A mediados del siglo XX, con base en los procesos de digitalización, se desarrollaron las nuevas tecnologías de comunicación e información que dieron lugar a la formación de un nuevo paradigma llamado por Bernard Miège la “revolución informacional”.

La revolución de la tecnología de la información nace en Estados Unidos donde en la década de 1970 se constituye un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a la tecnología de la información.

Este nuevo paradigma, según Castells, “puede contemplarse como el paso de una tecnología basada fundamentalmente en insumos baratos de energía a otra basada sobre todo en insumos baratos de información derivados de los avances en la microelectrónica y la tecnología de las comunicaciones”. Sus características son:

1) Su materia prima es la información. La tecnología actúa sobre la información.

2) Su capacidad de penetración es muy fuerte. Todos los procesos de nuestra existencia individual y colectiva están moldeados por el nuevo medio tecnológico.

3) Su lógica de interacción está basada en redes. Ello permite desarrollar una compleja interacción.

4) Es flexible. Los procesos son reversibles y las organizaciones e instituciones pueden modificarse e incluso alterarse fundamentalmente mediante la reordenación de sus componentes.

5) Permite la convergencia creciente de tecnologías específicas en un sistema altamente integrado. La microelectrónica, las telecomunicaciones, la optoelectrónica y los ordenadores están ahora integrados en sistemas de información.¹

Castells explica que las nuevas tecnologías de la información se han extendido por el globo con velocidad "relampagueante" desde mediados de 1970 a la fecha, con una lógica propia a la revolución tecnológica y que consiste en la aplicación inmediata de las tecnologías que genera, promoviendo así, su propio desarrollo y enlazando al mundo mediante la tecnología de la información.

La evolución a pasos agigantados de las tecnologías de información y comunicación, en consecuencia, ha sobrecargado la oferta informativa a nivel mundial.

Para Bernard Miège, la caracterización de esta revolución informacional es diversa. Unos, la caracterizan por el crecimiento rápido de tecnologías de la información y la comunicación, particularmente la de las redes. Otros señalan, que la revolución es resultado de la tendencia a reemplazar los bienes industriales en los servicios de información. Otros más, explican que la revolución está marcada por un cambio de paradigma: el funcionamiento de las sociedades modernas depende de la adopción de un modo comunicacional.

¹ M. Castells. *La era información*. Vol. I. México. Edit. Siglo XXI. 1999. Págs. 87-89.

Finalmente, otros señalan que la revolución informacional implica que la producción de riquezas y la generación de valor están en estrecha relación con el acceso a la información. Cada uno de estos señalamientos tiene su parte de verdad, sin embargo todavía no se dispone, dice Miège, de teorías que los articulen. Su propuesta teórica sobre las industrias culturales, recogida en su obra *Capitalismo e industrias culturales*, puede ser un punto de partida para definir una teoría que explique este proceso de la revolución informacional.²

En este mismo sentido, Bernard Miège adelanta que en la informatización de la sociedad coexisten dos procesos: uno es la industrialización creciente de la información, de la cultura y de los intercambios sociales y profesionales. Los actores de este proceso son las empresas que intervienen en las industrias de las redes y los materiales y en la producción de los contenidos. El crecimiento actual del mundo de la producción que domina el conjunto del planeta; tiene su base en el vasto sector de la comunicación, sector en el cual se opera actualmente un “desplazamiento hacia los contenidos”.

El otro proceso se refiere a la informacionalización de la sociedad. Miège lo llama “info-comunicacionalización” debido a las articulaciones sistémicas entre información y comunicación.

Los actores de este segundo proceso son numerosos y diversos en tanto que implica a todas las instituciones de la sociedad y a los usuarios individuales. Aunque el acceso a las tecnologías y sistemas de comunicación es desigual, la

disposición de los bienes comunicacionales contribuye a reforzar las posibilidades de acción sobre la sociedad de aquellas personas que disponen de ellos.³

La industria de los medios de comunicación tiene un carácter cada vez más interdependiente, de ahí que se haya estimulado la integración de este sector, con una compleja y variada serie de interconexiones.

² Entrevista con Bernard Miège. Martín Becerra. “Las industrias culturales ante la revolución informacional”. Barcelona. *Voces y Cultura*. Núm. 14. 1998. Pág. 146.

³ *Ibidem*. Pág. 154.

En primer lugar está la fusión de diferentes tipos de medios de comunicación como la televisión, la radio y la prensa escrita para crear conglomerados multimedia. En segundo lugar, se han fusionado igualmente los medios de comunicación de diferentes países o regiones con el propósito de lograr la fuerza comercial necesaria para conquistar los mercados mundiales.⁴

Cabe resaltar, entonces, que, de acuerdo con Manuel Castells, el nuevo paradigma tecnológico plantea que “el procesamiento de la información se centra en la superación de la tecnología de este procesamiento como fuente de productividad, en un círculo de interacción de las fuentes del conocimiento de la tecnología y la aplicación de ésta para mejorar la generación de conocimiento y el procesamiento de la información” de allí que lo llame paradigma de la informatización de la sociedad o informacionalismo. Este informacionalismo se orienta hacia el desarrollo tecnológico, es decir, hacia la acumulación de conocimiento y hacia grados más elevados de complejidad en el procesamiento de la información.⁵

Dicho informacionalismo, dice Castells, “se basa en la tecnología del conocimiento y la información, en el modo de desarrollo informacional existe una conexión especialmente estrecha entre cultura y fuerzas productivas, entre espíritu y materia. De ello se deduce que debemos esperar el surgimiento histórico de nuevas formas de interacción, control y cambio sociales.”⁶

Para Castells, la reestructuración del capitalismo y la difusión del informacionalismo fueron procesos inseparables. Las sociedades reaccionaron y actuaron de forma diferente ante estos procesos, de conformidad con su historia, su cultura y sus instituciones.

De este modo, países como Japón, España, China, Brasil y Estados Unidos son sociedades informacionales debido a que “los procesos centrales de generación del conocimiento, la productividad económica, el poder político/militar y los medios de comunicación ya han sido profundamente transformados por el paradigma informacional y están

⁴ *Informe Mundial sobre la Comunicación y la Información*. Madrid. Ediciones UNESCO/CINDOC. 2000. Págs. 101 y 102

⁵ M. Castells. “La red y el yo”. *La era información*. Op. Cit. Pág. 29.

⁶ *Ibidem*. Pág. 44.

enlazados con redes globales de salud, poder, símbolos que funcionan según esa lógica”.⁷

Cabe una precisión: Castells explica que la revolución tecnológica actual no se distingue por el carácter central del conocimiento y la información, sino por la aplicación de ese conocimiento y esa información a aparatos de generación de conocimiento y procesamiento de la información/comunicación, de modo tal que forman un círculo de retroalimentación acumulativo entre la innovación y sus usos. La difusión de la tecnología, en consecuencia, amplifica infinitamente su poder cuando el usuario se la apropia y la redefine.

Dicho de otro modo, las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas, sino procesos en los cuales los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, como es el caso de Internet.⁸

De acuerdo con esto, podemos establecer que a la caracterización inicial del periodismo de masas, como un proceso necesariamente vinculado al desarrollo de las telecomunicaciones que marca una forma de interacción entre los individuos y entre los individuos con las formas de producción y de difusión de los mensajes, cuyo foco central es la difusión masiva de los mensajes, se pasa ahora a una forma de interacción mucho más compleja basada en la aplicación del conocimiento y la información a aparatos que generan el conocimiento y el procesamiento de la información y que marcan el paso de la sociedad de masas a la sociedad ahora llamada, de acuerdo con el paradigma informacional de Castells, la sociedad de la información.

El periodismo.

El desarrollo tecnológico, con su capacidad para trasladar contenidos multimedia a cualquier parte del mundo en segundos, proporciona la herramienta perfecta para recoger y difundir noticias.

Además, en todo el mundo, las noticias difundidas por la televisión vía satélite e Internet satisfacen la necesidad de las personas de estar informadas en todo momento. Se ha creado así un círculo de oferta y

⁷ *Ibidem.* Págs. 46-47.

⁸ *Ibidem.* Pág. 58.

demanda de la información que gira continuamente. Este proceso informativo provoca una competencia por lograr el primer lugar en presentar las últimas noticias en cualquiera de los medios, pero con más ahínco vía satélite o en Internet. Además, ha dado origen a una nueva forma de periodismo, centrada en lo inmediato, en el relato del testigo ocular directo y en el seguimiento de los sucesos a medida que se desarrollan, a manera de programa novelado.

Se trata de un periodismo que enfatiza lo noticioso por sobre lo analítico. La reflexión es ahora quehacer predominante del periodismo escrito tradicional.

Otra característica del periodismo noticioso es que en los distintos medios también se ha desarrollado una tendencia a incentivar la participación de la audiencia. Así, por lo que respecta al periodismo en Internet, éste ha contribuido a introducir un nivel de participación en el comentario de noticias que no existía en el pasado. La participación se hace a través de sondeos en línea, con lo cual se puede medir el número de lectores. O bien, los productores de información se dirigen directamente a los usuarios.

También, y con el mismo ánimo de incorporar a los receptores en el proceso informativo, algunas emisoras de radio y de televisión internacionales han comenzado a utilizar los mensajes de sus oyentes en sus sedes Web y en el correo electrónico.

Por otra parte, cabe señalar el hecho de que el negocio de la industria de los medios de comunicación, en su afán por abaratar costos, también ha afectado el proceso informativo, en especial en los contenidos. Se ha perjudicado la calidad y la variedad de los servicios de información. Al respecto, el Informe de la UNESCO 2000 señala que las oficinas de corresponsales en el extranjero han sufrido los golpes más duros y el número de reportajes originales ha disminuido sensiblemente. Los editores de noticias están también reticentes a enviar a sus propios periodistas, fotógrafos y cámaras a cubrir un suceso y prefieren a cambio reescribir los despachos de las agencias de prensa y aprovisionarse de imágenes de las grandes agencias de noticias para televisión.⁹

⁹ Informe Mundial. Op. cit. Pág. 108.

Según este Informe 2000, la tendencia es “hacia una reducción significativa de la pluralidad de los puntos de vista, especialmente en lo que concierne a las informaciones internacionales. Las mismas secuencias son retransmitidas por las cadenas de televisión de todo el mundo, mientras que los periódicos reproducen los mismos despachos de las agencias de prensa. Un puñado de agencias internacionales, que alimentan los medios de información del mundo entero, mantienen un control oligopolista sobre el flujo de la información y de las imágenes.”¹⁰

El periodismo en la sociedad de la información, en suma, ha cambiado sus formas tanto en la difusión como en los contenidos. El impacto de los satélites y de Internet ha sido decisivo en perfilar un periodismo noticioso por sobre un periodismo reflexivo y analítico. Ahora, el periodismo telemático adquiere nuevas dimensiones.

Nuevos periódicos de transmisión telemática: PERIÓDICO ON LINE

El periódico on line es un producto interactivo y multimedia que maneja a la vez texto, imagen, vídeo y sonido. El periódico on line es, en realidad, un nuevo medio que tiene varias características propias que lo distinguen del periódico tradicional. Señalamos, con base en lo indicado por Lizy Navarro Zamora en su artículo “Un nuevo medio: periódicos on line”, las que consideramos más significativas:

- 1) Transmisión telemática en vez de la impresión en papel. Ello reduce costos y es más accesible. La mayoría de los servicios que proporciona son gratuitos.
- 2) Con el periódico on line se pasa de la forma discursiva secuencial a la información numérico-textual, gráfica y sonora.
- 3) Llega a todas partes del planeta. Se rompen las fronteras locales y nacionales. La información se internacionaliza; se globaliza. Se modifica, consecuentemente el concepto de interés clásico del periodismo tradicional. Ya no es por la cercanía geográfica lo que interesa, sino el tema tratado.

¹⁰ Ibidem, Págs. 108-111

4) El acceso es instantáneo. La inmediatez de la radio y la televisión queda rebasada y se modifica el concepto de periodicidad.

5) Aumenta considerablemente la capacidad de integrar más información.

6) Se establece una relación interactiva entre emisor y receptor. Se establecen relaciones de una persona hacia otra persona o de una hacia muchas o de muchas hacia una. En realidad el receptor del periódico on line interacciona con el medio al decidir cómo y qué recibe de la oferta transmitida.

7) Es posible consultarlo en cualquier momento y lugar. Hay que reconocer, empero, que si bien es cierto que con este periódico se incrementa notablemente el número de sujetos receptores locales, regionales, nacionales e internacionales, también sólo accede a él quien tiene el equipo adecuado.

8) Asume las características y los discursos de cada uno de los otros medios: prensa, radio y televisión y goza de todas sus ventajas conjugadas en un solo medio.

9) Su estructura discursiva rompe con el concepto tradicional de la noticia principal: ocho columnas. La presentación es por páginas. La primera es la "home page" y de ahí se sigue con la secuencia de páginas. Ello modifica aunque no cancela la jerarquización y la valoración de las noticias. El periodista trabaja la información de manera distinta pero igualmente hace una selección y una distribución.

10) Ofrece otros productos como, por ejemplo, las pláticas o "chats" o la consulta de más información.¹¹

Ante las características del periodismo en la sociedad de la información, cabe hacer algunas propuestas que pudieran servir como guía para marcar el camino que lleve en el proceso informativo del siglo XXI a enfatizar el papel de los actores sociales y a la construcción de mensajes de forma tal que capten el interés de los lectores/oyentes y, también, en lo que respecta al contenido, en desarrollar un periodismo analítico y reflexivo a la par del periodismo noticioso. Las propuestas son:

¹¹ Lizy Navarro Zamora. "Un nuevo medio: periódico on line". *Revista Mexicana de Comunicación*. Núm. 63. Mayo-junio 2000. Págs. 37-40.

1. Rescatar al sujeto.

Ser periodista en tiempos de cambio implica un ejercicio más responsable de la profesión lo cual significa más dedicación en la búsqueda de la información para enriquecer la agenda informativa, la cuidadosa confirmación de los datos y más seriedad en las formas del lenguaje para la difusión de los mensajes.

“Hoy el periodista, dice el paraguayo Benjamín Fernández Bogado, fundador del Instituto Prensa y Libertad de Asunción, debe ser un agente activo de transformación, de interpretación, de lucidez ante una realidad cambiante y, por sobre todo, debe asumir con responsabilidad la tarea de salvar a la política de un mercantilismo que la agota, y rescatar a la prensa de su función rectora que estimule al ciudadano a volverlo participe en la construcción de su comunidad”.¹²

El público, ante el bombardeo informativo que caracteriza a la sociedad de la información, exige a los periodistas mayor profesionalismo y participa de manera más activa en la construcción de los significados del discurso periodístico.

Ser lector de periódicos implica, a su vez, acceder a las nuevas tecnologías e informarse para acceder al conocimiento de lo que sucede cotidianamente en el mundo, pero también, ante la abrumadora cantidad de información, debe jerarquizarla y organizar su significado.

2. Replantear los géneros. Nuevas estructuras que estimulen el interés del público.

Sin menoscabo del periodismo informativo, es deseable realizar también un periodismo de investigación y promover la construcción del reportaje profundo.

Igualmente, es deseable promover el ejercicio del ensayo periodístico y el ensayo literario.

¹² Benjamín Fernández Bogado. “Volver a la plaza pública en los medios informativos”. *Revista Mexicana de Comunicación. Op. Cit.* Págs. 12-13,36.

En atención a que el periodismo del siglo XXI atiende más a los temas que a la geografía del suceso, será muy conveniente enfatizar los temas sobre la ecología, la salud, los derechos humanos, la ética profesional, entre otros más que resulten de especial interés al ciudadano de este mundo globalizado.

3. Replantear la estructura de los medios:

Es un hecho que para sobrevivir, los periódicos tradicionales, y los noticieros de la radio y la televisión tendrán que modernizarse e incorporar en sus procesos informativos el uso de Internet, los servicios multimedia y la televisión por cable, entre otros.

La directora de Le Monde Diplomatique México, Eda Chávez señala que "Internet se ha convertido en un instrumento en donde los periodistas encuentran nuevas y fascinantes fuentes de información."¹³

En este mismo sentido, cabe señalar que la radio y la televisión no sólo se nutren del internet para la construcción de sus noticieros, sino que han incorporado las nuevas tecnologías para estimular la relación con el público.

En suma, así como la aparición de las telecomunicaciones, las agencias de noticias y la difusión masiva de la información dio lugar al periodismo de masas en el siglo XX cuya característica central fue la difusión de un mayor número de noticias con un menor costo y en menor tiempo.

Ahora en el siglo XXI nos enfrentamos a las nuevas tecnologías que ofrecen incrementar significativamente la difusión de una mayor cantidad de información en menos tiempo, a un número mayor de personas.

La vida social del individuo, desde el siglo pasado no puede explicarse sin la presencia de los medios masivos de comunicación, mismos que han modificado la noción de tiempo y espacio en las interrelaciones sociales.

¹³ *Revista Mexicana de Comunicación. Op. Cit. Pág. 35*

Las tecnologías que manejan estos medios permiten el acceso inmediato y, en cierto modo, irrestricto, a la información y al cambio cultural que conlleva en los individuos y en las naciones.

En este contexto cabe decir que surge un nuevo sistema de comunicación basado en un lenguaje digital universal y que está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de los individuos. “Los cambios sociales –dice Castells- son tan espectaculares como los procesos de transformación tecnológicos y económicos...En un mundo de flujos globales de riqueza, poder e imágenes, la búsqueda de la identidad, colectiva o individual, atribuida o construida, se convierte en la fuente fundamental de significado social”.¹⁴

¹⁴ M. Castells. “La red y el yo”. *Op. Cit.* Pág. 29.