

Promover el criterio propio y la autenticidad

Apuntalar el conocimiento, el verdadero reto del periodismo digital

El verdadero reto estriba en apuntalar los cimientos de la responsabilidad humana



Elena Pedrosa Puertas

Escuela de Arte de Almería
escuelaimass@gmail.com

(Conferencia pronunciada en Almería el 3 de mayo de 2013 dentro de los actos de celebración del Día Internacional de la Libertad de Prensa, LXXXII Aniversario de la Asociación de la Prensa y entrega de los Premios Libertad de Expresión)

La objetividad no existe, es lo primero que te enseñan en la facultad de comunicación. Y digo comunicación, porque yo me licencié primero en audiovisuales y luego en periodismo. Los compañeros de la revista *Ruptura* (2010) diferencian los términos informar, que significa «dar noticia de algo» y comunicar, que significa «hacer a otro partícipe de lo que uno tiene». Sin embargo es habitual el uso de ambos conceptos sin atender verdaderamente a las connotaciones del uso del lenguaje, y de la profesión, que estamos haciendo.

Un buen fotógrafo sabe que una fotografía nunca puede ser objetiva, por muy informativa que sea. Sin embargo en la facultad de periodismo nos venden la moto de que tenemos que ser objetivos. Como las madres nos venden aquello de que tenemos que ser buenos. Ambas apreciaciones se refieren a lo mismo, significa que hay que dejar de confiar en el propio criterio para dar la visión que más se ajuste a la verdad. La verdad de las madres y de los dueños de los medios informativos, claro. Un buen fotógrafo, como dice

Joan Fontcuberta, es aquel que miente bien la verdad. ¿Es lo mismo un buen periodista?

Personalmente pienso que el verdadero reto de cualquier profesión al servicio de la sociedad es promover el criterio propio y la autenticidad. Por eso voy a ser muy subjetiva en esto que escribo, lo que no quiere decir que no esté profundamente documentado, contrastado, comprendido, reflexionado y luego expresado con sinceridad bajo mi propia perspectiva, habiendo tenido el tiempo y la voluntad suficientes como para abordar un amplio ángulo de visión. Sinceridad, criterio propio, tiempo y voluntad es lo que se echa en falta en el momento en el que escribir se convierte en un acto rutinario al servicio de intereses ajenos. Ese, creo, es el verdadero reto del periodista.

La revolución mediática y el lectoautor

Eran muchos quienes, a comienzos de los 90, auguraban una revolución mediática con la digitalización de los medios y la estandarización del uso de internet como herramienta cotidiana en nuestras vidas. Hoy nos damos cuenta de que esa unión cotidiana a la red es consecuencia del interés comercial de las empresas, más que de la necesidad del ejercicio democrático del usuario.

Entre los aspectos más «revolucionarios» de una red que se pretendía lugar de encuentro comunitario, se argumentaban como «logros»:

- ❑ Integración de la figura del receptor y emisor en una, en cuanto a que el receptor se pretende co-creador de mensajes en el proceso comunicativo.
- ❑ Desaparición de la estructura jerárquica de la comunicación.
- ❑ Libertad de acceso a la información, libertad de expresión.

Así, Marcial García López y Francisco Javier Ruiz del Olmo (1997), escriben: «Cuando los productos inviten a la transformación y a la construcción en lugar de a las puras selecciones, la denominación de lector-autor adquirirá un sentido pleno.»

El pueblo como actor de su cultura

Tendríamos que preguntarnos hasta qué punto, como gestores culturales y de la comunicación, los medios de comunicación, agentes sociales creados, pretendidamente, para el bien común, potenciamos o

anulamos ese papel protagonista del pueblo como actor de su cultura. Quizá tendríamos que preguntarnos de qué manera se limita esa participación creativa en las redes en pro de beneficios corporativistas avalados por el especialismo científico, y si

estamos siendo realistas y creativos nosotros también para idear un nuevo papel en el que la profesión se adapte a esta nueva sociedad.

Sobre este aspecto, reflexiona Manuel López (2004): «La información se ha democratizado. Las fuentes que antaño contaban con una estructura difusora débil se han convertido en poderosos instrumentos gracias a internet. Los periodistas debemos tomar nota de ello.» (...) «Por eso, el periodista de un medio digital

debe entender que su misión ha cambiado porque las fuentes más débiles ya tienen capacidad para hacerse oír. Esto va a significar que una buena parte de la información ya no va a estar en las manos exclusivas y exclusivistas de los periodistas.»

Román Gubern (1987) se pregunta: «¿Estarán dispuestos los expertos a entregar sus saberes acumulados en largos años de práctica profesional a la memoria colectiva de un ordenador socializado que actúe como sistema experto de utilización pública? En una sociedad basada en la propiedad privada de bienes (físicos e intelectuales) no resulta jurídicamente fácil exigirles tal entrega.»

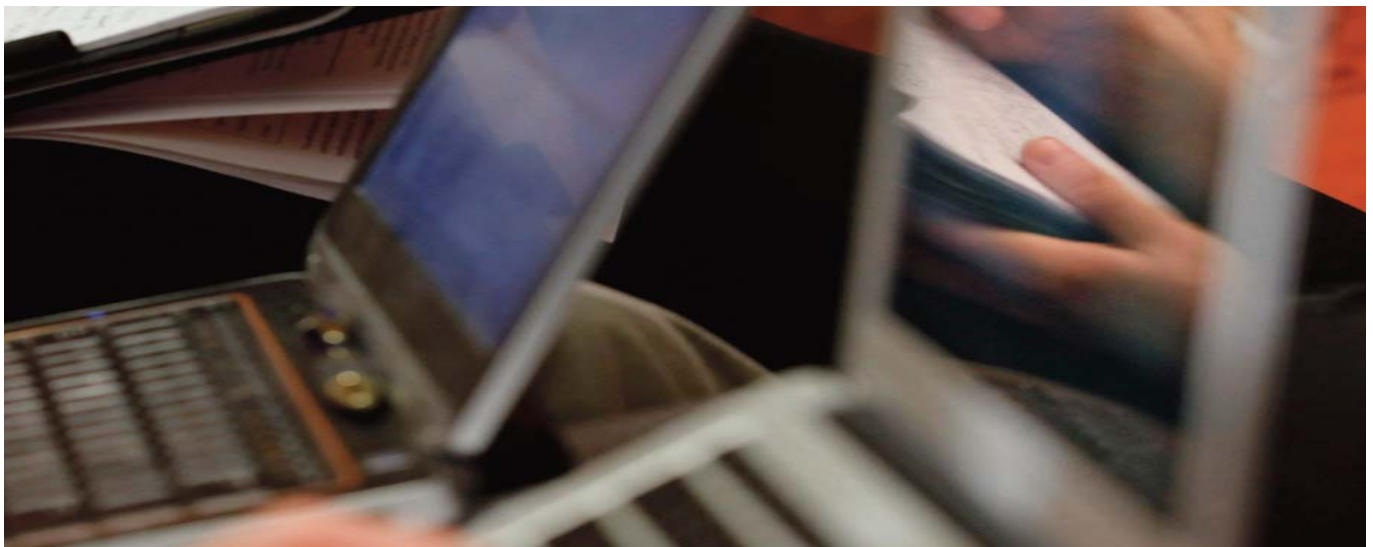
Zigmunt Bauman (2002), insiste en este papel de lector-autor y se refiere al paso del receptor-masa pasivo en lector activo: «El acto de la creación es la única manera de que el hombre pueda controlar su existencia en el mundo, a saber, de que consiga culminar el doble proceso de asimilación y acomodación».

Mediatización del poder comercial

Sin embargo, haciendo una lectura crítica de lo que hoy es un receptor pretendidamente activo en la red, nos damos cuenta de que el llamado «Emirec» no profundiza ni crea realmente, por lo que no tiene, en ningún momento, el control de su existencia. Sigue siendo mediatizado por el poder comercial, sigue siendo dirigido por el poder institucional y sigue siendo tutelado, en cuanto al contenido recibido, por periodistas y documentalistas en el proceso activo de selección y comprensión de informaciones.

El nuevo paradigma de comunicación, el que estudiamos desde hace décadas en las facultades, contempla a un emisor que crea sus propios mensajes. Sin embargo, en el desarrollo cotidiano de la profesión no sólo no se concibe, sino que además se entiende como «intrusismo» y como un ataque, del mismo modo que se entiende, permitan el símil, al inmi-

...hasta qué punto, los medios de comunicación, potenciamos o anulamos el papel protagonista del pueblo como actor de su cultura



grante como ataque al mantenimiento de los puestos de trabajo nacionales sin hacer un análisis más profundo que permita ver que el verdadero peligro no es ese, ni tampoco el origen del problema.

La censura, en los tiempos que vivimos, pretendidamente democráticos, es mucho más sutil y va más allá del simple acto de cercenar la libertad de expresión, ya que sólo con limitar el contenido, sólo con ejercer de organizadores y selectores de informaciones en un contexto en el que todo el contenido es de libre acceso, estamos ya contribuyendo a ordenar ese «caos» informativo.

Opino que cualquier criterio de orden que no se defina en comunidad sino desde arriba hacia abajo, puede ser considerado censura, puesto que se trata de priorizar un conocimiento en detrimento de otro, decidiendo a priori en qué se basa el «interés público», y confundiendo el «interés del público» con el interés particular.

Mi pregunta es la siguiente: ¿es necesaria, ahora, en esta sociedad actual, esa función de estructuración y selección de la información que se hacía tan necesaria en el periodo de la comunicación de masas? O más aún, en un estilo de comunicación que contempla al receptor como masa, ¿cuántos modos de aprender (leer, escuchar, investigar) diferentes tiene en realidad cada individuo diferenciado de ese «estándar» estadístico al que nos dirigimos? ¿Decidir por otros es siempre decidir para otros?

La expresión del propio individuo

En la sociedad que yo quisiera contribuir a construir sería el propio individuo el que debería aprender a expresar, mostrar y compartir su propia información para ponerla a disposición de otros, de quien quisiera acceder a ella, no toda la información del mundo desde unas cuantas maneras de interpretarlo, siempre parciales, por muy objetivas que la buena volun-

tad de los profesionales lo pretendan.

Cualquier selección previa (realizada unipersonal u oligárquicamente), a mí, particularmente, me resulta reduccionista con respecto a la inmensidad que el mundo supone.

Nuevas tecnologías: ¿nuevo modelo de comunicación?

«La preocupación europea de no perder la carrera de la tecnología frente al dominio estadounidense motivó que la UE impulsara y patrocinara a comienzos de los 90 el desarrollo de la edición electrónica» - dice M^a Ángeles Cabrera (2000)- y explica: «La capitalización que está experimentando internet pone de manifiesto que la red va en serio, se puede apostar por ella e invertir desde la bolsa en la tecnología on line.»

Esto me lleva a la pregunta: ¿Hasta qué punto la viabilidad económica y ese afán lucrativo de la carrera de las tecnologías de la información han sido el único criterio que se ha seguido para asegurar la construcción de un proyecto, el de las redes informativas, lo suficientemente sólido? La dictadura de la prisa por comprobar los resultados, cuanto y más si la presión de la competencia o de las directivas europeas se encuentran detrás empujando, hace que no se fundamenten en la base esos saltos cuantitativos que nos venden a las máquinas sin que sepamos aún acercarnos a su lenguaje ni comprendamos el alcance de su influencia en nuestras vidas.

Dice Bauman que el cambio tecnológico que tiene lugar con la revolución digital no tiene por qué significar un cambio de civilización. En mi opinión, al igual

Es el propio individuo el que debe aprender a expresar, mostrar y compartir su propia información para ponerla a disposición de otros



que ocurre con otros ámbitos de nuestra sociedad y nuestras vidas, cabría preguntarse ¿estábamos preparados para esa nueva estructura de comunicación?, ¿lo estábamos para las consecuencias de la libertad de expresión y el desarrollo de un lectorautor que crea y vierte mensajes en la red?, ¿estábamos preparados para determinar nuevos ritmos en las redacciones, nuevos conceptos en torno a los términos *información*, *comunicación* y *difusión*, para saber diferenciarlos?, ¿estábamos preparados para aprovechar las posibilidades de una herramienta que podría fundamentar un modo de comunicación abierto y una sociedad horizontal?

Este cambio tecnológico ha servido para apuntalar el viejo sistema en vez de promover un cambio hacia lo desconocido

Es por eso por lo que insisto en que este cambio tecnológico ha servido para apuntalar el viejo sistema en vez de promover un cambio hacia lo desconocido. Ese descontrol, ese «caos» del que habla Bauman ha sido el verdadero reto no aprovechado de la irrupción del modelo de hipertexto en la comunicación. En mi opinión, ese modelo nuevo de comunicación que se pretendía nunca ha llegado. En mi opinión, la máscara de progresismo y novedad que nos vendieron con el concepto de «Nuevas Tecnologías» que hoy ya no son tan nuevas, se ha quedado en un reformismo superficial, y por tanto reproducción del sistema preexistente. Enfrentar una estructura social fuertemente jerarquizada a un modelo de comunicación que resulta cóctico supone un choque cultural al que parece que nadie ha atendido. Y es por eso que no se ha pensado aún en cuál sería el mejor modelo de comunicación para hacer frente a esta situación.

En palabras de Bauman (2002) «El tejido social básico empieza a desintegrarse, las viejas leyes, estructuras, normas y planteamientos resultan completamente inadecuados. Mientras se desmoronan o son

aplastados, no están completamente claro qué debería sustituirlos.»

Desde *Encyclopédie des Nuisances* (2007) se pretende poner de manifiesto el papel de los intermediarios en este modelo de comunicación: «La aparente inmediatez de las Nuevas Tecnologías de la comunicación oculta que, en el conjunto de su funcionamiento, suponen una mayor dependencia de multitud de intermediarios que por lo general se hacen invisibles a lo largo de todo el proceso de producción.»

Quizá lo más difícil es ser conscientes de que en realidad la crisis radica esencialmente en la disyuntiva de si salimos o no de ese paradigma.

Sobreinformación, fragmentación y caos: la cultura-mosaico

Dice Juan Luis Cebrián (1998): «Si el corazón latiera con la exactitud de un cronómetro no podría afrontar sustos. Un corazón con un ritmo muy regular sería incapaz de ajustarse a los cambios. Sería muy peligroso para la persona.» ¿No es igualmente peligroso para la sociedad encontrarnos informaciones cada vez más mediatizadas, con un «ritmo cardíaco» cada vez más homogéneo?

Encontrar en las pantallas de televisión la misma noticia, desde puntos de vista casi idénticos, es ya cotidiano para nosotros. Encontrar el mismo mensaje repetido en portales y redes, viene siendo, también, la tónica en un medio, como es Internet, que se pretendía plural. Es por eso que creo que los periodistas deberíamos reflexionar sobre qué ocurre con esa cantidad ingente de información que ahora todo el mundo tiene a su disposición, si es realmente función nuestra ordenar ese caos, preguntarnos al servicio de quiénes lo estamos haciendo y si deberíamos evolucionar como comunicadores o como informadores, siendo conscientes de que un término es, como decía al principio, muy diferente a otro.



Así que, por una parte, tenemos un conocimiento especializado que se pretende comprometido con la profundización pero que, bajo los dictados del medio, no hace más que reiterar el mismo cúmulo de noticias estandarizadas en cada publicación, como dicen los compañeros de Ekinza Zuzena (2007) en su análisis: «una estructura de información dirigida al consumo de masas que tiene un enfoque elitista centrado en los que saben y son conocidos por ser conocidos». Por otro lado, tenemos un medio que nos capacita para estar presentes en cualquier instante decisivo de la información, con múltiples opciones de acceso a diferentes puntos de vista que no llegan a colmar la necesidad de consumir información de un espectador que tampoco llega a ser partícipe, que tampoco llega a ser activo, que no sabe, por lo tanto, hacer propia la información recibida: «Podemos conocer casi al instante acontecimientos que pueden estar sucediendo en países a miles de kilómetros de nosotros, pero ¿qué podemos estar seguros de saber de lo que acontece allí?, ¿por qué estamos consumiendo esa información y qué vamos a hacer con ella?»

Dice Antonio Linde (2007): «Nuestro consumo mecánico e instintivo de los medios no ha generado un mayor conocimiento y comprensión de sus lenguajes, sino más bien todo lo contrario». Es otra de las características esenciales del medio que no hemos contemplado *a priori* y del que no hemos analizado las consecuencias.

Respecto al problema de la sobreinformación, me parece muy gráfico el término *aturullar* que utilizan los compañeros de *Enciclopédie des Nuisances* (2007): «Con sólo examinar los medios modernos a su disposición (...) quedamos vagamente atónitos por la multiplicidad de emisores que contribuyen con *ruidos* de todo tipo al aturdimiento presente, a la pérdida de conciencia de nuestro tiempo.» «La información abun-

dante es precisamente la invasión de la abstracción (...) La verdad es hoy casi imposible de comunicar».

Una información que va en contra de un juicio crítico cuando, en vez de en estado puro, se presenta filtrada, interpretada, completada y deformada por el acompañamiento de otras muchas informaciones, como explica Juanma Argulles (2011): «El incremento sin precedente de *información* posibilitada por el desarrollo tecnológico, lejos de ser un aliciente para la reflexión, se convierte en la mejor expresión del totalitarismo: genera individuos incapaces de emitir un juicio de valor sobre aquello que se debe o no se debe hacer, sobre las condiciones en las que se desarrolla su vida y sobre la posibilidad de elegir un futuro distinto (...) porque el lenguaje de la eficiencia comunicativa y la mentalidad del *archivo* es incompatible con la reflexión.»

Román Gubern (1987) habla de la «omnipresencia, mundialismo, continuismo y reiteración de las informaciones en los medios de comunicación de masas», lo que Abraham Moles llamó la *cultura del mosaico*: «Unos medios remiten a otros medios, unos programas o espacios a otros programas y espacios, mezclándose los contenidos.» Es eso lo que sucede en una red sobreinformada, saturada de estímulos en los que es difícil concentrarse. La falta de concentración es la base de la falta de reflexión documentada. Y eso sucede como consecuencia del ritmo trepidante en el que nos entrenan. El tiempo es la herramienta más importante que tenemos para poder pensar. Por eso nos lo arrebatan.

La ilusión de las autopistas de la información nos lleva a pensar que contar con una infinitud hipertextual de posibilidades de elección nos hace libres. In-

Una información que va en contra de un juicio crítico, que se presenta filtrada, interpretada, completada y deformada



Internet es sólo una estructura, una herramienta que depende de unos contenidos. Si esos contenidos son pobres, aislados, restringidos, manipulados y se reproducen y se reiteran, multiplicándose en diferentes canales, puede darnos la impresión de una pluralidad que en realidad no existe. Igual que decía el anuncio de una marca de alimentación infantil, hay que crecer a lo alto, no a lo ancho. Cantidad

no es calidad. Producir información de verdadera calidad en redes no es más que lo que siempre ha sido producir información de verdadera calidad. El resto no es más que la manera de distribuirla.

Estamos en una sociedad que debe adaptarse a rutinas y modos de vida dictados por una nueva realidad: el desarrollo tecnológico

La información como mercancía o como entretenimiento

Decía Nietzsche que «nuestros útiles de escritura participan en la formación de nuestros pensamientos». Neil Postman (2011) apunta incluso más lejos, al hablar de cómo las máquinas llegan a *pensarnos*, imponiendo un *mensaje global y autoritario*.

Ya decía McLuhan aquella famosa frase: «el medio es el mensaje», avisando de cómo los efectos de los medios alteran «los patrones de percepción continuamente y sin resistencia». Es por eso que el Sistema pretende la estandarización y reiteración del mensaje informativo, conseguido esto gracias a las nuevas tecnologías de la información. Porque así, a fuerza de aislar, filtrar y repetir una información, en su condición de «verdad simbólica» acabará restando veracidad incluso a la realidad pura y dura. Tal es el juego que seguimos y en el que nos enredamos.

Explica Miquel Amorós (2000) que la tecnociencia, origen de la globalización, ya a partir de la I Guerra

Mundial, deviene en ideología dominante y provoca y dirige los cambios «construyendo un mundo que solamente obedece a sus leyes»: «La conexión del individuo con la sociedad ha cambiado, las nuevas necesidades en las que se reconoce son producto de la técnica. (...) La tecnología es la técnica con soporte científico (y se diría que ideológico).» Estas tesis apuntan a corroborar que estamos bajo la dictadura de las máquinas que creemos poseer. Pero ¿cómo hemos llegado hasta este punto y qué papel tiene en esto el periodismo?

Siendo la tecnología el centro de gravedad de la sociedad, Amorós, para quien la diversión se concibe en estos medios como evasión y anula el pensamiento, opina: «La nueva cultura es entretenimiento. Se trata de distraer, de matar el tiempo, no de educar y menos liberar el espíritu.» Para él, los internautas «son seres infantiles, incapaces de distinguir entre distracción banal y actividad pública.» Una distracción banal que no es nada inocente. Ya lo dicen Adorno y Debord: «El tiempo libre es ocupación constante. Es una prolongación del tiempo de trabajo y adopta las características del trabajo: la rutina, la fatiga, el hastío, el embrutecimiento. Al individuo la diversión le viene impuesta no ya para reparar los tiempos gastados en el trabajo, sino para emplearlos de nuevo en el consumo»

Por lo tanto, estamos ante una sociedad que debe adaptarse a unas rutinas y modos de vida dictados por una nueva realidad: el desarrollo tecnológico. Por otra parte, nos encontramos con otra adaptación: la del periodista a las rutinas de un nuevo modelo comunicativo y empresarial, que continúa concibiendo la información y la cultura como mercancía.

Román Gubern (1987) evidencia esta dependencia: «El universo que nos ofrecen los medios no deja de ser un producto manipulado, por muy objetivo que honradamente se procure fabricar. La noticia es in-



evitablemente una imagen y un producto».

Hablaba ya Marcuse en 1964 de la noción de neutralidad en la tecnología. No puede pretenderse neutral, lo incluía el informe McBride para la UNESCO en 1965, una herramienta tecnócrata que surge «en el seno de democracias altamente industrializadas, propuestas a partir de realidades sociopolíticas pre-existentes». Explica Gubern: «Las tecnologías no son abstracciones caídas del cielo, sino proyectos humanos concretos de actuación y de formas de productividad determinadas, que favorecen unos usos y funciones y desfavorecen otros.»

No hace falta que Pascual Serrano (2013) nos avise de que «los nuevos soportes y formatos están desarrollando un modelo informativo superficial y simplista de la realidad y del pensamiento», ya que «en la red siguen siendo desproporcionadamente poderosos los mismos que fuera de ella.» La influencia de esas empresas sobre el contenido de internet, «a través de colaboradores pagados en foros y webs, mediante influencia de buscadores, inversiones en diseños y tecnología» hacen que los nuevos formatos se conviertan en nuevos elementos de ideologización, con un sesgo muy marcado en este nuevo patrón informativo: «sus criterios priman lo mayoritario, lo popular, el consenso dominante, no sólo a la hora de priorizar las temáticas, sino también las tesis sobre esos temas, los autores, los portales informativos.»

Serrano advierte también de la incongruencia que supone ir contra la censura y utilizar medios que censuran, los cuales actualmente todos los medios de comunicación utilizan y priorizan: «Se considera a redes sociales como *Facebook* y soportes como *YouTube* ejemplos de logros en la democratización de la información sin percibir que se trata de empresas privadas que (...) pueden eliminar un contenido díscolo y hacer desaparecer a un usuario con la resignación de una sociedad que nunca se plantea que estamos

ante un ataque a la libertad de expresión.»

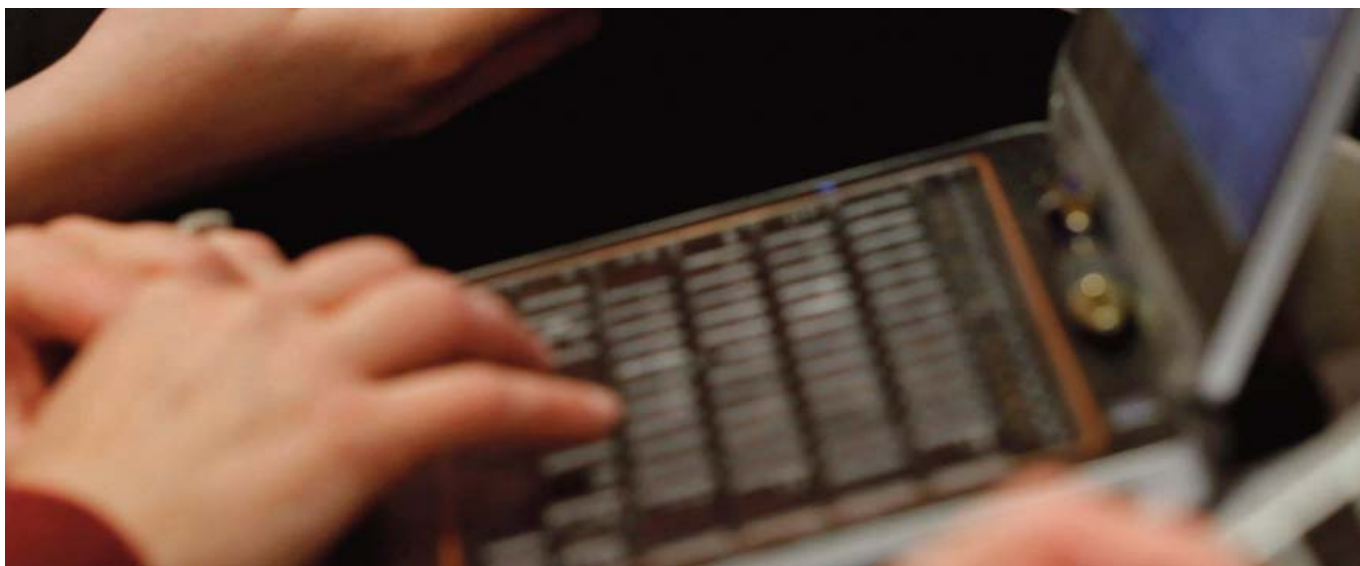
Pero si se utilizan estos nuevos medios sólo para promocionar y difundir lo ya publicado y no para debatir y cotejar; si no se le da la posibilidad al protagonista, al afectado, de rebatir «la verdad» mediática, no estamos hablando en realidad de una información para la sociedad, sino sólo para mantener la buena imagen de la empresa, institución o persona que informa, quienes aparecen como infalibles e irrefutables en un proceso que, sin embargo, siempre es cambiante, sujeto a múltiples puntos de vista, subjetivo, como es la comunicación.

Mientras la información no deje de ser un objeto de consumo y mercantilismo, mientras no dejen de estar detrás de este proceso de intercambio intereses de poder, no podrá hablarse ni de una verdadera independencia del periodista, ni de una verdadera autonomía del receptor como elemento activo participante del proceso de creación de noticias. Hasta que las personas no evolucionen de manera integral en su forma de relacionarse y comunicarse no podremos hablar de un verdadero proceso de intercambio, porque los fantasmas del egocentrismo, el paternalismo y el afán de demostrar quién tiene o no tiene la razón evitarán un verdadero proceso de aprendizaje en común y de cooperación para construir una información veraz y comprometida.

El problema de los contenidos

«La corta historia de la llamada *era digital* -Dice M^a Ángeles Cabrera (2000)- está marcada por el resplandor del posibilismo tecnológico, por la capacidad persuasiva, seductora, gratificante y hasta hedo-

Mientras la información sea un objeto de consumo y mercantilismo, no podrá hablarse de una verdadera independencia del periodista



nista del medio, como valores en sí mismos, por encima de la debilidad de sus mensajes.» Se esperaba, eso sí, una evolución a medio plazo en la que «la atracción

del soporte pudiera amortiguar la limitada creatividad de los contenidos». Bernardo Díaz Nosty, apoyando la tesis de su compañera, opina: «Sólo el buen manejo de los elementos y la capacidad intelectual de quienes trabajan sobre los

contenidos podrá distinguir a los nuevos medios de periodismo en la red». Sin embargo creo que, en este análisis, se está equivocando la verdadera raíz del problema de los contenidos y opino que es un error hacer recaer la responsabilidad en la capacidad de trabajo del periodista cuando la responsabilidad está y ha estado siempre, sin embargo, en su capacidad de ejercer el libre albedrío.

La responsabilidad del periodista

Juan Luis Cebrián (1988) se refiere a la responsabilidad del periodista al utilizar la red como infraestructura de aprendizaje: «Como la nueva economía es una economía del conocimiento, el aprendizaje forma parte de la actividad económica cotidiana y de la vida. Y tanto las empresas como los individuos han descubierto que tienen que asumir la responsabilidad de aprender, simplemente, si quieren funcionar.»

En una sociedad en la que el aprendizaje es también moneda de cambio y la cantidad, que no calidad, de la formación, entendida ésta como la acumulación de titulaciones y diplomas más que como la capacidad crítica y de discernimiento, esa determinada manera demostrable de capacidad intelectual se percibe como la única manera de dar verdadera profundidad a los contenidos que se crean. Pero eso no es cierto.

Mi pregunta es la siguiente: ¿es lo mismo intelectualidad que inteligencia? y ¿es lo mismo formación que sensibilidad y consciencia?, ¿qué tipo de formación estamos dando y/o recibiendo? Me resulta paternalista pensar que los cientos de licenciados que salen al año de las Universidades no tienen la capacidad intelectual ni el discernimiento suficientes como para escribir con estilo y criterio propio en las redes, y voy más allá, posiblemente el criterio propio y el discernimiento desaparezca en las Universidades.

Comunicar es educar

«Comunicar es educar», dice José Ignacio Aguaded (2007), para quien la degeneración moral de los medios de comunicación, tiene raíces «en la estructura empresarial de los medios y, por qué no decirlo, de la propia sociedad que hemos creado.» En mi opinión, sin embargo, seguir concibiendo a los medios de comunicación como educadores da cuenta de la sociedad infantilizada y paternalista en la que nos movemos, y por tanto sigue evidenciando una cultura jerárquica en la que unos saben más que otros y se sitúan siempre en situación preferente y privilegiada.

La formación adoctrinada y pro-sistema de los centros docentes, las universidades, la formación empresarial y funcional, en vez de humanista, que antepone la competitividad, la rutina y la apariencia a los valores esenciales como el tiempo, la salud y la persona, no es más que el resultado de la reproducción de un Sistema al que no se nos permite cuestionar, y en el que no se nos permite participar, en el que las decisiones siempre las toma otro y la libertad de expresión sirve para poder hablar, pero nunca para que te escuchen. La degeneración moral del periodismo no es más que la degeneración moral del individuo en una sociedad que muere y contamina de muerte a cada día que pasa.

Opino que el verdadero reto del periodismo de-



pendará del tipo de sociedad en la que se desenvuelva, no de las herramientas tecnológicas que tenga a su disposición. Y, por supuesto, del tipo de sociedad que se quiera construir. Habrá de preguntarse, ¿qué tipo de intermediario quiero ser?, ¿para qué va a servir esta manera de comunicarme y estos contenidos que comunico?, ¿a quiénes?

Se esperaba de los medios on-line que fueran capaces de profundizar en el contenido, en el debate, en el contraste reposado de opiniones. Ese reto no se ha cumplido. No se ha cumplido porque, como opinan los compañeros de *Enciclopedia de Nuisances*, nunca vamos a ser capaces de profundizar para otros, nunca vamos a ser capaces de pensar por otros.

Ideas y capacidad de discutirlos

Hablar de la crisis del periodismo nos lleva a hablar de la crisis de la sociedad, del sistema de valores del individuo, y por supuesto a preguntarnos por qué. La respuesta es la falta de criterio y de pensamiento libre. Según Luis Navarro, se necesitan «ideas y capacidad de discutirlos.»

Escribía José A. Miranda respecto a la manera de relacionarnos en esta sociedad que vivimos, que la mantis religiosa sólo devora al macho después del apareamiento cuando se observa en un hábitat en cautividad, comportamiento que no reproduce en libertad. Cabría preguntarse hasta dónde llegaría la capacidad intelectual, moral y de discernimiento del periodista en una sociedad libre en la que la actividad imperante en su trabajo no fuera reproducir discursos y modelos sociales orientados desde la dictadura del capitalismo en el que se halla inmerso, donde la información es mercancía y la ideología se vende o se impone.

Más que apuntalar el conocimiento, opino ahora que el verdadero reto estriba en apuntalar los cimientos de la responsabilidad humana. Las buenas personas serán las únicas que puedan cifrar una verda-

dera comunicación moral. Y no es moral anteponer intereses particulares, ni mezclar el bien común ni el servicio a la comunidad con el beneficio económico. Conozco a periodistas que son muy responsables, pero ocurre que la profesión en sí acaba consumiéndose si lo eres. Como el sistema capitalista en el que vivimos acaba consumiendo al individuo a no ser que acabe convirtiéndose en máquina, en masa, para formar parte de él. Mantener el espíritu crítico en una sociedad colapsada no es fácil, aunque es absolutamente necesario.

El verdadero reto del periodismo dependerá del tipo de sociedad en la que se desenvuelva, no de las herramientas tecnológicas

Bibliografía:

Bibliografía Consultada

DERRICK DE KERCKHOVE. «Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web.» GEDISA Ed. Bna. 1999. «El futuro de las noticias»

ENRIQUE DANS. «Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer.» Ed. Deusto S.A. 2010.

GUY DEBORD. «La sociedad del espectáculo» Pre-Textos, Valencia 2010.

JAIME SEMPRUN. «Que la neolengua se impone cuando las máquinas se comunican», en «Defensa e ilustración de la neolengua francesa». París 2005.

LANGDOM WINNER «Internet y los sueños de una Renovación Democrática». Revista Cul de Sac. N°2, noviembre 2011. «Internet y las nuevas tecnologías: ¿la desposesión culminada?»

Mª BELLA PALOMOTORRES. «El periodista on line: de la revolución a la evolución» Introducción a la red. La neutralidad de la red. (pg. 97) Comunicación Social ediciones y publicaciones. Sevilla 2004.

MARÍA RUBIO LACOPA. «Documentación infor-



mativa en el periodismo digital.» Parte II: La documentación informativa en los medios digitales. Cap.4: Análisis del emisor: el documentalista digital. Pg. 100-117. Ed. Síntesis. Madrid. 2007.

PASCUAL SERRANO. «Periodismo canalla. Los medios contra la información». (En Revista Rebelión, 2012)

PASCUAL SERRANO. «La batalla de la izquierda y las redes sociales». Revista Rebelión, 2012.

PASCUAL SERRANO, en «Mundo Obrero» y «Rebelión»:

(<http://rebelion.org/noticia.php?id=166460>). (Intervención en el II Taller Internacional «Las redes sociales y los medios alternativos, nuevo escenario de la comunicación política en el ámbito digital»)

PEDRO ANTONIO ROJOVILLALBA. «Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias de la prensa ante la convergencia mediática» Comunicación social ediciones y publicaciones. Sevilla 2003. (pg. 10)

PEDRO LOZANO BARTOLOZZI. «El tsunami informativo. Panorama comunicativo del siglo XXI» Eds. Universidad de Navarra S.A. EUNSA Astrolabio. Barañain (Navarra) 2006.

ROLAND JACQUARD. «La desinformación: una manipulación del poder». Espasa Calpe. 1988.

ZYGMUT BAUMAN. «Modernidad líquida». Fondo de cultura económica. México. Buenos Aires, 2009.

Dossier «Els Mitjans de comunicació alternatius. Prensa, web, radio.» Revista «Enciclopèdic» Octubre 2010. N°36. IV época.

Bibliografía Citada

ANTONIO LINDE NAVAS. «El periodista moral. Dilemas de la información y la comunicación.» Grupo Comunicar ediciones. Huelva 2007.

ENCICLOPÉDIE DES NUISANCES. LA SINRAZON EN LAS CIENCIAS LOS OFICIOS Y LAS ARTES. Artículos selectos. Traducción, notas de Miquel Amorós. Bilbao 2007. pg 89 a 95.

JOSÉ A. MIRANDA. «Poemas para una sociedad futura» (<https://sites.google.com/site/fandangorevolucion>)

JUAN LUIS CEBRIÁN, «La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación»

Taurus. Madrid. Colección Pensamiento. 1998. (pg. 13-69)

JUANMA AGULLES, «Materiales de derribo. reflexiones desde la vida en ruinas.» Revista Cul de Sac. N°2, noviembre 2011. «Internet y las nuevas tecnologías: ¿la desposesión culminada?»

LUIS NAVARRO (Coord.) «Industrias mi cuerpo: un proyecto de gestión cultural independiente.» Literatura gris, Traficantes de Sueños. Madrid. 2010. (pg.201) «No veis lo que está pasando. El espectáculo en la era de internet.»

MANUEL LÓPEZ. «Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI». Paidós Bna. 2004.

MARCIAL GARCÍA LÓPEZ Y FCO. JAVIER RUIZ DEL OLMO (Coords.) «Nuevas tecnologías, nuevos medios». Textos mínimos de la Universidad de Málaga. Málaga 1997. (Pgs. 5-23; pg.82)

Mª ÁNGELES CABRERA «La prensa on line. Los periódicos en la www.» CIMS 97 S.L. Bna. 2000. (pg. 11)

MIQUEL AMORÓS. «Tecnología y sociedad de control» en «Las armas de la crítica» Pg. 109. Ed. Muturreko Burutazioak, Bilbao 2000.

NEIL POSTMAN «La ideología de las máquinas: Tecnología informática». Revista Cul de Sac N°2, diciembre 2011.

PASCUAL SERRANO «La comunicación jibarizada. Cómo la tecnología ha cambiado nuestras mentes.» Pascual Serrano, La Habana 2013.

ROMÁN GUBERN. «El simio informatizado» Fundesco. Madrid. 1987. pg. 115-218.

ZIGMUNT BAUMAN «La cultura como praxis» Paidós Bna 2002 pg 324

«El que se mueve no sale en la foto» Revista «Ruptura» n°6. 2010. pg.4

<http://www.klinamen.org/ruptura>

www.klinamen.org/ruptura

«Televisión, Mitoinformación y Control Social» (Extracto del Instituto de Desingeniería social de Oxford) Revista Ekintza zuzena 34, 2007.

«¿Una ética intelectual para Internet?» (A propósito del libro «Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?») Nicholas Carr, Taurus (2011). Revista Cul de Sac N°2, diciembre 2011.