

**FLACSO
ECUADOR**

*El rol de los trabajadores de prensa en la
construcción simbólica de la noticia*

GUADALUPE YAPUD IBADANGO

Quito, Agosto de 2010



La emergencia de las viejas tecnologías que en un momento histórico fueron nuevas marcó un paso importante en la comunicación y posteriormente en la cultura mediática. Inventos como el telégrafo, el fonógrafo, la radio, la televisión, el cine, que nacieron con fines militares, fueron cambiando las relaciones sociales, políticas y económicas de la sociedad francesa, que es donde se germina lo que hoy tenemos en la actualidad.

Las formas de organización de trabajo se modificaron a partir de los nuevos aparatos que se ponían en boga. La comunicación era cada vez más rápida y ágil porque así lo exigía el crecimiento económico de las ciudades. Paradójicamente, las parejas demandaban de una comunicación a distancia, a partir de ahí nace lo que hoy conocemos como red o comunicación

Con la emergencia de la sociedad burguesa (XIII) nace el comercio a distancia que se desarrolla en las ferias populares, donde se da el tráfico de mercancías, pero también de noticias. Se vuelve indispensable para las relaciones comerciales, la anticipación de los hechos con el fin de estar informados.

En este contexto, me parece interesante analizar el papel que cumplen los trabajadores de prensa en un sistema particular de producción, frente a sus lectores y sus respectivos públicos. Con este documento, se busca generar un espacio de reflexión sobre el trabajo específico que realiza el periodista en el cubrimiento, procesamiento y publicación de la noticia. Desde la experiencia del oficio periodístico, no nos podemos olvidar del periodista como un ente humano con limitaciones y prejuicios, que adquirió en la cultura mediática.

¿Por qué se menciona que la noticia es una construcción simbólica? Partamos de que un símbolo es una construcción social que funciona dentro de un sistema lingüístico y que pone un "elemento" en lugar de otro. Es decir un sonido puede estar en lugar de una persona, una imagen puede representar un paisaje, una persona o un concepto.

En este sentido Federico Boni, en su texto "Teorías de los Medios de Comunicación" (2.008), sostiene que los productos mediáticos son esencialmente símbolos, es decir una película, un programa de televisión, un artículo del periódico. Cada uno de estos son símbolos porque están formados de palabras, sonidos, imágenes, que son leídos, interpretados y dotados de significados por parte de los públicos.

Siguiendo la línea del autor, se puede decir que los trabajadores de prensa son creadores mediáticos y al serlo son productores de símbolos que son utilizados por miles de personas que constituyen sus públicos. De ahí que una vez transmitida una noticia por radio, prensa o televisión el hecho es interpretado de acuerdo al bagaje cultural, social y simbólico de la audiencia.

En este aspecto también está implícito el lenguaje verbal y no verbal, es decir la gestualidad, lo que se dijo y lo que no se dijo. Los puntos en los que se recalca y en los que no. La noticia desde el titular indica qué se busca decir, los actores involucrados y los que no constan. El espacio, la ubicación si está en primera o última sección.

Boni, desde una perspectiva negociadora e interactiva, conceptualiza a la noticia como una construcción social porque se inserta en una compleja red de relaciones, entre numerosos actores sociales.

Lo que quiere decir que en este proceso de negociación, el resultado es la influencia recíproca de los diversos niveles del proceso productivo. Bajo estas premisas podemos decir que el periodismo es una cultura profesional, en la que se perciben influencias del ambiente exterior. Estas influencias tienen que ver con las condiciones del entorno, las presiones económicas, políticas y sociales a los que se someten cuando prestan sus servicios en un medio de comunicación.

Me refiero a las presiones internas que se dan en las salas de redacción y las externas, cuando el periodista tiene que negociar sus noticias a cambio de los paquetes publicitarios, que le permiten subsistir. Este hecho es más evidente en los periodistas radiofónicos que laboran en una provincia pequeña, donde si le quitan sus espacios publicitarios, se cierra el programa de radio y se queda sin su fuente de trabajo.

La modalidad de trabajo que asumen los periodistas radiofónicos es la compra del espacio radial para luego venderlo en partes a los auspiciantes o por el porcentaje de la publicidad, el mismo que es pactado con el concesionario de la frecuencia. En Imbabura, son pocas las radios que pagan una mensualidad a los reporteros, la mayoría trabaja con el porcentaje que a veces se lo lleva el dueño de la radio. Esta es una de las causas para la carencia de programación y contenidos en los programas. Por cuestiones de recursos, las radios programan música todo el tiempo.

Con respecto a las condiciones internas el periodista está todo el tiempo, condicionado al espacio- tiempo por los formatos de las noticias, los manuales de estilo que tienen cada medio de comunicación. La hora de cierre que cada vez se vuelve más exigente por el ahorro de recursos para el empresario. Sea de energía, internet, transporte y alimentación para el periodista.

En busca de la noticia

Las jornadas periodísticas empiezan cuando el hecho se presenta, pero también el reportero lo construye desde su perspectiva y de la acumulación de conocimientos adquiridos durante el ejercicio profesional. Los periodistas con el tiempo desarrollan, lo que en el medio lo denominan el “olfato periodístico”. El hecho de tomar grabaciones, de observar el hecho, percibir el acontecimiento con todas sus implicaciones y luego intentar reconstruir los hechos, es lo que Boni dice que contribuye a la descontextualización de todo acontecimiento, es decir sacarlo de su contexto original, para luego contextualizarlo de otra manera.

Boni, citando a Sorrentino, en la recopilación de la información juega un papel importante las fuentes y las relaciones que establece el periodista con ellas en un sistema social dado, donde se pone de manifiesto el poder que subyace en este sistema.

Un ejemplo de esta premisa de Boni, en el caso ecuatoriano, cuando los medios de comunicación publican las declaraciones del fiscal general de la Nación, Washington Pesántez, quien habla de una propuesta de reformas al Código Penal, en el que se incluye la tipificación del sicariato como delito. (Diarios, Hoy, Expreso, El Universo, La Hora, El Comercio 1- 05- 20)

En esta noticia se evidencia, primero la fuente oficial, porque los periodistas no acudieron a otras instancias para fortalecer, con datos la nota. Segundo, queda de manifiesto el poder que ejerce este personaje en los medios de comunicación y fuera de ellos. Solamente hace falta su pronunciamiento para que su criterio aparezca en los periódicos. Quedan también explícitas las relaciones entre los periodistas y la fuente oficial.

Otra cita que me parece interesante para corroborar con esta ejemplificación es la cita que hace Boni de Gans, quien realizó una investigación sobre qué es una noticia y define a la relación entre fuentes y medios de comunicación (representados por los trabajadores de prensa) como una danza, en el que los reporteros persiguen a las fuentes y las fuentes persiguen a los reporteros. Este escenario es construido por el comunicador institucional, al que solamente mencionaré, porque no es el objeto de análisis en el presente informe.

En esta misma investigación, Gans identifica el por qué los trabajadores de prensa, utilizan una fuente y no otra: la autoridad que tiene el carácter de oficial, la productividad, es decir la capacidad de proporcionar información en breves intervalos, la autenticidad y la credibilidad. Siguiendo el caso del Fiscal, él es una autoridad y por tanto esta fuente tiene el carácter oficial, la productividad puede estar dada en la medida en que fue una convocatoria y que la noticia se la obtuvo en el menor tiempo posible, lo que implica en menor tiempo, mayor productividad. En lo que se refiere a la credibilidad, consideró que antes que este aspecto, es la legitimidad que los medios le han dado al Fiscal Pesántez.

Otra fuente que emplea y tiene acogida entre los periodistas son los propios medios de comunicación que refuerza la lógica de la elección de las noticias (el estar en el lugar de los hechos) y a la vez tiende a homogenizar las agendas de los noticiarios, aunque no siempre los discursos, porque siempre puede darse la interpretación de las declaraciones o la tergiversación de la información. Basta solamente que haya un indicio en la televisión para que los periodistas corran detrás de tal o cual tema.

Conocidas son las fuentes de información como las ruedas de prensa, manifestaciones de las organizaciones sociales, ceremonias oficiales, los pseudoeventos que se planifica con el fin de hacerlos aparecer como noticias. Adicionalmente, hay las fuentes rutinarias a las que todas las mañanas, luego de la reunión del Consejo Editorial, se suele llamar como es la Policía Judicial, los hospitales, la fiscalía y otras.

Ahora bien, en el análisis que hace Boni, habla de la selección de las noticias que ha sido objeto de grandes investigaciones como la de Wolf, quien han determinado que existen criterios de selectividad como la importancia del acontecimiento, la disponibilidad inmediata del producto, los criterios relativos al medio, la imagen que los periodistas tienen de su propio público y la competencia intra- media.

La última fase de construcción social de la noticia es la presentación de la misma y para eso se tiene que pasar por un proceso de edición, que en la mayoría de las veces se encuentra en manos de terceras personas, quienes no han vivido las fases anteriores. Esta es una de las causas por las que ocurre la tergiversación de la noticia. Es decir no estuvieron presentes en el cubrimiento de la noticia, tienen un conocimiento parcial de los hechos, pero están legitimados para cambiar titulares, sumillas o pies de fotos.

Si bien ha sido esquemático resumir el análisis que hace Boni sobre la construcción de la noticia, considero que ha sido necesario para tener una visión general del trabajo periodístico y con ejemplos situados, para interpretar el texto. Las conclusiones a las que llegamos, en esta parte, es que los medios de comunicación son culturas, construcciones sociales, que con sus características productivas y generadores de símbolos contribuyen a definir y crear parte de nuestra realidad.

De ahí que, el público se siente identificado con tal medio de comunicación, que le permite vivir emociones vicarias, porque a través de los relatos (periódicos) y las imágenes (televisión) le permite al público trasladarse a paisajes nunca antes vistos. Esta experiencia es la mencionada por Jesús González Requena, en el Discurso Televisivo, en la que dice que se van desdibujando las fronteras entre lo real y lo ficticio. Esa experiencia vicaria es la que te aleja de la realidad.

Puntos de vista

Hemos intentado describir las condiciones en las que los periodistas desarrollan su actividad profesional. Pero en esta parte me parece importante tomar en cuenta la clasificación que hace Gillian Ursell, sobre los profesionales de los medios de comunicación, a quienes les clasifica en: 1) Trabajadores de los medios de comunicación como recurso económico, 2) como sujetos explotados bajo el capitalismo y 3) como profesionales. El primer concepto se entiende en el marco de las relaciones laborales que se establecen entre el periodista como empleado que pertenece a una empresa que persigue fines lucrativos y que está sujeto a una contratación temporal o al despido intempestivo.

Este fenómeno ha sido palpado en nuestra realidad ecuatoriana, puesto que en los últimos dos años las empresas periodísticas despidieron a trabajadores de la prensa bajo el justificativo de la recesión económica. En otros casos, se hacen contratos temporales para evitar pagos al seguro social, horas extras y otros beneficios que establece la Ley.

En el segundo caso y desde una visión marxista, el trabajador de prensa es explotado en este régimen capitalista, en el que solamente importa el incremento de la productividad, el periodista labora sin horario de trabajo, un sueldo paupérrimo que le hace buscar otras alternativas económicas a medio tiempo. Se ha vuelto una particularidad, que los trabajadores de prensa laboren para dos o tres radios. O a su vez, hagan trabajos de free lance en una revista, en un periódico y hagan de corresponsal de televisión.

El tercer tipo de trabajador de los medios de comunicación es el profesional, que puede estar vinculado a comunicador político, asesor, que a mi modo de ver, es una definición universalista, porque con esta segregación se invisibiliza otras formas de comunicación que existen en las organizaciones sociales, donde los dirigentes no necesariamente son expertos en comunicación.

En Imbabura, existe una red de periodistas indígenas que han aprendido el oficio, sobre la marcha y tienen poder de convocatoria en sus comunas. Desde este espacio, se muestra una comunicación alternativa, donde los comuneros se sienten identificados con la radio, el boletín o el periódico mural. Ahora, nadie desconoce que la profesionalización es un derecho de los periodistas, pero considero que el medio donde trabaja debe ser responsable con este principio legal y dar las facilidades para que los periodistas se actualicen en sus conocimientos. Pero esto no se cumple porque no le conviene al empresario, quien prefiere contratar pasantes, estudiantes o aficionados al periodismo para no incurrir en mayores gastos. La profesionalización es un tema que topa la nueva Ley de Comunicación que aún se encuentra en debate en la Asamblea Nacional.

¿Para quién escriben los periodistas?

Desde las aulas universitarias surge esta inquietud en el periodista novato, quien ganado por su ego, busca complacerse a sí mismo. En un principio, se escribe para uno mismo y luego para el jefe, pero al transitar por la pequeña ciudad se observa que el artículo o la nota periodística que se cubrió el día anterior es leída por el dueño de la zapatería, la ama de casa, el taxista, el limpiabotas. Solamente ahí se asimila quiénes son los lectores y el público al que se quiere llegar y qué vale la pena que escribas. Esta reflexión pocas veces se hace por la inmediatez y la presión que rodea permanentemente al trabajador de la comunicación. La temporalidad es una de las falacias en el trabajo periodístico porque en honor al tiempo se ha irrespetado al lector, quien en varias ocasiones, ha pasado hacer el protagonista de la nota policial, del escándalo o de la represión policial. En palabras de Patrick Champagne (1.993), seguidor de Bordieu, se ha estigmatizado a los segmentos de la población más vulnerable como son los afroecuatorianos, indígenas, jóvenes, homosexuales, migrantes. Este autor se refiere a la visión periodística de los suburbios, donde el reportero encuentra lo “fuera de lo común”, lo dramático o conmovedor y que a su vez genera rentabilidad a la empresa periodística, que se mueve dentro de la lógica comercial.

Desde esta visión está pensada la portada y contraportada de un medio impreso, donde también cuentan los espacios publicitarios. Las páginas sociales son la muestra más clara de la exclusión mediática a la que han sido sometidos los sectores populares, donde no se permite que aparezca la dueña de la tienda de la esquina o aquella persona cuyo apellido tiene raíces indígenas.

Champagne habla del discurso de los suburbios problemáticos en el que se pone de manifiesto la relación asimétrica entre el periodista y el dominado, quien no tiene acceso a los medios de comunicación bajo el prejuicio de que están culturalmente desamparados y que son incapaces de expresarse en la forma requerida por los medios de comunicación.

Estos actores sociales aparecen en los periódicos solamente en movilizaciones y se los muestra como “lanzapiedras”, es decir la violencia presentada por la televisión o en grandes fotografías de los medios impresos, esconde el otro tipo de violencia marcada por las desigualdades económicas, sociales y políticas.

Según Champagne, el periodista dentro de la lógica de la competencia es empujado a trabajar “en caliente” y acudir donde pasa algo. Un ejemplo: podemos citar el caso de justicia indígena que ocurrió en la comunidad La Cocha, en la provincia de Cotopaxi, donde cuatro jóvenes fueron acusados de matar a otro adolescente y como condena fueron sometidos a castigos, por parte de los indígenas de esta comunidad.

En primer lugar, el discurso de los medios de comunicación fue el de un ajusticiamiento indígena, con grandes imágenes, donde aparece uno de los jóvenes cargando un quintal de piedras. La espectacularidad del hecho fue lo más evidente. La primicia la tuvo el diario El Universo y luego los periodistas de los otros medios acudieron hasta el lugar de los hechos.

Los indígenas fueron vistos como “salvajes”. El tema se tornó político, puesto que el seguimiento fue la polémica que existe entre la justicia indígena y la justicia ordinaria, que no es de ahora, sino desde la declaración de la Organización Mundial del Trabajo, en 1969. Los titulares de los principales medios impresos se referían a la “barbarie”, “Entre palos y látigos”, por citar los más impactantes.

En este caso también se cumple el concepto del que habla Champagne sobre la fabricación colectiva de una representación social, que perdura en el tiempo, aunque después se aclare o se busque rectificar. Esto hace que los públicos reproduzcan los prejuicios sobre los grupos minoritarios.

Otro aporte de Champagne, es la comparación que hace sobre la investigación periodística con la judicial, que tienen similitudes en tanto que proceso que se caracteriza por la objetividad, la misma que consiste en dar la palabra a todas las partes interesadas, en cada caso los trabajadores de prensa buscan las dos partes (acusados y defensores), es decir la versión oficial y la de los testigos. Por la temporalidad, de la que ya hemos hablado, el trabajo de campo dura unos días y si no unas horas. Para darles un poco de color a las notas se elabora un guión que está previamente establecido en las reuniones de redacción.

Las implicaciones de la deontología periodística

Continuando con Patrick Champagne, en su libro “la Doble Dependencia”, resulta oportuno hacer algunas puntualizaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico. El eje transversal de este análisis es la deontología profesional. El autor menciona, que el campo periodístico y en sí la ética periodística, se mueve entre dos obstáculos: el primero tiene que ver con los temores que tienen los trabajadores de prensa ante el poder político y el segundo es de orden económico, por cuanto los medios de comunicación son empresas regidas por las leyes del mercado, que reconoce más las utilidades que la lógica de las consideraciones deontológicas.

Esto a su vez hace que el periodista como tal oscile entre dos polos opuestos: el primero lleno de prestigio, el periodista que se arriesga todo por salvar la democracia, que se caracteriza por la investigación o por su posición clara frente a la política y el otro polo que es el corrupto que complace a sus fuentes o aquel que se aprovecha de las desdichas humanas con fines mercantiles. A estos últimos se los identifica como los paparazis, quienes viven de exhibir la vida privada de personajes públicos. Esta reflexión sirve para autoanalizarse y preguntar hacia nuestros adentros, ¿desde dónde hablamos y en qué polo queremos ubicarnos?

El autor claramente detalla, que desde los inicios de la historia, que el campo periodístico está fuertemente dominado o controlado, en su funcionamiento, por los campos político y económico, que a su vez ha convertido a la autonomía periodística como una utopía, que siempre hay que conquistar. Los periodistas irremediablemente se baten entre dos posiciones o tienen que servir al poder de turno establecido o al modelo de empresa económica rentable. El primero se refiere al asesor de comunicación y el segundo al periodista de a pie, que va tras la noticia. Dentro de este contexto cabe una pregunta ¿qué es lo que hace que el periodista tenga poder de consagración para decir que o quien es importante o no? Champagne sostiene que es el principio de legitimidad que los periodistas fueron acumulando durante toda su vida y que descansa en excelencia periodística, caracterizada por la actividad intelectual y económica. Para el autor ser un buen periodista es aquel que escribe en el diario más importante de Francia Le Monde o el presentador del Diario Televisado de las 20 Horas emitido por TF1. Es decir la legitimidad está dada por el grado de credibilidad que tenga la audiencia en el periodista y por el medio de comunicación en el que labore.

Para situarnos en la coyuntura nacional, nos atreveríamos a decir que el grado de credibilidad de los medios de comunicación y de algunos periodistas es cada vez más bajo, debido a la intensa campaña de comunicación que ha desplegado el Gobierno Nacional, a través de la infraestructura de los medios de comunicación pública. Sumado a ello, el nivel de aceptación y popularidad del que aún goza el presidente de la república, Rafael Correa Delgado.

Sin embargo, quedarnos en el análisis desde este ángulo sería asumir una posición extremista entre lo blanco y lo negro o lo bueno y lo malo. Se negaría el derecho de plantear condiciones de posibilidad para trabajar por la conquista de la ansiada autonomía e independencia de los periodistas. Se perdería la visión de las otras formas de hacer periodismo militante, alternativo que busca su espacio en la esfera pública.

Precisamente, el pensar en las nuevas formas de hacer periodismo es la invitación que nos hace Esteban Rodríguez, en su ensayo, “Cubriendo la Noticia” y los hace desde una posición crítica al periodismo consensual y subjetivo, que se mantiene al margen del conflicto y que mira a la movilización social como situaciones problemáticas que amenazan con la estabilidad social.

Aquel periodista que quiere ver las desigualdades sociales desde el otro lado del bosque y no quiere involucrarse en la historia de su país. Minimiza la protesta social al malestar o al caos vehicular que provoca tal protesta. Es como mencionamos anteriormente invisibiliza la violencia simbólica para fortalecer el sistema de exclusiones sociales y económicas

Rodríguez enfatiza sobre la burocratización del periodismo, en el que el reportero sale a cubrir el acto oficial y mide con la misma vara, el desfile de modas como una protesta social, en la que se reclaman derechos inalienables de las personas. Aquel periodismo que no dejó las aulas y sale de memoria a corroborar lo que ya tiene decidido de antemano, reproduce en serie la misma noticia, como si la realidad fuera la misma.

“El periodismo movilero y subjetivo es el que pregunta lo obvio y cuando la realidad que releva no corrobora la obviedad, su obviedad, hará una y mil veces la misma pregunta, de veinte formas diferentes, hasta escuchar la respuesta que buscaba...” (2.002).

El autor analiza de forma contundente las peculiaridades de los periodistas movileros. Algunos ya anotamos en anteriores párrafos por eso citaré los más relevantes: la vehemencia discursiva, en la que se profundiza los malos entendidos, pereza intelectual cuando se menciona que las cosas son siempre iguales, generalizaciones súbitas, descontextualización y Altanería.

Características que se miran a diario en el medio. Además, no faltarán los expertos en todo que son disciplinados, que utilizan el mismo lenguaje de la policía y que observa a los demás por encima de sus hombros. El movilero segmenta la realidad,

Esteban Rodríguez hace este análisis en el contexto argentino y lo hace con un lenguaje descriptivo provocativo, el campo periodístico del Ecuador tiene sus similitudes, sobretodo cuando se habla de una prensa que nos hace ver como pueblos sin historia y sin memoria. Conuerdo plenamente con el autor cuando se habla de la burocratización del periodismo, pues se conoce que cada vez el oficio va en decadencia cuando empieza a practicarse un periodismo desde el escritorio y cuyos contenidos se limitan a las fuentes oficiales.

Realmente, la crítica de Rodríguez es válida en el contexto nacional, cuando se refiere al periodismo consensual, donde el compromiso del periodista es institucional y la máxima de este tipo de reporteros es llegar a convertirse él mismo en noticia. El asegura que el periodismo consensuado terminará de dar forma al sujeto del siglo XXI: un sujeto serializado, deshistorizado, despolitizado y descontextualizado que se conoce como opinión pública.

Rodríguez menciona a la criminalización mediática y que consiste en señalar la deshistorización que pretende despolitizar las circunstancias y cuando se pretende recrearse la política más allá de la historia y más allá de las desigualdades sociales. La criminalización mediática termina en judicialización de la movilización. Con estos presupuestos, citamos las movilizaciones indígenas, ocurridas en la primera semana de mayo, por desacuerdos en el proyecto de Ley de Agua.

Los indígenas en caravana quisieron llegar hasta la sede de la Asamblea Nacional con el fin de dar a conocer su descontento a los asambleístas, pero la fuerza pública lo impidió y como medida de presión, los indígenas bloquearon la Panamericana. La cobertura periodística se limitó a mostrar las imágenes de gases lacrimógenos a ser testigos de la represión policial y se enfocó el hecho en los problemas que tuvieron los pasajeros que debían llegar a sus destinos.

Esta forma de criminalización de la protesta social es también política y busca explicar lo social por lo legal y lo legal por lo corrupto. “La criminalización es una de las formas para evitar la politización de lo social y para evitar pensar lo social desde el conflicto”.

En la actualidad, el periodismo militante se enfrenta ante grandes desafíos planteados por Rodríguez. Por eso se vuelve indispensable replantearse el rol de los trabajadores de prensa en el Ecuador y América Latina.

Las tecnologías y los periodistas

Otro de los condicionantes que se le presenta en la actualidad al trabajador de prensa es la innovación tecnológica, a la que ha tenido que acoplarse. Es común mirar en los medios de comunicación a periodistas tradicionales, que no se acostumbran a las nuevas tecnologías, pese a que éstas forman parte de la cultura de la mundialización que llegó a través del internet.

La construcción simbólica de la noticia también implica el uso y las apropiaciones de la tecnología. No es casualidad, el hecho de que los medios de comunicación, durante los años 80 y 90 empiecen a digitalizarse mediante la implementación de la página electrónica, donde se juega con la imagen, el tiempo y el reflejo de la realidad. Al momento, el periódico más pequeño de algún remoto lugar, la radio comunitaria cuenta con infraestructura básica de tecnología. Es decir un computador, acceso a internet, el uso de la tarjeta módem, la grabadora digital que reemplazó a la casetera y otros.

La modernidad exigía cada vez más al periodista proactivo, ágil y que maneje las herramientas tecnológicas. Las ruedas de prensa se llenan de reporteros que con su computador portátil envía información a la sala de edición del periódico o por el celular para que las declaraciones sean retransmitidas directamente al aire. Nos encontramos en la era de la revolución tecnológica, cuyos cimientos fue la revolución industrial. Pensamos estar incluidos en la incipiente “aldea global” de la que habló el canadiense Marshal Mac Luhan, pero las nuevas tecnologías también han generado otras formas de exclusión, porque aquel periodista o profesional de la comunicación que no se encuentren conectado a la red o maneje la informática, será el que engrose la fila de los desempleados.

Es como dice Cesar Bolaño en su análisis marxista de la problemática de la convergencia informática- telecomunicaciones- audiovisual (1.999), ocurre que el trabajador individual experimenta la expropiación de su conocimiento, el mismo que es incorporado al capital constante materializado en la máquina- herramienta. Estas exigencias tecnológicas son propias del capitalismo, que mira a la información como una mercancía, un bien, un producto que aparece bajo la forma de capitalismo – información

Para Bolaño el aparecimiento de los grandes sistemas de información y telecomunicaciones surgen dentro de una lógica capitalista, donde el periodista pertenece a la clase trabajadora, explotada y minimizada. Aquí existe una lucha constante de clases, porque el trabajador de la prensa será evaluado en función de su productividad y será capacitado para hacer el trabajo en serie que otro hace.

El trabajo periodístico está dividido en series: sección política, social, sucesos, judicial, deportes, fotografía, cada reportero es ubicado en estas áreas y si falla uno, se daña el producto final que es el periódico. De ahí que las salas de redacción cuenten con planes A y B. Claro que esta situación implica sobrecarga de trabajo, optimización de recursos para el propietario, a quien le interesa que el producto final se venda y obtener ganancias. Dentro del análisis de la economía de la comunicación y la cultura de Flichy (1980), Bolaño nos dice que la información y comunicación, en su forma capitalista, continúa sirviendo al capital, solamente que ahora con una forma más renovada y en correspondencia a las exigencias de la Modernidad conservadora de este fin de siglo y comienzos del XXI. El desarrollo capitalista introdujo la internet que llegó para quedarse.

Internet se presenta como un potencial democratizador de la información y promotor de la comunicación horizontal, articuladora de la sociedad civil en el nivel global, es en palabras de Bolaños, una promesa de comunicación global interactiva y creadora de comunidad. Sin embargo, también han contribuido a acentuar las desigualdades entre quienes tienen acceso y los que no. Los que tienen acceso se ubican en los estratos económicos medios- altos.

La relación asimétrica es constitutiva a la red, puesto que hay jerarquías, en las que predominan aquellos sujetos u organizaciones que detentan el mayor capital económico, político y simbólico. Además, los intereses económicos que se juegan para lograr mayor hegemonía le hace cada vez más competitiva e individualista. Sin embargo Bolaño asegura y con lo que estoy de acuerdo, es que siempre habrá una cultura política contra hegemónica, que subyace al interior de las contradicciones de la información.

En este sentido, está por demás, la pregunta del autor cuando dice qué harán los grandes diarios con este tipo de información, porque la respuesta es inmediata: buscar ganancias y competir con la prensa on line, cuya temporalidad es una de sus ventajas. Los medios como la televisión se olvidaron del flash informativo, porque la red llega primero. (Ejemplos Ecuador inmediato, Ciudadanía Informada, Ecuador en Vivo y otros).

Conclusiones finales

- El periodismo, en la actualidad, se enfrenta al gran reto de ser el protagonista de cambios sustanciales en la sociedad ecuatoriana, cuando por primera vez se encuentra en el debate público, una Ley de Comunicación que debe reflejar las justas aspiraciones laborales, económicas y sociales de los trabajadores de prensa.
- El trabajo no solamente está en los estamentos públicos y legitimados, sino desde las organizaciones más pequeñas de periodistas militantes que buscamos otras formas de practicar el oficio. Empecemos por replantearnos el papel que tenemos en la sociedad, desde nuestro sector, sea barrio, pueblo o ciudad.
- Ya hemos dicho que la construcción social de la noticia o la fabricación del acontecimiento implica una serie de factores vinculados a un verdadero compromiso y responsabilidad social de los periodistas. Empecemos a ponerlos en marcha.
- Las empresas periodísticas entran al juego del mercado y como empresas buscan la rentabilidad económica, pero no dejemos que esto determine la actividad periodística, siempre habrá las condiciones de posibilidad para mejorar la situación.

- Las reflexiones y autoreflexiones se enmarcan en un espacio académico que deben salir a la palestra pública, porque como dice sino está publicado, no existe. Por eso debemos promover la deliberación dentro y fuera de la academia.
- De todos los aportes que tuve la oportunidad de leer para este ensayo, me quedó con los presupuestos de Esteban Rodríguez, quien nos deja dos puertas abiertas: si queremos ser periodistas del consenso o del conflicto. Queremos salir del escritorio a participar activamente en la protesta social o seguir siendo periodistas movileros. He aquí las opciones ...

BIBLIOGRAFIA

Boni, Federico. Teorías de los medios de comunicación Sociedad Editora 2008.

Champagne Patrick. La Visión Mediática. Ediciones Seul 1993

Rodríguez, Esteban. Cubriendo la Noticia: El papel de los periodistas movileros en la representación de la protesta social. La Crujía Ediciones 2002

Bolaño, Cesar. La problemática de la convergencia informática- telecomunicaciones- audiovisual. Editorial Biblios 1999.

