



Periodismo, cambio tecnológico y sociedad

Gustavo J. Vittori (*)

Los medios de comunicación se nutren de la sociedad y a ella destinan su trabajo. Por lo tanto, lo que les ocurre es inescindible de lo que acontece con la sociedad que les da sentido. De modo que si los medios de comunicación navegan en estos días en aguas turbulentas, es porque la sociedad en la que se desempeñan está agitada por cambios constantes. También es cierto que la sociedad y sus instrumentos de comunicación interactúan de continuo y se influyen de manera recíproca; máxime ahora, que las tecnologías de la comunicación revolucionan la cotidianidad.

Internet es un hito relevante en la historia de la comunicación

humana y social, como antes lo fue la creación de la imprenta de tipos móviles. Si ésta amplió el espectro de lectores y a la vez activó el principio del fin de las scriptoria y los copistas medievales, de calígrafos e iluminadores de textos, Internet pone en jaque a extensos segmentos de la comunicación que hasta acá mediaban entre centros de producción de cultura, incluido el periodismo, y los públicos de consumo integrados por lectorías y audiencias.

En el salto comunicacional del siglo XV, la producción de algunas copias manuscritas de libros considerados relevantes fue rebasada por la generación de cientos o miles de reproduc-

(*) Periodista y miembro del Consejo de Dirección de El Litoral. Ex presidente de ADEPA.

ciones tipográficas, lo que permitió expandir rápidamente el universo de lectores.

Ahora, con Internet, se reduce la necesidad del intermediario –el medio de comunicación– porque el acceso a las fuentes es directo, diverso, fluido y, además, en la mayoría de los casos, gratuito. La platea, antes receptiva, se convierte en escenario con múltiples actores. Es un giro copernicano que pone de cabeza el mundo de las comunicaciones tradicionales y desata la crisis de organizaciones complejas desarrolladas en el curso de los dos últimos siglos para obtener, procesar y entregar información a las sociedades.

En el caso del periodismo gráfico, el impacto empresarial es mayor porque su estructura de producción, edición, impresión y circulación requiere de importantes inversiones en tecnologías y equipos, así como de nutridas plantillas de personal capacitado para llevar a cabo las sucesivas y convergentes acciones que maduran como producto en la boca de las rotativas.

En suma, los canales de comunicación se multiplican y amplifican, la conectividad se expande y no falta mucho para que el rápido acceso a los satélites se universalice y la conectividad sea ubicua: al instante y en cualquier lugar. Generalizados instrumentos digitales y, más fácil aun, con comando de voz, perforan las magnitudes de tiempo y espacio facilitando la comunicación instantánea de quien sea y con quien sea. ¿Estamos en el Paraíso? Me temo que no.

Es que con semejante arsenal tecnológico al servicio de la comunicación se impone otra pregunta: ¿Qué tenemos para decirnos? ¿Cuál es el nivel de diálogo? Y la respuesta dibuja una paradoja, porque los jóvenes se están quedando sin habla. Puede sonar exagerado, pero distintas instituciones vinculadas con la lengua, y muy especialmente la Academia Argentina de Letras, señalan que de la formidable cantera de nuestra lengua –integrada por decenas de miles de vocablos–, en la Argentina los adolescentes y jóvenes sólo emplean entre doscientos y cuatrocientos. De manera que la amplia disponibilidad instrumental para la comunicación no se corresponde con una mayor calidad y fecundidad de los intercambios. Por el contrario, lo que se advierte es un aluvión catártico de sentimientos y emociones mal procesados, conexiones sin “encuentro”, mucho intercambio errático y agresivo, demasiada comunicación basura. Esta percepción no niega la riqueza potencial de la vía, ni la existencia de blogs de alta calidad; tampoco, la dimensión lúdica de los seres humanos, ni su naturaleza contradictoria, ni la libertad y el placer de realizar juegos intrascendentes. Simplemente los señala. Como también reconoce de manera explícita la extraordinaria feracidad de Internet para el cultivo de una democracia extendida y, por tanto, más real y sustancial. Pero la existencia de un te-

rreno apropiado y de los instrumentos aptos para fecundarlo no aseguran por sí solos el éxito de una cosecha cultural posible pero hasta ahora improbable. Para lograrlo, hay que utilizar, además, adecuados insumos intelectuales, afectivos y volitivos que se adquieren en el curso del tiempo con esfuerzo a través de la educación y de una convivencia civilizada, dialógica, estimulante y productiva. Para participar, no solo hay que tener ganas, hay que estar preparados para la interacción y para responder a los desafíos de la inteligencia. Pero en este punto la red no ha alcanzado todavía su madurez; y la Argentina, en particular, hace agua por los cuatro costados.

Al respecto, más allá de las percepciones subjetivas, hay indicadores objetivos del retroceso de la educación; en primer lugar, de nuestro país, pero también en el mundo desarrollado. Así lo establecen mediciones sistemáticas de instituciones internacionales dedicadas al análisis educativo, pruebas locales específicas de matemática y lengua, y las notables dificultades para acceder a la educación terciaria puestas de manifiesto por “bochazos” masivos en los exámenes de ingreso a la universidad. En verdad, las periódicas evaluaciones no pueden ser más desesperanzadoras.

En consecuencia, se da un paradójico cruce de direcciones entre la veloz evolución de las tecnologías de la comunicación y el tenaz retroceso de los niveles educativos. El problema es mayor porque la educación es un presupuesto básico del desarrollo integral de una sociedad. La educación otorga genuina carta de ciudadanía, habilita para el empleo en mercados cada vez más exigentes y permite intervenir en distintos procesos culturales, entre ellos el que propone el periodismo.

Sin duda, para recibir, comprender, procesar y reelaborar las informaciones y opiniones que ofrece el periodismo, hay que disponer de un piso formativo que provee la educación. Ese requisito es precondition necesaria para desempeñar cabalmente el papel de ciudadano en una democracia moderna. De modo que para ejercer la ciudadanía y leer diarios, periódicos y revistas hace falta lo mismo: una buena base educativa.

De ambas cuestiones, que están entrelazadas –de allí la importancia de la libertad de expresión y de prensa en una democracia republicana– pongo aquí el foco en el tema periodístico, luego de haber señalado someramente la trama que vincula estos campos entre sí, y la de ambos con la educación.

Se me pregunta qué ocurrirá con los medios gráficos ante la creciente oferta del periodismo digital. Advierto que pertenezco a la galaxia Gutenberg y que carezco de las dotes de oráculo necesarias para pronosticar el futuro. Sí, resulta obvio que el periodismo tradicional en soporte papel está inmerso en un ciclo declinante, no sólo por la ampliación de las fuentes informativas, la velocidad de acceso que ofrecen las



tecnologías de la comunicación y la gratuidad de los servicios; también, lo que es muy importante, por el creciente déficit educativo. Para que se comprenda mejor el alcance de este último aspecto, baste consignar que en Brasil, por ejemplo, cinco de los diez diarios de mayor circulación en la actualidad tienen formatos populares –deportes, espectáculos, sexo y crímenes–, y la suma de sus tiradas explica el aumento de la circulación global de los medios gráficos en ese país, a contrapelo de la tendencia mundial dominante. La observación complementaria –y llamativa– es que los cinco fueron creados después del año 2000.

En verdad, dejando de lado el fenómeno de Japón, con su alta tasa de lectoría de medios, y los diarios de China, en aumento por la progresiva incorporación de millones de ciudadanos al consumo, las cifras mundiales trazan una curva declinante que afecta especialmente a las publicaciones de los Estados Unidos de Norteamérica. Pero al margen de estas excepciones, que por su volumen tienen incidencia planetaria y disimulan en parte la evidente contracción de la venta de diarios, los medios que menos sufren son los populares, que incluso, como hemos apuntado en el caso de Brasil, repechan la cuesta de la caída general. Entre tanto, los que peor la pasan son los diarios que cultivan lo que se denomina periodismo de calidad, caracterizado por prácticas serias y responsables, buenos análisis políticos y económicos, informes especiales, columnas con firmas reconocidas y amplio espacio para la producción cultural, entre otras coberturas que hoy se ven afectadas por los déficits educativos.

Frente a esta cruda realidad, indicativa de lo que acontece en extensas bandas sociales, los diarios que han hecho la opción por la calidad reaccionan, intentan nuevos caminos, tratan de reinventarse tanto en su estructura empresarial como en la producción de contenidos. Es una carrera a prueba y error por la sobrevivencia, en la que suelen tomarse atajos equivocados y producirse contaminaciones con las recetas populares.

En cuanto a lo tecnológico, se crean plataformas de servicios múltiples que permiten ofrecer información y opinión a través de distintos soportes y formatos: el papel tradicional y productos digitales para computadoras, tabletas y teléfonos. Pero lo que todavía no se logra compensar son los ingresos por publicidad y venta de ejemplares que aportaban en sus mejores momentos las publicaciones gráficas. La cuestión está en saber si es sólo un problema de diversas velocidades para la adecuación, de diferentes ritmos de transferencia y reemplazo en un proceso de inexorable recambio, o la ruptura definitiva de una ecuación empresarial. Los próximos años develarán esta duda.

Mientras los gurúes hacen sus pronósticos, la dinámica de las comunicaciones amplía sus amenazas sobre otros segmentos: la radio, la televisión, el correo, la cinematografía, las discográficas, entre otros rubros del comercio general, que registra distintos grados de afectación. Es que la red tiende a suprimir todas las mediaciones.

Pero también empiezan a aparecer debilidades y riesgos que habitan los intersticios de la red y que van desde manifiestas vulnerabilidades del sistema a preocupantes patologías de los navegantes, cuestiones que se perfilarán con mayor nitidez en la perspectiva del tiempo. Entre tanto, los diarios, periódicos y revistas intentan recargar sus propuestas para sostener el interés de un público errático formateado por las indefinibles demandas inducidas por el zapping y la satisfacción de deseos express.

En el maremágnum de la red de redes, tejida por miles de millones de páginas web, la tarea difícilmente reemplazable es la de “editar” cada día, con ritmo previsible, criterios profesionales y el respaldo de organizaciones empresarias ensambladas al efecto, la enorme masa de información que avasalla la capacidad de los navegantes solitarios. Para no perder el tiempo, que cada vez vale más, se necesitan puertos o islas informativos que aglutinen y sinteticen servicios de atención profesional y útil al requerimiento de estar informados o de acceder a enfoques que permiten una mejor comprensión de acontecimientos, escenarios y tendencias.

Hay blogs de primer nivel en los que escriben economistas, politólogos, filósofos y científicos que los diarios no podrían contratar y cuyos análisis superan con amplitud a los de los mejores periodistas especializados. Pero el problema es que dependen de las ganas y la capacidad de trabajo de una persona, de sus ciclos volitivos, intelectuales y de salud, en tanto que los flujos constantes de información y opinión actualizada sólo son factibles con el respaldo de una organización capaz de cubrir los huecos que inexorablemente se producen en cualquier esquema de trabajo, que compense los periódicos declives en el rendimiento de los profesionales con oportu-



tunos recambios y suplencias, que cuente con una estructura de sostén de los servicios en las contingencias desfavorables y que asegure su prestación sin solución de continuidad, llueva o truene, en período de vacaciones y en situaciones críticas o inesperadas.

Esta clase de respuestas sólo las puede brindar una empresa periodística eficiente. Y éste es el gran desafío de la hora, cuando los ingresos se reducen y el peso de las estructuras se acrecienta. A mi entender, la situación reclama nuevas miradas y un poco de pensamiento lateral, ya que insistir con las fórmulas históricas conducirá al desencanto de iguales resultados.

En este sentido, me parece que el periodismo de papel y tinta no recuperará a los públicos masivos de antaño pero atenderá nichos de demanda, servicio que ampliará hacia franjas mayores a través de su oferta digital en Internet, con el agregado de contenidos especiales de texto, galerías de imágenes fijas y vídeos que pueden recibirse en computadoras personales, tabletas y teléfonos digitales. En suma, una constelación informativa entregada en diferentes modos y muchas veces en tiempo real. La idea es que el problema se soluciona con más y mejor periodismo, visión que incluye a cada receptor como potencial emisor de elementos de periodismo ciudadano y que por tanto abre el juego a todos, más allá de cuántos efectivamente respondan. Pero lo interesante es que se sale del ámbito áulico de la Redacción confinada, se abandona la torre de marfil, los medios se vuelven más humildes y abrevan en nuevas fuentes que aumentan el caudal informativo y estimulan cambios perceptivos y reflexivos, así como la consiguiente evaluación periodística de una realidad ampliada.

Por otra parte, en el ancho mundo de Internet hay puertos próximos y remotos, y el periodismo bien entendido utiliza

ambos tipos. Pero en la navegación de proximidad son imprescindibles los que cuentan con adecuado equipamiento local y buenas cartas de información sobre la geografía, las gentes y actividades de la región. Esa clase de material, bien seleccionado y procesado, sólo lo pueden generar periodistas profesionales organizados en estructuras sustentables de provisión informativa.

Es cierto que en esta gimnasia los medios tradicionales cargan con el peso de costosas estructuras históricas que los exigen más frente a organizaciones nuevas y más livianas en diseño empresarial y número de profesionales. Pero también es verdad que cuentan con inercias positivas en términos de conocimiento público para servir de puertos seguros en el vasto mapa de la web.

En suma, la vertiginosa transformación de las sociedades, retroalimentada por tecnologías de la comunicación en cambio continuo, produce fenómenos difíciles de mensurar y encuadrar, propios de lo que Zygmunt Bauman metaforiza como la “modernidad líquida”. Habrá quienes en este movetizo escenario se atrevan a pronosticar el futuro, pero no es mi caso. Es que la misma red de redes está inmersa en una dinámica que arrasa los intentos de sujeción, y cada día crea y destruye modos y estructuras de comunicación, en recorridos que a su vez modifican conductas individuales y sociales.

En consecuencia, más allá de teorizar sobre situaciones probables en el futuro, el periodismo debe actuar sobre la única certeza que tiene: que cualquiera sea el soporte que lo contenga y los instrumentos que se empleen para la comunicación, la producción de contenidos es indispensable. Sin información de calidad, ordenada y sistemática, los canales se vacían y la red se seca.