

**La prensa, la empresa, el periodismo.**  
**De la práctica cotidiana a la búsqueda de la utopía**

Héctor Sepúlveda <sup>1</sup>

*La ruptura de los actuales modelos e instrumentos de la información es una necesidad de supervivencia para los países coloniales y semicoloniales. La actual dependencia cultural, en que la estructura transnacional de comunicación es el instrumento básico, preconditiona los modelos plúcticos, las actitudes sociales y las estructuras económicas. La dependencia política y económica tiene en gran parte su raíz en la dependencia cultural. (p.201) Dr. Alberto Malagón (1986)*

*La historia del camino recorrido por las grandes empresas para crear las denominadas multinacionales obedece a un esquema de rigurosa planificación estratégica, que a su vez entronca con los proyectos de colonización cultural, en este caso de Estados Unidos. La consecuencia es el establecimiento de un nuevo orden. Las piezas claves de la planificación van a ser: la tecnología, así se asegura la infraestructura, y la educación, así se asegura la fidelidad al sistema. Ana Lucía Echeverri González (2000).*

Las siguientes notas son reflexiones teórico-utópicas que he venido haciendo hace ya algún tiempo y las cuales parten de las siguientes pistas: ¿Cuál es la relación entre el periodismo y la democracia?, ¿Cuál debe ser la característica o la función principal del periodismo?, ¿En que debe basarse la ética y la objetividad periodística? ¿En qué consiste hoy la libertad de prensa y cómo se define y reinventa ante los nuevos escenarios de las tecnologías?

Fiel a nuestra orientación académica y a riesgo de sonar aburrido o insufrible me voy a permitir dialogar con varios autores que considero pertinentes en esta ocasión

---

<sup>1</sup> El **Dr. Sepúlveda** es profesor-investigador y Catedrático Asociado en la Facultad de la Escuela de Comunicación Pública (ECP) de la Universidad de Puerto Rico, recinto de Río Piedras. Fue uno de los primeros egresados del posgrado en comunicación en su institución. Se doctoró en educación y comunicación de masas en la misma universidad. Ha enseñado cursos de comunicación de masas en la UPR desde 1983 hasta la fecha. También ha enseñado en la Universidad del Sagrado Corazón desde 1982 hasta 1987 en el programa subgraduado y luego en períodos intermitentes en el programa graduada en dicha universidad privada. Trabaja los temas, cultura popular y comunicación de masas, comunicación y educación popular, comunicación y política, modos de consumo y apropiación en la comunicación popular y otros. Ha publicado numerosos artículos y ensayos sobre sus investigaciones en revistas y periódicos de su país. Actualmente tiene en imprenta una edición y recopilación de los mismos en un volumen que saldrá publicado próximamente. También ha publicado temas literarios en revistas en su país, específicamente poesía y relatos. Actualmente se desempeña como Coordinador del Programa Graduado de la ECP. [s\\_anderle@yahoo.com](mailto:s_anderle@yahoo.com)

y que han investigado el asunto de la libertad de prensa en países democráticos de libre mercado y del significado del periodismo en dichas sociedades. Luego plantearé los desafíos que dicho diálogo me provoca para ver si puedo al menos rasgar, aunque sea superficialmente, alguno de los objetivos de este foro.

Eugenio Ma. De Hostos (1990), a quien Uds. conocen quizá mejor que nosotros, es el primer intelectual puertorriqueño, antillano y caribeño que escribe un ensayo sobre el periodismo a finales del siglo pasado y que debe servir de marco conceptual de la práctica social, de la enseñanza y lectura obligada de todo periodista de nuestra región. Decía el pensador mayagüezano que el periodismo debe ser hijo del derecho. Sirve para ilustrar acerca y para el derecho de los ciudadanos. Con fuerte influencia positivista - la moda científica de su época- Hostos concibe el periodismo como neutral, y objetivo. La neutralidad la definía como aquella que permite servir a todas las clases y grupos por igual. Sigue diciendo el borincano que el periodismo debe servir lo mismo al rico que al pobre, al patrono que al obrero. Es decir, a todas las clases por igual, aunque éstas sean antagónicas. La objetividad para Hostos no es otra que aquella definida por la verdad y la justicia del derecho. Aunque se puede estar de acuerdo con casi la totalidad del significado del periodismo que hace nuestro compatriota en su ensayo, podemos también diferir en cuanto a su definición de neutralidad, que en ocasiones se contradice o interfiere con la de objetividad. Pues, ¿cómo servir a dos sectores sociales antagónicos de la misma manera y también estar comprometido con la verdad total? ¿Acaso la verdad puede estar en dos sectores contradictorios? ¿Quién dice hoy la verdad acerca de los datos para la privatización de los servicios y espacios públicos, el gobierno de turno o los sindicatos de dichos sectores y de la sociedad civil de donde emanan? Se debe recordar en dicho planteamiento, sin embargo, el señalamiento anterior: la fuerte influencia del positivismo científico en Hostos y, por ende, el rechazo de esa orientación a todo lo que se viera como subjetivo en dicho análisis.

Luis Proaño (1988), un investigador latinoamericano de la prensa en aquellos países de transición hacia la democracia tras regímenes militares, ha planteado que la función a desempeñar del periodismo en estas democracias advenedizas no es otra que la de ser mediador entre el poder y el pueblo. Ha planteado también que ha sido el periodismo el que ha construido las democracias en todos los países de tal tradición y que, por tanto, está vinculado a la demanda de más derechos ciudadanos y nunca a la inversa. El periodismo, para este autor, es lo que le da voz al pueblo frente al vocerío oficial, por tanto debe definir la democracia desde lo popular y no desde el poder. Es

importante apuntar que Proaño titula su ensayo **Periodismo y Democracia** para establecer el orden cronológico, según él, en el que se dan ambos espacios de acción social. Otro detalle importante es que el colega siempre habla del periodismo y no de la prensa. Es decir, el primero se refiere a la acción social, el segundo a la empresa de la información. Citaba este investigador a Jefferson cuando decía que prefería un país sin gobierno a uno sin periódicos. Sin embargo, no todos los periódicos de un país tienen que merecer la pena. Pensemos en un país en donde haya sólo periódicos oficiales o cuasi oficiales que nunca, o apenas, fiscalicen al gobierno y les interese más la empresa como generadora de capital que la investigación de la verdad total y la construcción de la verdadera democracia popular.

Pierre Bourdieu (1990), quizá el más prominente sociólogo francés de la actualidad, ha dicho que el sociólogo y el periodista crítico poseen el mismo método de investigación pero los separa una diferencia fundamental. El primero está comprometido con los datos de su investigación, el segundo con una agenda política: la fiscalización del poder. Es decir, para este sociólogo, muy celoso de su disciplina, el periodista también hace sociología pero no es su función principal, ni tiene que ser fiel al objetivo principal de dicha disciplina.

Howard Simons(1984), periodista y editor de los más importantes periódicos estadounidenses habla de la prensa y no del periodismo. Entre otras cosas, dice que es muy importante que los periódicos publiquen malas noticias en mayor cuantía que las buenas porque de esa manera llaman la atención del gobierno sobre las cosas que tiene que hacer y no de las que se propone hacer. Añade que no todos los periódicos tienen el mismo poder y que la prensa no siempre es el cuarto poder; a veces es el primero y otras no tiene ninguno. Todo dependerá de las circunstancias y de los espacios y contextos sociales en los que ésta se desenvuelva.

Por otro lado, en su obra, **Ilusiones necesarias**, el lingüista e investigador social norteamericano Noam Chomsky(1992) se pregunta cuál es la función de los medios de comunicación social en la sociedad capitalista actual. Se contesta él mismo haciendo un análisis de la prensa norteamericana, sus dueños y los intelectuales liberales que laboran en ella. Establece Chomsky que este grupo de intelectuales junto a los empresarios del medio echan a correr la propaganda de lo izquierdizante y fiscalizadora que suele ser la prensa en la sociedad norteamericana precisamente para hacer creer a la gente que el medio allí es realmente libre y no responde a ningún interés que no sea al ejercicio de la democracia. De esa manera los empresarios mantienen el estatus de cultivadores de la

libertad de información y no la de su propia identidad; empresarios capitalistas. De esa manera también los intelectuales se alinean con los intereses de la clase empresarial minoritaria y la que ostenta el poder. Chomsky concluye; "Si sucede que la libertad de persuadir está concentrada en unas pocas manos, debemos reconocer que esa es la naturaleza de una sociedad libre" (p.28), y por tal razón "... los medios de comunicación y las clases cultas han de cumplir con su "objetivo social" llevando a cabo sus tareas necesarias de acuerdo con la concepción prevaleciente de la democracia"(p.32). Esto incluye "...la fabricación del consenso, el engaño de las masas estúpidas con <<ilusiones necesarias>>...".

Evidentemente es una acusación muy seria la que hace el lingüista contra la prensa y el periodismo norteamericano. Sin embargo, aunque no es un asunto simple el que plantea, se debe reconocer que lo importante en su planteamiento es descubrir cuándo se está cumpliendo con la libertad de información y cuándo con la información que el empresario-dueño del medio- quiere liberar. Obviamente son dos asuntos muy distintos, aunque se mezclan y se confunden la mar de las veces. Su tesis principal es que en un país como el suyo- al que los nuestros quieren imitar- incluso la libertad de prensa está definida y fabricada por la misma clase dueña del medio y sus semejantes, la minoría liberal que lo rodea y la misma clase que fabrica o construye el consenso social- léase la opinión pública- en nuestras sociedades.

Perdonen que haga aquí una digresión para demostrarles mediante el caso que mejor conozco- el de mi país- parte de la teoría que he venido esbozando. Al final de mis palabras Uds. Me podrán relatar el suyo.

### **La prensa en la actualidad puertorriqueña**

En PR ahora se está discutiendo un asunto que trata del enfrentamiento entre el poder político oficial y la prensa (otra de tantas) que quizás es un hito en su historia. Es decir, un hito en el sentido de que jamás en PR había habido un gobierno más transparente- precisamente por eso en gran medida escaló el poder en las elecciones pasadas-. Sin embargo, es también el gobierno que en tan poco tiempo en el poder ha desencadenado polémicas y conflictos de tipo ético-intelectual, por decirlo de alguna manera, con la prensa del país. En el momento en que escribimos, la prensa tiene dos hachas que amolar con el gobierno de turno, a saber:

a) El Superintendente de la policía se ha negado a proveer fotos del fichaje del político del segundo partido de competencia electoral en el país acusado de haber dirigido una demostración que degeneró en motín en las oficinas de la Procuradora de la Mujer-entidad creada por el nuevo gobierno- por plantar allí la bandera estadounidense, a la cual dicho partido le debe su primera fidelidad y donde la procuradora, exesposa de un líder de un movimiento clandestino de izquierda- los Macheteros- se había negado a desplegar junto a la enseña nacional, tal y como es uso y costumbre en todas las oficinas gubernamentales en el país.

b) Los periodistas, a través de sus distintos foros, se quejan de que el gobierno de turno pretende utilizar su trabajo- testigos presenciales, vídeos y fotos- como evidencia en los tribunales en el caso que lleva éste contra el líder mencionado y otros secundarios que le acompañaban en la ocasión. Alegan los periodistas que ellos trabajan **para la prensa** - subrayado nuestro- y no para el gobierno ni para ningún partido político.

Ambos asuntos poseen la misma raíz pero ostentan secuelas distintas. Veamos. En cuanto al primer asunto, después de que el Super se saliera con la suya de no entregar las fotos del fichaje del político de marras, se desató un debate que, aunque por lo bajito, no dejó de ser interesante. Sucede que en Puerto Rico- como en EEUU- la empresa de la prensa siempre ha violentado la constitución, en lo que concierne a su carta de derechos. Sucede que allí se salvaguarda la presunción de inocencia de todo acusado o denunciado por las fuerzas de la ley y el orden. Sin embargo, la empresa periodística tradicionalmente ha publicado siempre las fotos de cuanto acusado cae en las redadas diarias de la Policía, sin esperar el juicio o el debido proceso de ley de dichos acusados, como establece la Constitución y claro, sin tener la menor idea, ni de haber investigado responsablemente si son culpables o no. Hay que presumir entonces que lo hacen meramente por honrar la tradición y la memoria de Benjamin Day (Terrou, 1970). y su aportación de la noticia "hard", aquella que es la que vende porque supuestamente secuestra la atención y la mentalidad popular.

Ante dicho escenario, tenemos que admitir, lamentablemente, que el Super no está del todo equivocado. Dicho sea de paso, es el primer Superintendente en la historia del país que esgrime tal argumento, a pesar de que la inmensa mayoría de ellos, como él, han sido abogados y es de suponer que conozcan y honren nuestra Carta de Derechos. Decimos lamentablemente, porque la nominación de dicho funcionario, de las que ha hecho la nueva gobernadora, fue una de las más protestadas por voceros de la sociedad

civil, ya que este señor ha trabajado para las agencias federales y sus tareas represivas contra los movimientos de afirmación nacional. Además de ser el esposo de la Directora del FBI en Puerto Rico y lo que ello significa. Pero también hay que decir que el Super destapó una caja de Pandora para el gobierno de turno pues si su contención se convierte en política pública, el gobierno se las vería muy amargas debido a la secuela de demandas civiles que se radicarían en su contra, con mucha probabilidad de ser exitosas. La prensa- vale decir, la empresa mediática- se las vería similar, por las mismas razones.

En cuanto al segundo asunto relacionado al argumento de los periodistas de que ellos trabajan para la prensa y no para el gobierno, y por tanto no tienen que suministrarle material evidenciario en sus casos ante los tribunales, nos parece un argumento un tanto pueril o ingenuo. En primer lugar, en toda sociedad de mercado como las nuestras la prensa no es una entelequia, no es un ente difuso en la estratosfera. El periódico es una empresa que hace negocio con una especificidad de la libertad; la de prensa. Lo que significa entonces que el periodista, en nuestro sistema, y como todo asalariado, trabaja para el capital. Y sería pueril pensar que la empresa no tiene nada que ver con un gobierno que también pregona y difunde el imaginario del libre mercado. Además, se podría pensar también que ambos casos relatados muestran una contradicción, a saber; la prensa protesta enérgicamente porque el gobierno no quiere proveerle material (fotos del fichaje) pero se niega a proveer información evidenciaria al gobierno para que éste cumpla con el debido proceso de ley.

¿Cuáles son entonces las lecciones que debemos sacar de estos desafíos y todos los apuntes teóricos por los cuales hemos transitado?

En primer lugar la prensa no debe oponerse a que el gobierno reglamente la difusión pública de la información en nombre de la empresa ni de su objetivo mercantil, sino en aras de develar la verdad, que es solo una. El periodista debe trabajar para la verdad, no para el capital o para su agenda. Y cuando ambos espacios se tornen contradictorios debe serle fiel a su ética, que no es otra cosa que develar la verdad de lo acontecido. Pero para develar la verdad debe incurrir en el primer requisito de la ética que es la investigación responsable. No se puede llegar a la verdad sin la investigación. Es decir, la verdad **se busca** a través de la investigación. Se debe enseñar que hacer periodismo es algo más que reportar o que servir de relevo o vocero de información de los "beats". Es servir de educador popular a través del discurso escrito, oral, fotográfico

o videográfico y así contribuir a elevar los niveles culturales del pueblo. Al respecto, me hago eco de las palabras de Dominique Wolton:

No estoy hablando del modo en que los periodistas hacen o no hacen su trabajo. En una sociedad democrática, ellos pueden ser críticos, y deben serlo. Lo que me interesa es su función teórica. Si no son los periodistas los que llevan a cabo esta elección, serán los actores económicos o políticos mismos. En tal caso, sólo habrá una información mercancía gobernada por los intereses. Y la preocupación por la formación política, vinculada al ideal democrático desaparecerá... (Wolton, 2000;p., 81).

Entonces en las instancias que se relatan arriba cabe preguntarse cuál sería la función teórica de los periodistas. Pues me parece que no es otra que el estar al lado de donde esté la verdad. No se puede no estar con el gobierno solo porque representa el oficialismo. Hay que ser científicamente justo: si el gobierno está en lo correcto- cosa que puede sonar milagrosa pero posible-, hay que estar con él o por lo menos dejarle el espacio a que lo demuestre. Es decir, si bien la investigación fiscalizadora, constante y responsable debe de ser la característica principal de la teoría periodística, no es menos cierto que la misma no puede ser caprichosa ni manoseada. Vale decir, no puede ser objeto del capricho ni de la moda.

Ante todo lo dicho ¿cuáles son los retos que tiene el periodismo de nuestra región hoy, en esta era de globalización y reino del mercado, en paralelo con el desarrollo de la prensa como empresa fundamental en dicho proceso?

En primer lugar, no encuentro otra salida que el concepto de negociación acuñado por Antonio Gramsci(1967) para analizar una de las variadas formas de lucha o forcejeo de clases que caracteriza nuestras sociedades civiles. Esto es, la sociedad de mercado implica negocios y los periodistas profesionales y los futuros deben comenzar a aprender a negociar sus propias concepciones comunicológicas y libertarias con las del dueño de la empresa comunicacional, las cuales nunca pueden ser las mismas. Por ejemplo, negociar con el empresario massmediático el análisis comunicológico y distinguirlo de aquel del empresario. Es decir, una cosa es el editorial de la empresa y otra es la posición de sus trabajadores. De alguna manera los periodistas deben ayudar al pueblo lector, escucha o televidente a distinguir cuándo hablan ellos y cuándo la empresa.

En segundo lugar, los periodistas deben comenzar a atreverse a redefinir o reconceptualizar la objetividad periodística. Desde Soussure (Mattelart, 1997) sabemos que en la comunicación todo es subjetivo. Lamentablemente, todavía en nuestras escuelas y colegios de periodismo se enseña el concepto del positivismo del siglo19 y

no descubren que el periodismo es obra de seres humanos que sienten, padecen y, cuando más, se solidarizan. ¿Por qué tener miedo a enseñar a nuestros futuros comunicadores a opinar erudita y responsablemente sobre un asunto de interés para las masas, que también buscan educarse con dichas opiniones? Asimismo, en países como el nuestro la objetividad del empresario no puede ser la misma que la del periodista. El empresario es objetivo en tanto y en cuanto no se le afecte el capital. El periodista tiene que definir la objetividad de manera política, que no es otra cosa que fiscalizar o vigilar al poder siempre que sea necesario. Lo contrario sería ser un relacionista gratuito del poder. Por tanto, no existe tal cosa como objetividad periodística o, por lo menos, esta es una relativa al método científico con que se opere o se discurse.

Otro concepto a redefinir, tanto en la enseñanza como en la práctica utópica del periodismo es el de neutralidad. Si se está comprometido con una causa no se puede ser neutral con aquellos que no lo están. Se es neutral dentro de la causa misma con la que se está comprometido.

### **El desafío de la era digital a la prensa**

Aunque, sabemos el deslumbramiento que han causado en este nuevo siglo las nuevas tecnologías comunicacionales, de entrada, diremos que estamos de acuerdo con las siguientes palabras de Osvaldo León:

Con las NTIC (Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación) la humanidad ha alcanzado un potencial inédito para comunicarse, sin embargo uno de los más graves problemas de nuestros días es la incomunicación. Y éste no es un problema que resulta de la tecnología en sí, cuanto que de los usuarios y lógicas que imprimen las fuerzas e intereses que la manejan. La historia demuestra que el progreso tecnológico no necesariamente implica progreso social. Hoy las NTIC nos ofrecen una gran capacidad para que fluya información casi sin limitación alguna, pero sin que ello signifique una mayor democratización. En suma, el hecho es que junto a las oportunidades que ofrecen, también plantean riesgos que pueden conllevar a una profundización de las disparidades y las relaciones de dominación existentes en el mundo. Y ésta no es una cuestión que ha de dirimirse con tal o cual modelo comunicacional, sino en términos de relaciones de fuerzas sociales y el concepto de democracia que ellas impulsan... (Foro Comunicación y Ciudadanía, 1998).

La historia de los inventos tecnológicos en el campo de la comunicación de masas está presente desde la famosa *Galaxia Gutemberg* de M. Mc Luhan (1969), pasando por los debates teóricos que generó su discutido, *El medio es el mensaje*, junto a Quentin Fiore (Finkelstein, 1975; Eco, 1984 y otros) hasta las múltiples formas de ver la tecnología más reciente: el Internet (Cafassi 1998). Otros autores, como Bell (En



Moragas Spa,1985), si bien han reproducido lo que McLuhan había planteado, también aportaron análisis y reflexiones novedosas y profundas sobre las implicaciones sociales y culturales de las tecnologías comunicacionales y su impacto en muchos sectores de nuestras sociedades de libre mercado.

Aunque hay autores que plantean y han investigado el papel de las nuevas tecnologías de comunicación en el “control y la represión de los individuos”, como es el caso de toda la Escuela de Frankfurt y sus herederos en América Latina (Mattelart & Schmucler, 1983), también se ha planteado casi todo lo contrario en la posmodernidad comunicacional, como es el caso de lo expuesto por los estudios culturales en Europa y sus aplicaciones por los investigadores de la Escuela Latinoamericana de comunicación. Estas nuevas corrientes del pensamiento comunicacional intentan desprenderse de viejas ataduras ideológicas o escolásticas y empiezan a ver los cambios tecnológicos desde nuevos espacios epistemológicos. Relacionado a estas nuevas visiones de la “transformación tecnológica multifacética centrada en la electrónica”, Castells ha dicho:

...El tratamiento de un tema tan esencial para la teoría y la práctica de la democracia en nuestras sociedades y nuestro tiempo requiere una mentalidad abierta, sin ideas preconcebidas, así como la voluntad deliberada de partir de la observación de las tendencias sociales para establecer la relación efectiva entre tecnología y política. (En Hernández, C.R., ININCO; 49).

Si partimos de los planteamientos optimistas de que las nuevas tecnologías llegaron para quedarse en la vida cotidiana de los sujetos sociales y que de alguna manera ensanchan más que limitan el universo informativo de éstos, se puede afirmar sin mucha timidez que aquellas también ensanchan el espectro democrático de la sociedad. El internet, por ejemplo, provee al sujeto un mundo ilimitado de información de todo tipo:

...la red nos brinda una experiencia de la escritura que reactualiza una dinámica de comunicación semejante a las practicas de la tradición oral ...La red permite un libre flujo de imaginación textual... En la red hay innumerables tipos de comunidades, reunidos por intereses que van desde la programación a la dieta orgánica, desde la filosofía política al correcto cuidado de las mascotas (Nóvile en Cafassi,1998 pp.111)

De manera muy cómoda, de acceso inmediato, de múltiples formas y colores, los textos que transitan por la supercarretera virtual de la red global pueden ser utilizados por el sujeto, desde lo más íntimo de su escondrijo o su máxima subjetividad hasta compartirla con uno o más de los que conoce y no conoce. Es decir, se ha creado una

cadena casi interminable en la generación de conocimiento e información que, a su vez genera comunicación y ganas de comunicar, sin transgredir y fomentando nuevas subjetividades. Así, más o menos, nos lo plantea Castells:

Lo que caracteriza la revolución tecnológica actual no es la centralidad del conocimiento y la información, sino la aplicación de ese conocimiento e información a la generación de conocimiento y los dispositivos de procesamiento-comunicación de la información, en un circuito de retroalimentación acumulativa que se da entre la innovación y los usos de la innovación (En Cafassi, 1998; 110).

Todo lo anterior retrata un mundo de nuevas posibilidades y utopías, que se traducen en instantaneidad, hipertextualidad y multidimensionalidad. Por otro lado y con igual magnitud se le presenta dicho desafío a los medios, debido al enamoramiento indiscriminado que difunden hacia estas nuevas tecnologías. Sería sumamente interesante que los difusores mediáticos balancearan en términos de grupos sociales su propaganda sobre estos espacios tecnológicos. Nos referimos a que, muchas veces, el medio difunde una falsa realidad cuando comete pecado de omisión en no decir u ocultar el forcejeo en que tienen que incurrir los sectores populares o pobres para poder acceder las nuevas tecnologías. Sería mucho más interesante aún que los medios añadieran a dicha propaganda o publicidad sobre la tecnología, pistas más democráticas en las que los sectores populares pudieran enfilarse para lograr libre acceso al disfrute de estos adelantos virtuales, en los que parece estar basado el mundo posmoderno y el planeta mismo.

De todos esos medios afectados por la red el periódico, es quizás el más afectado. Pero diríamos que más de forma positiva, aunque suene controvertido. Si bien es cierto que la red significa, entre otras cosas, una competencia feroz de proveedor de información, es también cierto que la oportunidad que no tenía antes de la supercarretera, de aparecer en las pantallas audiovisuales de los ordenadores y de ese modo competir con los grandes periódicos del mundo diariamente, es a todas luces un adelanto. Sin embargo, ha significado también un desafío. En el sentido de que ya nuestros periódicos no se conformarán con la tirada nacional sino que por virtud de la red se internacionalizan automáticamente. Ello implicaría hacer nuevos ajustes en la forma y contenido, en sus proyectos y discursos, para alcanzar perceptores audiovisuales, cibernautas, que no necesariamente es el mismo público del medio impreso tradicional y a quienes anteriormente no alcanzaba. Uno de esos ajustes ha sido

incluir periodistas jóvenes, recientes egresados de las escuelas de comunicación para que se encarguen del neodiscurso cibernético, tanto en su forma impresa como en el periódico en la red. Lo que también ha significado nuevas oportunidades de trabajo para estos neoperiodistas.

Por otro lado, el nuevo escenario cibernético global, si bien ha cambiado o suavizado las estrategias de dominación de las multinacionales de la información, el proyecto cultural del periodismo sigue siendo el mismo, como bien ha planteado la profesora Echeverri González (2000). Sin embargo, a pesar de todo lo anterior, el periodismo en nuestros países se enfrenta al desafío de cómo romper la dependencia de las grandes multinacionales de información que alimentan a la prensa, la cultura y la educación de nuestros entornos nacionales. Sobre todo cuando la utilización de las nuevas tecnologías es sinónimo de lo contrario, de estar "in". Ante todo ello pareciera que la Comisión Mc Bride, de los años 70<sup>^</sup>s, no rindió sus frutos, pues todavía sigue habiendo un intercambio desigual (Mattelart, 2000) entre los países con alta tecnología de información y los demás. Se impone entonces aquello que los maestros de la comunicación latinoamericana han llamado "negociación". Es decir, "buscar los intersticios" (Martín-Barbero, 1990) del sistema por los cuales podamos introducir nuestras aportaciones para elevar la calidad de la producción, sin tener que sentarnos a esperar el cambio radical o revolucionario de otros tiempos, producto de mentes iluminadas.

Resumo entonces lo que he querido plantear en lo siguiente:

- El periodismo debe servir para ampliar los derechos de los ciudadanos
- En las sociedades democráticas debe servir de mediador entre el poder político y el pueblo
- La fiscalización responsable debe ser la característica principal del periodismo
- La práctica del periodismo debe alejarse de la moda y el cliché.
- Su ética consiste en la constante búsqueda de la verdad mediante la investigación.
- La objetividad del periodismo es una ilusión cuando éste se compromete con la verdad.
- La libertad de prensa es una definida por el mercado y se impone la necesidad de la negociación con éste para reinventar dicha libertad.

Las nuevas tecnologías de comunicación han avanzado y transformado la faz del periodismo, en términos globales pero sus esencias y sus proyectos siguen siendo los mismos.

Puede que sea utopista el planteamiento que establece que el periodismo debe ser el mediador entre el poder y el pueblo. Pero de eso se trata, de practicar cotidianamente la utopía; de elevar el periodismo y su enseñanza, mediante la labor de sus educadores y profesionales, a niveles utópicos para que día a día se afanen y ufanen en buscar el camino hacia una sociedad más democrática, más participativa, más auténtica y humanista.

## Referencias

BELL, D. (1985). *La comunicación en la sociedad posindustrial*. En De Moragas Spa, M. *Sociología de la comunicación de masas* (Tomo I. Escuelas y autores). Barcelona: Gustavo Gili.

BOURDIEU, P. (1990). *Sociología y cultura*. México, D.F.: Grijalbo.

CAFASSI, E. (1998). *Internet: Políticas y comunicación*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

CHOMSKY N. (1992). *Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid: Libertarias/ Prodhufi.

DE HOSTOS, E. M. (1990). *Moral Social*. San Juan, Puerto Rico: Edil.

ECO, U. (1984). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen. Echeverri González (2000). *La redefinición de hecho empresarial informativo*. En *Cultura y medios de comunicación*. III Congreso Internacional. Universidad Pontificia de Salamanca.

FINKELSTEIN, S. (1975). *El antihumanismo de McLuhan*. Madrid: Akal.

GRAMSCI, A. (1971). *La política y el estado moderno*. Barcelona: Buenos Aires. Hernández, C.R. (2000). **Sociedad de la información**. *Investigaciones de la comunicación, 11*. Anuario ININCO. Universidad Central de Venezuela, p.45- 67.

LEÓN, O. (9-11 Septiembre 1998). *Sociedad y comunicación*. San Salvador: Foro Internacional: comunicación y ciudadanía. Disponible en red: ([www.ecuanex.net/ec/foro\\_comunicación/pon6\\_esp.html](http://www.ecuanex.net/ec/foro_comunicación/pon6_esp.html))

MALAGÓN, A. (1986). *La prensa en República Dominicana*. Ideología, Información y Noticias. Santo Domingo: Editorial de la Universidad.

MARTÍN -BARBERO, J. (Conferenciante). ( 1990 ). *Tertulia con Jesús Martín-Barbero. De qué estamos hablando cuando hablamos de teoría.* (Cinta Magnetofónica). Río Piedras, U P R: Biblioteca Escuela de Comunicación Pública.

MATTELART, A. & SCHMUCLER, H. (1983). *América latina en la encricijada telemática.* Buenos Aires: Paidós.

MATTELART, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación.* México: Paidós.

MATTELART, A. (2000). *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la ciudad global.* Barcelona: Paidós.

MCLUHAN(1969).*La galaxia Gutenberg : génesis del "Homo Typographicus".* Madrid: Aguilar.

MCLUHAN, M.& Fiore, Q. ( 1967 ).*The medium is the message.* New York: Bantam.

Proaño, L. (1988). *Periodismo y democracia.* Chasqui 28; pp 49-54.

SERRANO, H. (1997). *Técnicas de enseñanza del periodismo.* México: Trillas

SIMONS H.(1985). *Poder y culpas de la prensa.* San Juan: *El Mundo*, 30 de junio;34-35.

TERROU, F. (1970). *La información.* Barcelona: Oikos-tau.

WOLTON, D. (2000). *Sobrevivir a internet. Conversaciones con Oliver Jay.* Barcelona; Gedisa.