

# El estado líquido del ciberperiodismo

José María Perceval

Universitat Autònoma de Barcelona  
Facultat de Ciències de la Comunicació  
Departament de Periodisme  
josepmaria.perceval@uab.cat

Data de recepció: 27/9/2007  
Data d'acceptació: 3/12/2007

---

## Resumen

Este artículo trata de los retos a que se enfrenta el investigador sobre el ciberperiodismo en el campo académico. El ciberperiodismo es un objeto de estudio que se encuentra en continuo cambio e innovación. Es necesario diseñar un plan que cubra las necesidades en todas las asignaturas cuyo marco se ve afectado por Internet, definir estrictamente una asignatura general de ciberperiodismo y continuar con la investigación para trasvasar conocimientos de la universidad a la vida profesional y para descubrir qué cambios de la vida profesional afectan a la universidad.

**Palabras clave:** ciberperiodismo, enseñanza del ciberperiodismo, periodismo ciudadano, lector-escritor.

---

## Abstract. *The liquid state of cyberjournalism*

This article deals with the challenges faced by the researcher regarding Cyberjournalism in the academic arena. Cyberjournalism is an object of study that is undergoing continuous change and innovation. We need to design a plan to fulfil the needs of all subjects that involve the Internet, to include the new subject of Cyberjournalism and continue to investigate in order to apply scientific knowledge to professional life and find out which changes to professional life have an effect on the University.

**Key words:** cyberjournalism, cyberjournalism learning, citizen journalism, reader-writer.

---

## Sumario

- |   |   |
|---|---|
| 1. Introducción   | 5. La trampa saducea del periodista ciudadano         |
| 2. Nuevas prácticas, nuevos oficios                             | 6. La enriquecedora polémica del periodismo ciudadano |
| 3. El fin del espejismo tecnológico, vamos a por los contenidos | 7. Conclusiones                                       |
| 4. Cartografía de la situación                                  | 8. Bibliografía                                       |

## 1. Introducción

Dentro del campo del periodismo especializado, la presencia del ciberperiodismo plantea dos retos al investigador y a la Academia. En primer lugar, la ubicación concreta de las innovaciones que se deben realizar en los currículos de cada una de las asignaturas de los diversos «periodismos» para adaptarse a la nueva realidad del ciberperiodismo que afecta a todas las diferentes disciplinas de la comunicación como fenómeno transversal. En segundo lugar, definir una asignatura central sobre el ciberperiodismo que oriente al alumnado en este campo y que, continuamente, se encuentre abierta a los cambios constantes y revolucionarios que ocurren en este campo de la comunicación.

En la reunión celebrada en la Facultad de Ciencias de la Comunicación del Universidad Autònoma de Barcelona se plantearon muchos interrogantes y se abrieron muchos más. Se evitaron las ideas comunes y los diagnósticos apresurados, se animó el debate y se planteó con humildad einsteniana la necesidad de aprender sobre el nuevo campo antes de emitir juicios apresurados. Sobre todo, se destacó la característica de un territorio de estudio en movimiento continuo y a una velocidad exponencial, un verdadero estado líquido del ciberperiodismo.

Los objetivos del encuentro se dividían en dos caminos paralelos, en dos vasos comunicantes, pero perfectamente diferenciados: la propuesta docente sobre las necesidades curriculares de los alumnos de periodismo en el nuevo campo y la interrogación científica sobre las nuevas herramientas teóricas y la metodología necesaria para estudiar un nuevo campo en formación.

¿Qué podemos aportar de nuevo a la investigación en ciberperiodismo?

## 2. Nuevas prácticas, nuevos oficios

Lo que más preocupa a los docentes-investigadores e investigadores-docentes son las consecuencias prácticas sobre el currículo de las carreras que ellos gestionan, de los profesionales futuros en comunicación que ellos educan, de los cambios en el «oficio» que ellos diseñan cada día. Y, por lo tanto, de las consecuencias educativas que todo ello comporta.

Las facultades han vivido desde su comienzo en los años ochenta cambios fundamentales en la forma de entender el periodismo en las sociedades democráticas avanzadas europeas y la aparición de nuevas necesidades: las derivadas de un cambio ideológico en las formas de expresión sociales y políticas que tiende hacia la democracia participativa y las derivadas de un cambio tecnológico, de la digitalización a la red de Internet, que ofrece nuevas herramientas y transforma todo el panorama mediático.

No son contradictorias ambas tendencias, la social y la tecnológica, que llevan a perspectivas muy distintas:

- a) Posibilidad de una democracia participativa con ciudadanos críticos y responsables que poseen medios de información dinámicos y canales de expresión inmediatos para influir en las decisiones de su sociedad.

- b) Fractura social y tecnológica de grupos que quedan excluidos de este panorama y que se sienten frustrados o rechazados, con reacciones apáticas o violentas contra una sociedad que no comprenden.

Se necesitan nuevas políticas sociales pero, asimismo, fundamentalmente educativas para asumir estos desafíos: el primero de ellos, definir un nuevo informador que aprenda a gestionar un conocimiento cada vez más amplio y cada vez más disperso, que pueda cambiar su «oficio» de periodista-comunicador a estos nuevos cambios, que sepa ofrecer a la sociedad una nueva «información». El segundo, diseñar una política educativa que tenga en cuenta los excluidos, los que quedan sin voz en este nuevo panorama mediático que multiplica aparentemente las fuentes y los mecanismos de comunicación.

### 3. El fin del espejismo tecnológico, vamos a por los contenidos

En el comienzo de cualquier nueva disciplina nos encontramos con dos tendencias lógicas y, en principio, no opuestas:

1. La de los partidarios de enseñar a trabajar dentro de esta disciplina mostrando las herramientas necesarias para articular una producción adecuada.
2. La de los partidarios de estudiar los contenidos que se vehiculan a través de estas herramientas y los cambios que la nueva disciplina les impone.

Ambas son necesarias pero, llegado un momento, es necesario que las necesidades técnicas sean consideradas como requisitos previos y que se exija a otras disciplinas y otros tiempos estos estudios previos necesarios. De la misma forma que a un estudiante de literatura clásica inglesa se le supone un conocimiento adecuado del inglés, es impensable estar hablando de práctica ciberperiodística con analfabetos tecnológicos. La introducción al mundo digital ya debe estar realizada en otros ámbitos —programas de tratamiento de textos e imágenes, programas de búsqueda y gestión de la información, programas de diseño e infografía...— o debe ser exigida en un curso rápido de iniciación. Asimismo, un mínimo de conocimientos sobre la red debe estar ya asumido antes de la entrada en los estudios universitarios y ese «mínimo» debe aumentar día a día con las nuevas posibilidades de constitución de un blog propio, manejo de una página web y de los diversos programas necesarios para gestionar información en Internet.

El interés de las nuevas asignaturas debe estar dirigido fundamentalmente a la forma y a la manera de obtener, manejar y producir información en Internet. Sin ese escalón previo de los conocimientos básicos tecnológicos es imposible avanzar. Pero, también, sin considerar que son únicamente conocimientos básicos y que no sustituyen el contenido de la asignatura que los supera.

Las nuevas modalidades de gestión del conocimiento en Internet revelan lo iluso de la ilusión tecnológica tan habitual en este nuevo campo. Las máquinas no sustituyen nunca a la humanidad que las maneja, sino que modifican sus

prácticas de trabajo e imponen otras nuevas inéditas que deben ser estudiadas. Cambian los métodos y la forma de visibilidad de los contenidos, pero la humanidad sigue discutiendo de las mismas cosas, aunque adopte un nuevo paradigma para tratarlas.

Hay que tener en cuenta que los diferentes roles de los actores del proceso de producción de un texto informativo sí que han cambiado: se han fusionado en un solo personaje, que es el autor-editor-distribuidor de sus textos, y esta revolución debe ser asumida por el investigador-docente —y transmitida a sus alumnos, que vivirán en este nuevo contexto— antes de verse arrollados por ella. Este nuevo personaje necesita muchos más conocimientos de cada uno de los apartados que antes se realizaban autónomamente y, sobre todo, necesita una visión conjunta de todo el proceso de producción.

¿Quién se la va a dar? ¿Está la universidad preparada para asumir este reto educativo?

#### 4. Cartografía de la situación

El libro del profesor Santiago Tejedor es un auténtico portulano para navegantes. Aparece después de varios cuadernos de bitácora sobre la usabilidad, la narratividad, la práctica cotidiana y, también, después de mucha literatura —la mayoría, deleznable o banal— sobre las novedades y las maravillas de la revolución tecnológica que se quedaba vieja al tercer mes de edición. Lo que el libro del profesor Tejedor esboza es la necesidad de definir una estrategia en base a la realidad de los estudios de ciberperiodismo en las universidades españolas. Intuíamos que el panorama es desolador; ahora lo sabemos. Lo que el libro plantea es la necesidad de actuar para cambiar este panorama.

Se bosquejan unas líneas de actuación que afectan a la academia y a la organización de la actividad docente:

- a) Estudiar el momento actual de los estudios sobre el campo digital en los currículos.
- b) Precisar el grado de conocimiento que tienen los docentes para diseñar un plan de reciclaje general al cambio que está sucediendo.
- c) Señalar el grado de necesidades que tienen los alumnos y que abarca todos los escalones del conocimiento tecnológico.
- d) Diseñar un plan que cubra necesidades en todas las asignaturas cuyo marco se ve afectado por el ciberperiodismo.
- e) Definir estrictamente una asignatura general de ciberperiodismo que pivotara este cambio.
- f) Continuar con una dinámica de investigación para trasvasar conocimientos de la universidad a la vida profesional y para investigar qué cambios en la vida profesional afectan a la universidad.

De todas maneras, antes de asumir el cambio que provoca la nueva herramienta tecnológica hay que desmontar un mito que se está convirtiendo en

un grave peligro para los estudios de comunicación y que, paradójicamente, es animado en ocasiones por los propios profesionales de la comunicación: se trata de la posibilidad de que el ciudadano sustituya al profesional de la comunicación o convierta su función en inútil, al transformarse él mismo en «ciudadano periodista» o «periodista ciudadano». El periodismo ciudadano es un tema de congresos, artículos y libros, se expresa en múltiples blogs y debe ser matizado antes de dejarle vía libre como el nuevo sistema legítimo de comunicación.

### 5. La trampa saducea del periodista ciudadano

Llámase trampa saducea a un sofisma articulado de forma perversa y que, basándose en una verdad, deriva al creyente hacia una imposibilidad teológica. Es lo que nos encontramos con este término actualmente de moda y con tantas definiciones como intereses. El nuevo espejismo del «periodista ciudadano» que se propone es de tipo roussoniano y anárquico; es el propio de todos los cambios tecnológicos y tiene una gran mezcla de sueño del paraíso y pesadilla de la distopía (el lado monstruoso de una utopía imposible).

Se trata de inventar-construir-diseñar un periodista ciudadano que, supuestamente, asume estos cambios desde no se sabe qué ciencia infusa y se convierte en el dueño y señor de la red. Este nuevo personaje sustituiría al profesional de la comunicación haciendo inútil su gestión de la información que se encontraría «democráticamente» en manos de la ciudadanía.

Se basa en dos nociones reales, periodista y ciudadano, pero no entiende que cada una de ellas tiene características diferentes y se mueve en espacios distintos. El ciudadano es un concepto político que habla de derechos y deberes de las personas en un marco general y de cambio en las sociedades. El ciudadano, noción surgida con la Revolución Francesa, hereda la soberanía del príncipe, se convierte en propietario del Estado (soberanía popular) y gestiona su futuro, desde la crítica y la participación, abandonando su condición de súbdito que obedece. Para informarse cuenta con un espacio de comunicación pública en continuo desarrollo y que es gestionado por empresas culturales.

El ciudadano se expresa en los foros de opinión pública o recibe de forma crítica la información que le proporcionan, debate los temas que se plantean en este marco y regula el marco político mediante las elecciones a los cargos políticos que gestionan el poder en cada momento. Por lo tanto, el ciudadano no es un periodista ni puede serlo.

En cada revolución tecnológica, la complejidad de los medios de comunicación ha aumentado junto a las posibilidades del ciudadano de informarse. También se han extendido los espacios públicos de opinión democratizándose. La necesidad de profesionales de la comunicación ha aumentado en cada ocasión y, con el tiempo, han debido profesionalizarse cada vez más abandonando el amateurismo inicial.

Los nuevos medios que han devenido de la nueva revolución tecnológica de la digitalización ofrecen al ciudadano posibilidades inéditas de expresión y

de respuesta automática que convierte su recepción en activa, le ofertan canales nuevos de expresión y participación. Pero la gestión del conocimiento necesita profesionales —aun más ante la explosión informativa en que nos encontramos—. El problema no es encontrar información sino jerarquizarla y asumirla.

El periodista es tan solo el profesional que gestiona los espacios públicos de opinión ofreciendo las herramientas adecuadas al ciudadano e informándole de los acontecimientos —no sólo las noticias sino los temas de debate que se plantean— y que en estos espacios públicos de opinión se desarrollan. El periodista no trata la noticia sino las noticias que interesan a estos espacios públicos de opinión donde los ciudadanos se agrupan, dirimen y deciden el futuro de sus sociedades. Todos los temas a debate, en cada momento de la evolución de la sociedad, son su material de trabajo.

## 6. La enriquecedora polémica del periodismo ciudadano

Puede ser un oxímoron —una palabra de dos términos en que ambos se contradicen— el unir periodismo y ciudadano, ya que el periodismo está incluido en la ciudadanía y no al contrario. Es decir, todos los periodistas son ciudadanos pero no todos los ciudadanos son o tienen que ser periodistas. La cuestión se plantea desde la propia definición de este término.

La realidad es que las condiciones de trabajo del periodista, del comunicador, han cambiado. En primer lugar, las fuentes de información, su tratamiento y los canales de distribución disponibles. En segundo lugar, los intereses que se vislumbran como consecuencia de una sociedad que vive en y por un mundo de trabajo y ocio cada vez más digitalizado.

El periodismo ciudadano nos lleva a dos campos de estudio nuevos que la universidad no debe olvidar a la hora de educar a los nuevos comunicadores:

- a) Una dinámica mucho más ágil e interactiva de la relación entre el productor de un mensaje periodístico y su consumidor que se transforma el lector-escritor. El ciudadano, esta vez la totalidad de las personas que se informan en los espacios públicos de opinión, se apropia de forma activa de los mensajes periodísticos y cuenta con canales inéditos de respuesta.
- b) Una profesionalidad más exigente ya que las fuentes de información se multiplican exponencialmente y es necesario gestionarlas en beneficio del consumidor final del producto periodístico que necesita claridad y coherencia ante un panorama tan disperso.
- c) Una intuición cada vez más acendrada para encontrar lo que el consumidor necesita y, por tanto, una atención extrema a la interactividad con este personaje controlador constante de la información desde ahora.

El periodista, sin dejar de ser ciudadano, no se confunde en la multitud de consumidores activos de mensajes periodísticos. Por el contrario, necesita mucha más formación —y, en este caso, continua— para poder responder a todos los intereses de los renovados espacios de comunicación pública.

## 7. Conclusiones

Nos encontramos en una interesante encrucijada y ante retos apasionantes. Por un lado, adaptar las asignaturas de ciberperiodismo a un nuevo campo que se encuentra en estado líquido, es decir, en continua evolución y revolución. Por otro, adaptar al profesional de la comunicación al nuevo reto rechazando la tentación y la trampa del llamado periodismo ciudadano, defendiendo la necesidad del profesional y de la profesionalización de la comunicación.

Se trata de asumir las dos direcciones planteadas desde el principio de la reunión y que son las propias de una reunión de investigadores-docentes y docentes-investigadores: qué debemos cambiar en nuestros planes de estudios, qué debemos estudiar para cambiarlos, o lo que es lo mismo, qué profesionales queremos formar y qué investigaciones debemos llevar a cabo para conseguirlo.

El ciberperiodismo es un objeto de estudio que se encuentra en continuo cambio e innovación. Es necesario diseñar un plan que cubra las necesidades en todas las asignaturas cuyo marco se ve afectado por Internet, definir estrictamente una asignatura general de ciberperiodismo y continuar con la investigación para trasvasar conocimientos de la universidad a la vida profesional y para descubrir qué cambios de la vida profesional afectan a la universidad.

## 8. Bibliografía

- ÁLVAREZ, J. L. (2006). *Teoría de Internet*. Madrid: Publicep.
- BERNERS-LEE, T. (2000). *Tejiendo la red, el inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI.
- CERF, V. (2002). *Sociedad del futuro*. Madrid: Círculo de Lectores.
- CHARTIER, R. (1996). «Del códice a la pantalla: trayectorias de lo escrito». *Quimera*, 150.
- (2000). *Las revoluciones de la cultura escrita*. Barcelona: Gedisa.
- (2001). «Muerte o transfiguración del autor». *Revista de Occidente*. Madrid, marzo.
- (2001). «Lenguas y lecturas en el mundo de la comunicación digital» (lección magistral con motivo de su investidura como doctor honoris causa por la Universidad Carlos III de Madrid). *Litterae, Cuadernos sobre Cultura Escrita*, I.
- (2005). «Lenguas y lecturas en el mundo digital». En: [http://hypo.ge-dip.etat-ge.ch/athena/chartier/chartier\\_lenguas\\_y\\_lecturas.html](http://hypo.ge-dip.etat-ge.ch/athena/chartier/chartier_lenguas_y_lecturas.html)
- (2006). *Inscribir y borrar*. Madrid: Katz.
- CODINA, LL; POLO, M. (ed.) (2001). «La representación del conocimiento en Internet». En: *Temas de Disseny*, 18. Barcelona: Elisava.
- DARNTON, R. (1996). «El lector como misterio», *Fractal*, 3, octubre-diciembre, año 1, vol. I, p. 39-63.
- (1999). «The new age of the book», *The New York Review of The Book*. Nueva York, p. 5-17.
- DOBZYNSKA, T. (1995). «Translating metaphor: problems of meaning». *Journal of Pragmatics*, vol. 24, 2-6.
- FAIRCLOUGH, N. (1993). «Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: the universities», *Discourse & Society*, 2, vol. 4.
- GENETTE, G. (1978). *Introduction a l'architexte*. París: Seuil.

- GONZÁLEZ, J. F. (2003). *Controla la televisión, los videojuegos, Internet, el teléfono*. Madrid: Dastin Export.
- IBÁÑEZ, J. (2005). *El control de Internet: poder y autoridad en los mercados electrónicos*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- LISON, D. (1991). «Textual explicitness and pragmatic inferencing: The case of “Hypothetical-Real” contrasts in written instructional scientific discourse in English», *Journal of Pragmatics*, 15.
- LYNCH, Cl. (2001). *The Battle to Define the Future of the Book in the Digital World*, First Monday.
- MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- O'DONNELL, J. (2000). *Avatares de la palabra. Del papiro al ciberespacio*. Barcelona: Paidós.
- PAVLIK, J. V. (2005). *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- PERCEVAL, J. M. (2003). *Publicidad y política. El nacimiento de los espacios de comunicación pública*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- RICOEUR, P. (1985). *Temps et récit*. París: Seuil.
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, J. (2006). «La locomotora digital. Lo que las revistas científicas pueden hacer por el futuro de la edición». En: <http://jamillan.com/locomotora.htm>
- SHI-XU (1992). «Argumentation, explanation, and social cognition». *Text*, vol. 12-2.
- TEJEDOR, S. (2007). «La enseñanza del ciberperiodismo». *Comunicación Social*.
- VAN DIJK, T. A. (1988). «Social cognition, social power and social discourse». *Text*, vol. 8-1-2.
- WATZLAWICK, P. (1995). *El sinsentido del sentido o el sentido del sinsentido*. Barcelona: Herder.
- WATZLAWICK, P.; BEAVIN BAVELAS, J.; JACKSON, D. D. (1997). *Teoría de la comunicación humana: innovaciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Herder.
- WATZLAWICK, P.; KRIEG, M. (1995). *El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo*. Barcelona: Gedisa.
- WOLTON, D. (2000). *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Gedisa.
- ZIZEJ, S. (2006). *Arriesgar lo imposible. Conversaciones con Glyn Daly*. Madrid: Trotta.
- (2006). *Lacrimae rerum. Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Madrid: Debate.
- (2006). *Bienvenidos al desierto de lo real*. Madrid: Akal.

---

José María Perceval es profesor lector del Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha realizado una tesis doctoral en ciencias sociales sobre racismo y xenofobia en EHESS (École des Hautes Études en Sciences Sociales) de París y una tesis doctoral en comunicación sobre la publicidad política en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona.

---