

### Resumen

Consideramos el atentado a las Torres Gemelas como un parte aguas en la historia de la relación del periodismo con Internet. Como noticia, la destrucción del World Trade Center tuvo particularidades que condensaron, en un solo acto, toda la oferta diferencial de Internet como herramienta periodística, al mismo tiempo que pusieron en evidencia las limitaciones de los soportes clásicos del periodismo para dar cuenta de lo sucedido. El despliegue de potencialidades que mostró Internet enfrenta, sin embargo, una serie de contradicciones que le impiden desarrollarse. Algunas son propias del estado embrionario del periodismo online. Otras son más profundas y se inscriben en las características de la fase histórica que atraviesa el régimen social. Observamos cómo la crisis en la que se encuentra el vasto intento privatizador de Internet que constituyó la irrupción de las empresas “punto.com” agravó la tendencia capitalista a la subutilización del potencial productivo y comunicativo de la red y cómo el deterioro, complementario a este proceso, de las condiciones laborales de los trabajadores de Internet provoca que muchas de sus ventajas potenciales hayan devenido en resultados contrarios. Entendemos que la interactividad, el hipertexto y el soporte multimedia transforman la naturaleza de la nota. Pero una retórica definitoria de una forma de periodismo específica sólo surgirá del despliegue de las potencialidades hoy subutilizadas.

Palabras clave: Internet – periodismo digital – 11S

El Nasdaq y la fiebre de las “punto.com” ya eran historia (1) en la mañana del 11 de septiembre de 2001 cuando todos los medios de comunicación tradicionales se revelaron obsoletos ante el horror inmediatamente planetario, en vivo y en tiempo real, del ataque al Edificio del World Trade Center. Los lenguajes, adjetivos, valoraciones, tiempos, muletillas, localizaciones, anclajes, fuentes y modos de presentar la información de siempre fueron insuficientes para atrapar y transmitir periodísticamente la realidad de esos dos aviones estrellándose una y otra vez contra el centro y símbolo del capitalismo financiero mundial.

Para millones de personas, consumidores sistemáticos de información, Internet fue el único instrumento posible mediante el que satisfacer, al instante, sus necesidades de información, búsqueda de fuentes alternativas, comunicación interpersonal a larga distancia, pero sobre todo, *Internet fue expresión desesperada y dramática de la propia opinión y de los propios sentimientos.*

Junto con la muerte de casi 3 mil personas, había nacido la “Internet periodística” (2), en tanto fuente autónoma de información y comunicación. En tanto territorio específico con capacidad de producir información inaccesible por otros medios, procesarla y ser, a su vez, fuente insustituible de consulta de los otros medios, como radio, televisión y gráfica, los que, por primera vez, estuvieron por unas horas detrás de la web en cuanto referencia comunicacional de miles y miles de personas de las principales capitales urbanas del mundo.

A los pocos minutos de ocurrido el atentado, los sitios de los principales diarios y cadenas de noticias colapsaron y debieron recurrir a ediciones de contingencia, eliminando todo el contenido que no estuviera relacionado estrictamente con la noticia. El día de los ataques del 11 de septiembre, la CNN reportó nueve millones de impresiones por hora, comparados con el promedio diario de once millones (3). Clarín.com, la versión electrónica del diario Clarín, registró a las 11 de la mañana más de 70 mil visitas simultáneas, haciendo que el tiempo requerido para acceder a sus noticias se triplicara. El diario se vio obligado a quitar peso de su página, eliminando toda información que no estuviera relacionada con el tema y la posibilidad de ver videos “streaming”, para aumentar su velocidad de acceso. Lo mismo hizo el diario The New York Times on the Web, aunque en su caso la decisión fue tan drástica que presentó la marca de su diario en texto html, para aumentar su performance. Muchos medios electrónicos adoptaron soluciones similares.

Algunas de las imágenes de la destrucción de las Torres Gemelas fueron vistas primero en la red; Internet fue el vehículo que miles privilegiaron para canalizar su necesidad de solidarizarse, para conocer la suerte de familiares y amigos, pero sobre todo para expresar sus sentimientos e ideas respecto del acontecimiento y para debatir con otras personas sobre lo sucedido, ya sea a través de la propia opinión (en foros existentes o creados ad hoc, en comentarios a notas sobre el tema, en listas de discusión vía mail), o enviando y reenviando por correo electrónico la opinión de aquellas personalidades o intelectuales con las que se sentían identificados.

Una serie de notas publicadas por el periodista Leandro Zanoni, en el portal de Tecnología de Ciudad Internet, el portal de

Internet del Grupo Clarín, da cuenta del papel excluyente que jugó la red en distintos planos: para recaudar dinero, dar listas de sobrevivientes y desaparecidos y como canal de mensajes de solidaridad y condolencias (4).

El diferencial de Internet también se manifestó en el terreno de lo audiovisual, en especial en su capacidad de ser vehículo de la producción amateur de imágenes, sonidos e información relacionada con el atentado. En una de las notas de ese portal se cita el papel jugado por sitios como Perceptual Robotics, que tiene una cámara en vivo desde el Empire State, en Nueva York. También se informa que el sitio de la cadena CNN ofreció 50 videos (muchos de ellos de aficionados) y más de 20 audios, donde se destacaban las diferentes tomas de los aviones impactando contra los edificios.

Zanoni advierte que “la Red demostró ser crucial el martes cuando la gente en Nueva York no pudo contactarse con sus familias por teléfono debido a que las líneas estaban colapsadas. Así, muchos aprovecharon las conexiones de banda ancha de sus oficinas, que siguieron funcionando normalmente para enviar y recibir e-mails. Por correo electrónico también comenzaron a circular diversas cadenas que pedían por la paz mundial, rezar por las víctimas, o por algún dato que pueda ser útil para la investigación...”.

Internet canalizó, además, una obsesiva y tozuda búsqueda de “lo alternativo” en información y visiones, a punto tal que miles de usuarios del mundo occidental la utilizaron, por ejemplo, para tratar de captar las imágenes y las traducciones instantáneas de la posición y noticias de la cadena televisiva Al - Jazira, considerada la CNN del mundo islámico. Pero esencialmente para intercambiar opiniones entre ellos y para motorizar, de una manera quizá hasta subterránea, el conocimiento de opiniones de intelectuales y figuras que en muchas ocasiones están fuera del circuito de los medios tradicionales (5).

El efecto, sin embargo, no fue duradero. Pasada la conmoción inicial, la radio, la televisión y la prensa escrita se recompusieron y dieron la impresión de haber puesto, otra vez, las cosas en su lugar. La prensa escrita recuperaba su sitial privilegiado en el análisis y en la producción de noticias basadas en investigaciones de largo aliento, y la radio y la televisión recobraban relativamente su capacidad de mantener la atención, y sostener la velocidad en la producción de datos e imágenes.

¿Qué había sucedido? ¿Había sido un espejismo? ¿El reinado periodístico de Internet había sido simplemente una ficción? En la falta de preparación previa de la mayor parte del naciente periodismo digital y los periodistas digitales, en su frágil identidad como periodismo específicamente producido para y desde Internet, en la inercia que supone ejercer el periodismo en la red sin revisar críticamente el bagaje conceptual que se arrastra del ejercicio del periodismo en otros soportes (6), pero sobre todo en la subutilización -producto de la crisis, la desinversión y el corset que la tasa de beneficio empresaria supone para las innovaciones radicales (7)- de todo el potencial periodístico, interactivo, alternativo, tecnológico, multimedia y comunicacional de la propia Internet en general y, por lo tanto, del ciberperiodismo en particular, se encuentran algunas de las causas que explican las limitaciones de la web para consolidarse y sostenerse como medio autónomo de captación, generación y transmisión de información.

Veamos ahora, una por una, estas limitaciones y tratemos de esbozar qué causas las originan:

1. El periodismo digital y los periodistas digitales son, por ahora, una hipótesis teórica, ya que previsiblemente no existe ni una tradición, ni un sistema de reglas y procedimientos objetivos al cual remitirnos para evaluar el desempeño de periodistas y medios. No existen, por tanto, manuales de procedimiento consagrados, ni tampoco, obviamente, una corriente de maestros que sean referencia para el resto de sus colegas o que puedan ejercer docencia en esta profesión. Está claro, entonces, que la primera limitación está sencillamente relacionada con el estado embrionario en el que se encuentra el periodismo digital.
2. El traslado mecánico de los usos y costumbres del periodismo tradicional es, por un lado, consecuencia previsible de la situación transitoria y del carácter temprano de la etapa en la que se encuentra el nuevo medio y redundante, por el otro, en una subutilización del potencial de Internet para aproximarse a una nueva forma de hacer periodismo que sea capaz de captar las demandas de amplitud, diversidad, multimedia e interactividad de los consumidores del nuevo medio.
3. La subutilización estructural del potencial de Internet hunde sus raíces en las características de la etapa económica que atraviesa el régimen social en el que se produce el nacimiento de la Internet periodística. En este sentido, observamos, por un lado, cómo la crisis del vasto intento privatizador de la Internet pública, gratuita y alternativa constituido por la irrupción de las empresas “puntocom” (8) ha agravado la tendencia capitalista a la subutilización del potencial productivo y comunicativo de la red y, cómo, por otro lado, el deterioro, complementario a este proceso, de las condiciones laborales de los trabajadores de Internet (9) provoca que muchas de sus ventajas potenciales en materia de contenido hayan devenido en sus contrarios: bajo condiciones de flexibilidad laboral y de predominio sin atenuantes del afán de lucro, dentro de las organizaciones empresariales periodísticas en Internet el potencial interactivo y participativo de la red ha devenido en su utilización como vehículo de un lenguaje que, influenciado por el marketing y la publicidad comercial, abusa, entre otras

cosas, de los giros imperativos (como desarrollaremos más adelante); apoyada en la ausencia de restricciones físicas para profundizar contenidos, la promesa de un diseño de páginas webs artesanal, multimedia y con capacidad para extraer al máximo las potencialidades de los textos, ha devenido, bajo el peso de la concentración y centralización de las empresas proveedoras de software, la racionalización de personal y los sistemas de publicación automatizados, en una estandarización y homogeneización del “arte” de los sitios; todas estas condiciones están en la base, además, de las dificultades que observamos para avanzar en una nueva retórica multimedia, algo que debería estar apoyado en un fluido trabajo en equipo y que debería ser expresión, a su vez, de la cooperación entre los distintos oficios que Internet reunió bajo un mismo techo, recreando el proceso de la manufactura capitalista (10).

#### La noticia en Internet, zona de contradicciones

Es evidente, entonces, que lo sucedido el 11 de septiembre desbordó las capacidades conceptuales, técnicas y tecnológicas del periodismo tradicional y se entregó, en cambio, a los temblorosos brazos de un nuevo medio y forma de ejercer la profesión que no estaba en condiciones de hacerse plenamente cargo del fenómeno.

La “noticia”, con su particular forma de ubicarse externamente a la realidad objetiva, se extinguió como tal algunas horas después del estallido, se volvió fútil, insensible, fríamente vertical e inverosímil en forma y contenido.

Algunas horas después de la destrucción del World Trade Center no había más noticias. La televisión abusaba de la reiteración de las imágenes de los aviones estrellándose o se adormecía en la contemplación de la humareda y el polvo que emergía de entre los escombros donde otrora estaban las Twin Towers. Una especulación seguía a la otra, las pistas que llevaban al demoníaco Bin Laden se sucedían con escasos progresos entre ellas y comenzaba el igualmente agónico desfilar de los hitos que conducirían, *ultimátum* tras *ultimátum*, al ataque estadounidense a Afganistán, los talibanes y la red Al Qaeda.

Algunas horas después, todas estas cosas no alcanzaban para disimular una inocultable sequía informativa. Sin embargo, todo estaba pasando, tanto y tan terrible, tan abrumadamente significativo y denso que aquella vieja señora de las cinco “W” se declaró incompetente, junto con los soportes sobre los que había vivido en los últimos tiempos.

En una misma oficina del centro porteño alguien, por ejemplo, enviaba un mail para saber cómo se encontraba su tío que trabaja y vive en Nueva York, mientras que, al lado, otra persona, en lugar de usar el teléfono, lanzaba igualmente al ciberespacio otro correo para conocer la situación de un amigo que trabaja en la misma ciudad de Buenos Aires, pero sobre la calle Pasteur, a pocas cuadras de donde se encontraba el viejo edificio de la AMIA, volada por un coche bomba en 1994. Otro enviaba artículos de Eduardo Galeano, que se cruzaban con los que, de Noam Chomsky, le enviaba otro a él; miles y miles entraban masivamente a los chats para debatir, poniéndose nicks alusivos, como “Bin Laden”; otros enviaban poemas, mensajes de solidaridad, condolencias, se armaban redes de diverso tipo, campañas de solidaridad, o de denuncia y se intercambiaban fotos e imágenes presuntamente censuradas por determinados medios, entre otras cosas (11).

El periodismo tradicional se vio en dificultades para organizar y canalizar necesidades y demandas informativas, emocionales y de expresión que, aunque no nuevas, habían sido abiertas por Internet de la misma manera que, según Walter Benjamin, otras tecnologías nacientes habían abierto nuevos “inconscientes ópticos” en los comienzos de la reproductibilidad técnica (12).

¿Cuáles son los “inconscientes ópticos” que abrió Internet y que debería canalizar una práctica periodística que pretenda, en la red y desde ella, ponerse a su altura? Muchos. En los acotados marcos de esta exposición planteamos, sin embargo, sólo algunos de ellos. Uno refiere a la *energía y necesidad expresiva de la población*. Se trata de una interactividad mucho más indómita, diversa, amplia y alternativa que la que han contribuido a prefigurar hasta ahora los medios tradicionales cada vez que requirieron la opinión de sus lectores, escuchas o televidentes, quienes antes que ver canalizada su genuina expresión han debido conformarse con ser tradicionalmente interpelados, ya que, respecto del público, los medios periodísticos tradicionales jamás quisieron abandonar su condición de portavoces e intérpretes.

El comportamiento ciertamente más activo de los usuarios de Internet no está enteramente determinado por las cualidades del medio, sino que expresa, sobre todo, el punto de intersección entre un instrumento mucho más apto para canalizar la disidencia de manera espontánea y masiva y un sistema de valores y representaciones ideológicas en crisis.

Internet hizo ver, además, que la gente pugnaba, por un lado, por extender a su relación con los medios la diversidad y amplitud de su horizonte de intereses generales y, por el otro, por sostener una relación visceral, sensible, íntima, singular y hasta personalizada con los hechos, que desborda ampliamente la capacidad de contención desarrollada por los géneros tradicionales.

Pero así como, frente al horror de las personas que se arrojaban al vacío escapando del fuego, era demasiado tarde para remover las viejas estructuras de autocensuras estilísticas e ideológicas del periodismo tradicional para dar cuenta aproximada de semejante acontecimiento, era también demasiado temprano para que, desde Internet, el naciente medio lo tomara en sus manos y reconstruyera sus bordes, en el caso de que los tuviera, y en el caso de que, todavía ahí, siguiera siendo esa la función de una

noticia frente a la realidad.

En esa tensión, en sus bordes, en la gestación de sus condiciones de posibilidad, pretende desenvolverse la relación todavía en construcción entre el periodismo e Internet, entre el ejercicio de nuestra profesión y los denominados medios digitales.

Tradicionalmente, la noticia es definida en la práctica periodística como un hecho que por su relevancia merece ser comunicado a través de los medios informativos, o como la narración o reconstrucción de un hecho de manera tal que pueda ser difundido a través de tales medios, de la manera más veraz posible (13).

En este sentido común periodístico, la noticia se entiende como aquello que media entre los hechos y el público. Esta mediación lleva impresa la exigencia de fidelidad respecto a los hechos, tanto cuando se entiende que ésta es ontológicamente posible como cuando se la describe como una búsqueda (14). El reverso de esta exigencia, que se expresa en la objetividad como norma y en las reglas de estilo que vuelven transparente al periodista-productor, es la necesaria exterioridad de la noticia. Sólo la distancia permite una correcta evaluación y ubicación de lo relevante y lo secundario y la utilización inteligente de la pregunta (la herramienta por excelencia del periodista) para agotar los hechos que están “allá afuera” (15).

“La producción de la noticia define una aproximación determinada a la realidad”, afirma Rodrigo Alsina (16). Y es la aproximación siempre distante la que ha consagrado el rol que tradicionalmente se asigna a la prensa. El periodista frente a los hechos se inviste de representatividad. De tal forma, el vínculo público-hecho, mediado por la noticia, reproduce la mirada distante que caracteriza al trabajo periodístico, con el agregado de que los medios tradicionales por su función social y constitución objetiva excluyen al público (no por nada así definido) como productor. Lectores, escuchas y televidentes son interpelados siempre como tales desde los medios informativos tradicionales, que, como dijimos antes, no abandonan la condición de portavoces e intérpretes heredada de la génesis de la prensa liberal.

Si la prensa gráfica propone un público racionante que sopesa y evalúa los hechos desde la distancia, la televisión, que forzó los límites de los géneros informativos incorporando el dramatismo que implican el directo y la inmediatez de imagen y sonido a la producción de noticias, interpela a la emotividad del público sin eliminar la brecha. Furio Colombo observa que la presencia de una cámara produce una alteración dramática en los acontecimientos que, sin embargo, genera un efecto invertido: “una vez representada por el televisor, la revuelta efectiva ya no es necesaria”. La indignación se sosiega al ver crudamente exhibida la escena temida: la guerra, el hambre, la miseria, las catástrofes naturales o tecnológicas, la corrupción, los escándalos (17). No es objeto de este trabajo la discusión de si el público efectivamente se sosiega: lo que sí sostenemos es que la perspectiva de contemplación y distancia con relación a la noticia portadora de la representación de los acontecimientos es lo que este medio prevé para su público.

¿Qué pasa, entonces, con la noticia en Internet? Si bien los periodistas en Internet pretenden seguir respetando las normas y reglas que dan forma al concepto tradicional de noticia (siempre y cuando sus precarias condiciones de trabajo se lo permitan), la interactividad, elemento constitutivo de la web, hace posible un nuevo vínculo hechos-público a través del soporte tecnológico que puede, incluso, prescindir de la noticia como instancia mediadora.

Los usuarios buscan información y la proveen en y desde Internet, que posibilita interacciones horizontales yuxtapuestas a las verticales. También, o tal vez esencialmente, buscan expresarse, opinar y comunicarse con otros. Así, páginas personales o de pequeños grupos u organizaciones de los más diversos tipos, weblogs, listas de correo, foros, mensajes instantáneos, salones de chat y comentarios suman un caótico caudal a la información de portales, sitios de noticias y medios en la web. Esto impacta directamente sobre los contenidos periodísticos en Internet, poniendo en entredicho algunas de las nociones tradicionales de la práctica profesional. Sirvan algunas ideas como hipótesis para ser investigadas:

1. “El problema central es que no podemos pretender tener el monopolio de la palabra”, afirma Pisani (18) a propósito de la interactividad que deriva en la apropiación de los hechos por parte de un “público” cuyos bordes, en realidad, se borrarían en el medio digital. Esta apropiación transformaría necesariamente la distancia que imponía el viejo concepto de noticia. Por eso, fue Internet el medio en el cual y desde el cual mejor se aprehendió el horror del 11 de septiembre. La distancia emotiva, la evaluación razonada, los portavoces tradicionales y sus interpretaciones no alcanzaban para asir ese mundo de zozobra. De acuerdo a Jaqueline Fowks, las formas tradicionales del periodismo han sido desbordadas por el trauma y “es necesario que los ciberperiodistas insistan no sólo en publicar las noticias tan rápido como las consiguen, sino tan completas y balanceadas como les sea posible. El equilibrio y la 'totalidad' son sinónimos para perspectiva, enfoque, contexto, implicancias, significado, antecedentes” (19). También para multiplicidad de voces, registros y emociones, agregaríamos nosotros. La noticia, entonces, más que el relato de algo que ocurrió más allá sería una construcción colectiva en el mismísimo acontecer.
2. La interactividad genera, además, un necesario vínculo entre la instancia pública de las noticias y la necesidad privada de expresión, comunicación y opinión. En este sentido, hay en Internet una constante yuxtaposición de lo íntimo y lo público, ya que mientras frente a otros medios las respuestas singulares a las noticias se desarrollaban mayormente en vías no

mediáticas, frente a la red, las respuestas privadas tienen capacidad de publicidad en el mismo medio. El ejemplo más acabado de esto es el weblog, “un espacio personal de escritura en Internet (...) diseñado para que, como en un diario, cada artículo (post) tenga fecha de publicación, de forma tal que el escritor (weblogger) y los lectores pueden seguir un camino de todo lo publicado y archivado” (20). Pisani encuentra a los weblogs buscando la forma ideal en la intersección entre lo íntimo y lo público y observa que “los periodistas comienzan a practicar el blog como un medio de expresión más libre que complementa sus artículos tradicionales (...) Si logran conservar el rigor profesional al que están acostumbrados y añadir un cierto tono y punto de interés más personales, podrían perfilar con los blogs una parte sustanciosa del nuevo periodismo que precisa la red”, asegura.

3. El volumen de información –tan accesible como inabarcable- que fue rápidamente detectado como diferencial de Internet, permite que lo alternativo alcance publicidad rápidamente, incluso masivamente. Así, una “volanteada” en papel se restringe a una zona geográfica y a la cantidad de volantes que puedan ser impresos por aquellos que quieren dar a conocer su punto de vista. Puesto en un mail, el mismo volante se multiplica a través de la copia automática a engrosadas libretas de direcciones electrónicas. Esto, lógicamente, no garantiza su efectividad, pero cambia sustancialmente las dimensiones del fenómeno. A tal punto que lo alternativo, en ocasiones, debe ser tomado en cuenta por el *mainstream* de las noticias.
4. Por último, la apropiación de los hechos por parte del público, la sobreabundancia informativa, la visibilidad mayor de lo alternativo y la intersección de lo privado y lo público terminan por problematizar la cuestión de las fuentes. “Toda noticia debe estar debidamente chequeada y verificada y sustentarse en fuentes legítimas y representativas”, dice el Manual de Estilo del Diario Clarín. Y advierte que tanto para publicaciones en diarios y revistas como para emisiones radiales o televisivas, fotografías, videotapes y grabaciones y material proveniente de Internet es necesario chequear la veracidad o autenticidad del material (21). Ahora bien, las fuentes en Internet parecen inagotables: además de haberlas de todos los tipos (testimonios, papers, documentos oficiales o institucionales, conferencias de prensa, publicaciones periódicas, libros y un largo etcétera) se inscriben en todos los soportes posibles (audio, audio y video, fotografía, textos) y provienen de todo tipo de lugares. Esta ampliación de las fuentes disponibles pone al periodista en problemas: seguir a todas las que aportan información sobre un tema para chequearlas, verificarlas y contrastarlas supondría un trabajo enorme y engorroso, aun trabajando en condiciones óptimas. Pero dentro de un sistema de máxima flexibilización laboral como son las empresas “puntocom”, esta posibilidad debe ser directamente descartada. Así, una vez más, el potencial del medio entra en contradicción con las condiciones de trabajo, que terminan imponiendo su subutilización. Por otra parte, lo descrito pondría en entredicho la jerarquización tradicional de fuentes: ¿puede un testimonio tomado de un sitio ignoto situarse a la par de aquel que proviene de la página del New York Times? ¿Y si en el primero hubiese un video original o un comunicado inédito de tal o cual organización? ¿Debe preferirse, sin embargo, la cobertura del acontecimiento que ofrece el segundo? Generalmente, los problemas con las fuentes terminan expresándose en falta de originalidad o de rigor y objetividad, con la consiguiente pérdida de credibilidad. El rigor y la objetividad marcan la diferencia entre discurso periodístico, ficción y vida cotidiana, por lo que el incumplimiento de estas normas invalida a Internet como fuente confiable para los medios tradicionales.

#### Transformaciones en la naturaleza de la nota

Si la interactividad cuestiona el concepto tradicional de noticia, el hipertexto y el soporte multimedia en Internet transforman la naturaleza de la nota (22). Andrea Ruiz y Guillermo Melgarejo (23) definen a la Web como “un gran hipertexto”. La lectura está mediada por lo que ella llama “hiperlectores”: buscadores y directorios que guían al usuario por la red, donde “la información está yuxtapuesta, sobrepuesta, mezclada, de la misma manera que se encuentra en la sociedad”. También las interfases “construidas con elementos visuales en forma de ventanas, íconos, menús y pulsadores” funcionan como un sistema de señales para guiar tanto el uso de un software como la navegación de un sitio.

Para los discursos que se dedican a la centralidad del usuario, la valoración de los sitios Web estaría determinada por su facilidad de uso, su “usabilidad”: “*Es importante usar un nombre intimidatorio como búsqueda avanzada para desanimar a los usuarios principiantes a que lleguen a la página y puedan hacerse daño a sí mismos. La búsqueda es uno de los pocos casos donde recomiendo dar forma al comportamiento del usuario mediante la intimidación*”, asegura Jakob Nielsen, gurú de la “usabilidad” (24). Pero la búsqueda es central para el usuario de Internet. Su recorrido por portales, sitios y páginas es básicamente impulsado por la búsqueda de algo, incluso si ese algo es un lugar de expresión. ¿Debe el lenguaje de Internet, entonces, ser intimidatorio? Las empresas “puntocom” necesitan el hipertexto tanto como le temen. Periodísticamente los enlaces hacia sitios exteriores brindan credibilidad y, en general, son el reaseguro de que todo lo que el usuario necesite puede encontrarlo *desde ahí*. Pero también, cada enlace es siempre el comienzo de un camino sin retorno. Así, las estrategias que se ensayan para retener al usuario-lector frente a la dispersión que supone el hipertexto son “técnicas” (que la página a la que el enlace deriva se abra como

una “ventana aparte”, es decir, que no reemplace la página que se está leyendo), de diseño (variaciones en los lugares donde se ubican y el formato que se les asigna para que los vínculos de referencia estén pero no sea perentorio revisarlos) y retóricas. Las estrategias de este último tipo incluyen la intimidación descrita por Nielsen para que el usuario “no se haga daño a sí mismo” y el uso y abuso del imperativo, “el modo verbal universalmente más breve” (25). Según Antonio Pasquali, esta tendencia al repotenciamiento del imperativo ya se perfilaba en el soporte impreso, agobiado por “el fuerte acoso de lo icónico y del audiovisual, el costo y escasez del papel, y el incesante deslave de los anoréxicos, reduccionistas y minimalistas lenguajes gerenciales, publicitarios, técnicos y corporativos, difusores de eslogan, siglas, acrónimos, síntesis ejecutivas y execrables ‘conferencias’ con acetatos, eficaces y sutiles formas del imperialismo...” Lo cierto es que portales y sitios de noticias intentan guiar a los usuarios a través del hipertexto con una serie de órdenes breves: hacé clic, entrá, mirá, escuchá, conocé, enterate, opiná, registrate, votá, leé, contestá, seguí...

“Creemos que sin el favorecimiento de las estrategias que permitan al lector mayores grados de libertad, navegar en el océano de la información en Internet puede convertirse en no más que hacer flotar un barquito de papel en un charco”, dice Ruiz. El periodismo digital se encuentra, entonces, con el desafío de generar una retórica que no obstruya las posibilidades de participación y disidencia que se abren a través del hipertexto.

Por otra parte, “inventar una retórica de la expresión multimedia es urgente e indispensable”, señala Pisan, y tal vez el desafío mayor. Pero integrar la variedad de soportes aprovechando el máximo de las capacidades de cada uno en un discurso articulado, como ya dijimos, se enfrenta con las actuales condiciones de trabajo de los ciberperiodistas. En un artículo publicado en *Le Monde Diplomatique* (26), Eric Klinenberg describe el proceso de incorporación del multimedia en el diario estadounidense *Chicago Tribune*. El trabajo de “integración” consistió en que periodistas y redactores jefes proporcionen el contenido (27) para las emisiones de todos los media de la empresa: “Un periodista puede escribir un artículo para la edición de la tarde, aparecer en la pantalla para tratar el mismo acontecimiento y dar consistencia a la información con los especialistas de Internet, sugiriéndoles relaciones con otros sitios o acontecimientos. Estas prácticas mantienen los costos en un nivel bajo y aumentan el rendimiento del proceso de producción”.

En el 2do. Congreso Nacional de Periodismo Digital celebrado en Huesca, la ponencia “Periodismo en la red: entre el teletrabajo y la esclavitud digital” describía las condiciones de trabajo en los medios digitales: “las plantillas son reducidas y se trabaja sin horario. Buena parte de los contenidos depende de colaboradores, en el mejor caso mal pagados”. Estas condiciones hacen que el periodista enfrentado al multimedia termine haciendo un mero trabajo de adaptación de la información a uno y/u otro soporte o que suministre la nota a diseñadores, productores, técnicos multimedia y personal de tecnología para que cada uno realice su parte en la cadena de montaje de la información. En cualquiera de los casos, una vez más, las posibilidades del medio han sido subutilizadas: el periodista sobrecargado de trabajo o imposibilitado de trabajar cooperativamente no puede resolver el verdadero desafío que le presenta el lenguaje multimedia.

¿Existe, entonces, un periodismo virtual? ¿Existe ya una forma autónoma y específica, con reglas y lenguaje propios a la hora de ejercer el periodismo de, desde y en Internet? Hasta el momento, consideramos que las contradicciones expuestas retrasan la consolidación de tal periodismo y dificultan la aparición de una retórica superadora, liberadora, diversa, y con capacidad de canalizar y estimular el potencial comunicativo y periodístico de la red.

## Notas

(1) Después de alcanzar su nivel máximo, de 5.048,62 puntos, en marzo de 2000, el Índice Compuesto Nasdaq, repleto de empresas de tecnología, inició una caída libre que lo llevó, ya en diciembre del mismo año, a una pérdida del 54% respecto de su pico de marzo y del 43% en el año. Para marzo de 2001, exactamente seis meses antes del atentado, la caída llegaba al 60 por ciento y era la primera vez desde noviembre de 1998 que quedaba por debajo de los 2000 puntos, según un artículo de *The Wall Street Journal*.

(2) En el vasto mundo de contenidos presentes en Internet, para nuestro análisis hemos recortado el campo de lo periodístico a aquel territorio conformado básicamente por: las extensiones virtuales de medios que tienen previamente una existencia bajo otros formatos, como por ejemplo, las versiones electrónicas de Clarín y otros diarios, o los sitios en Internet de medios como la CNN y la BBC de Londres; los contenidos periodísticos que se publican en los portales horizontales tipo Ciudad Internet, UOL, Terra, El Sitio y los sitios específicos de noticias y notas, especializados o de interés general, creados especialmente para Internet, como Baquía, E brújula, Telepolis.

(3) Las cifras fueron difundidas por Steven Clift, en el sitio <http://www.politicsonline.com>, septiembre 2001 (Citado por Jacqueline Fowks en “Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones”. *Revista Razón y Palabra*, Número 26, abril-mayo 2002, [www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html) )

(4) Entre otras: “La web dice presente”, 14 de septiembre de 2001, [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,36523,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,36523,00.asp); “El arte del horror”, 15 de noviembre de 2001, [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41557,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41557,00.asp) y “En vivo desde Nueva York”, 20 de noviembre de 2001, [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41791,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41791,00.asp)

(5) Un ejemplo de esta práctica se dio alrededor del sitio Blue Ear Forum, “un espacio en la red creado a mediados de 1999, pionero como lista de discusión moderada atentamente y que convirtió en formato legítimo esa forma periódica de expresión. Jacqueline Fowks. “Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones”, *Revista Razón y Palabra*, abril - mayo 2002.

(6) El periodista digital Quim Gil, en su artículo “¿Qué es un periodista digital?” distingue periodismo en línea de periodismo en red. El primero sería simplemente trasladar los usos y contenidos de la prensa tradicional a Internet. El verdadero periodismo digital sería, en cambio, el periodismo en red, ya que este nuevo tipo de periodismo “rompe con la comunicación lineal y unidireccional” e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional. Por su parte, Francis Pisani, profesor de periodismo avanzado a través de Internet en la Graduate School of Journalism at the University of California in Berkeley, advierte en el prólogo a la obra “Explorar el Ciberperiodismo Latinoamericano” que “tratar de trasladar el periodismo de siempre a la red nos condena al fracaso”. Pisani opina que el principal estímulo para cambiar la manera de hacer periodismo en la red proviene del “exceso de información”, que, como problemática, reemplazaría el desafío anterior de los periodistas que era “dar a conocer al público aquello que las autoridades públicas y privadas querían guardar en secreto”. Según el autor, ahora “la información sobra”, al punto que es tanta que “pierde sentido y utilidad”, y dice que, si bien aún sigue siendo necesario publicar aquello que los poderes ocultan, el periodismo digital naciente debe plantearse escribir teniendo en cuenta la dimensión de la “sobreabundancia informativa”.

(7) “Todos los expertos coinciden en apreciar, que entre las posibilidades de uso de la informática y su aprovechamiento actual, media un verdadero abismo...”, dice Claudio Katz, en su artículo “El carácter de las nuevas tecnologías de la información”, *Revista electrónica Acheronta*, N°3, 1997. Hemos considerado pertinente y de alto valor heurístico aplicar las nociones generales que se deducen de los análisis de Katz sobre la relación de las nuevas tecnologías de la información y su posibilidad de provecho pleno en la producción de mercancías en general a lo que sucede con la posibilidad de avanzar en innovaciones radicales o en generalizar las que ya están en práctica en el campo de los medios periodísticos en Internet: “Las nuevas tecnologías de la información se desenvuelven en un cuadro de crisis económica internacional de largo plazo, caracterizada por tasas muy bajas de crecimiento, pavorosa expansión del desempleo, generalizados quebrantos fiscales de los estados y sobre todo, descontrol de la especulación financiera, que desde 1987 amenaza desencadenar un crack general. Esta crisis -cuyos rasgos precisos hemos detallado en otro texto- tiene efectos contradictorios sobre el desarrollo informático. Por un lado, impulsa las innovaciones que reducen costos y abaratan la fuerza de trabajo. Pero por otra parte, bloquea todas aquellas transformaciones técnicamente factibles, que acentuarían la caída de la tasa de ganancia, o agravarían la saturación de los mercados”.

(8) Nos detenemos especialmente en este punto para señalar el común denominador de unilateralidad existente tanto en los análisis que, acompañando el ascenso del negocio bursátil en torno a Internet anunciaron con bombos y platillos su potencia infinita y su condición de panacea, como en los que, ahora, pretenden extenderle un certificado de defunción. La realidad es que, como acaba de informarlo The New York Times, “Internet se afirma como medio masivo a pesar de la caída de las inversiones”. <http://www.clarin.com/diario/2002/07/26/s-420717.htm> En Argentina acaban de darse a conocer cifras que también dan cuenta de cómo el valor de uso de Internet intenta abrirse paso por entre la crisis que atraviesa la dimensión de su valor de cambio: en los datos preliminares del Estudio del mercado de informática y telecomunicaciones 2002, realizado recientemente por Prince & Cooke, figura la ruptura de la proporción entre usuarios y clientes de Internet en la Argentina, es decir entre los que se conectan de alguna manera a la red y las personas físicas que reciben una factura. El trabajo calcula que para diciembre de 2002 habrá 4,1 millones de usuarios de Internet, de los que sólo 1,43 millones serán clientes.

(9) Katz señala que “el uso capitalista de las nuevas tecnologías está en conflicto con la invención espontánea, la aplicación cooperativa, y no comercial de la informática...”. Aunque en su ensayo no hace alusiones al periodismo en Internet, creemos que es posible extrapolar las siguientes definiciones a nuestro objeto de análisis: “Pero al exigir un mayor esfuerzo, concentración, y compromiso subjetivo con la actividad laboral, el funcionamiento óptimo de las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) exige pautas radicalmente opuestas, a las vigentes y publicitadas por los empresarios. La informatización implica creatividad en el trabajo, es decir creciente dominio del operario sobre el producto que realiza, lo que a su vez resulta inconcebible si el empleo está amenazado, los salarios caen, y las condiciones de trabajo se degradan. Por estas razones, ningún aprovechamiento colectivo de las nuevas tecnologías es factible, sin una reducción radical de la jornada laboral”.

(10) Tomamos la noción de manufactura capitalista y sus características con relación a la cooperación en el trabajo de los capítulos X, XI, XII y XIII de *El Capital*, de Karl Marx. Libro 1, Volumen 2, Editorial Siglo XXI, 1995. Extraemos, a su vez, la ubicación de las “punto.com” en una fase manufacturera del artículo Eduardo Sartelli, “Chip to chip”, publicado en *Revista reunión*, página 21, julio de 2000, sección “Mundo del Trabajo”.

(11) Ejemplo de esto fue el sitio WhyProject ([www.whyproject.com](http://www.whyproject.com)), inaugurado una semana después de los ataques por iniciativa del artista Bill Barteel. Allí las personas de todo el mundo depositaron poemas, pinturas digitales y canciones.

(12) Para Benjamin, la fotografía y el cine revelaban un mundo existente pero inaccesible para la percepción humana sin la colaboración de la técnica. “La naturaleza que habla a la cámara es distinta de la que habla a los ojos; dista sobre todo porque un espacio elaborado inconscientemente aparece en lugar de un espacio que el hombre ha elaborado con conciencia. Es corriente, por ejemplo, que alguien se dé cuenta, aunque sólo sea a grandes rasgos, de la manera de andar de las gentes, pero seguro que no sabe nada de su actitud en esa fracción de segundo en que se alarga el paso. La fotografía en cambio la hace patente con sus medios auxiliares, con el retardador, con los aumentos. Sólo gracias a ella percibimos ese inconsciente óptico igual que sólo gracias al psicoanálisis percibimos el inconsciente pulsional” (Walter Benjamin. “Pequeña historia de la fotografía”, en *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Madrid, 1982.)

(13) En su clásico manual de periodismo, Teódulo Domínguez define la noticia como “...el hecho o declaración actual, calificado por un periodista de importante, curioso, destacado, trascendente; de interés público; que el público tiene derecho natural a conocer y difundido a través de un medio informativo”. Teódulo Domínguez. *Pragmática periodística*. La Plata, Editorial Nieves, 1990.

(14) Al respecto, Teódulo Domínguez hace una distinción entre verdad y veracidad. Op. Cit. P.56

(15) Domínguez pone en paralelo el quehacer periodístico con el del filósofo y el del médico. La distancia de ambos con su objeto permite el uso de la razón como instrumento privilegiado para una aproximación evaluativa a los hechos. Op. Cit. P. 56 y s.

(16) Alsina, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Madrid, Paidós, 1989.

(17) Furio Colombo. *Televisión: la realidad como espectáculo*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.

(18) Pisani, Francis. “¿Y ahora qué?” en *Explorar el Ciberperiodismo Latinoamericano*. (Octavio Islas Carmona y Fernando Gutiérrez Cortés, compiladores). Colección de Temas de Cibercultura, editorial Grupo Patria Cultural-CECSA, México, 2001.

- (19) Jacqueline Fowks. "Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones". *Revista Razón y Palabra*, Número 26, abril-mayo 2002, [www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html)
- (20) Zanni, Lafuente, Bertossi, Worcel y Amartino. Editorial de Weblogs.com.ar, <http://www.weblogs.com.ar/cont/whatis.php>. Además, los weblogs se caracterizan por ser fuente de comunidades de intereses en la red: "...los bloggers forman verdaderas comunidades online con aquellos con quienes comparten intereses. Estas comunidades pueden tener diferentes formas. Existen grupos de trabajo colaborativo que utilizan un weblog como herramienta para comentar, opinar y escribir (postear) noticias relativas a su tarea. O una comunidad como la que dio origen a Weblogs.com.ar: diez o quince personas que un día nos dimos cuenta de que nos leíamos e interactuábamos a través de los comentarios y mails. Incluso hay ejemplos de comunidades con miles de miembros, como el caso de [Slashdot](http://Slashdot), orientada a la tecnología".
- (21) *Manual de estilo*. Clarín / Aguilar, Buenos Aires, 1997.
- (22) Utilizamos el término "nota" para referirnos a los textos periodísticos en general (multimediales o no).
- (23) Melgarejo, Guillermo y Ruiz, Andrea. "Cómo leemos cuando leemos Internet". Universidad Nacional de la Patagonia Austral. 2000. Inédito.
- (24) Citado por Melgarejo y Ruiz.
- (25) Pasquali, Antonio. "Fuentes, cantidad y calidad de la información en entorno electrónico y audiovisual": [www.analitica.com/cyberanalitica/matriz/6329572.asp](http://www.analitica.com/cyberanalitica/matriz/6329572.asp), 2001.
- (26) Klinenberg, Eric. "Los periodistas 'para todo' del Chicago Tribune". *Le Monde Diplomatique*, febrero 1999.
- (27) Klinenberg observa que el apelativo "contenido" para definir lo que los periodistas producen ha reemplazado al de periodismo.

## Bibliografía

- ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Madrid, Paidós, 1989.
- BENJAMIN, Walter. "Pequeña historia de la fotografía", en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1982.
- BULLÓN, Piedad. "Periodista, nuevo medio, viejas reglas". En: [www.idg.es/iworld/199901/articulos/periodi1.asp](http://www.idg.es/iworld/199901/articulos/periodi1.asp)
- COLOMBO, Furio. *Televisión: la realidad como espectáculo*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976.
- DOMÍNGUEZ, Teódulo. *Pragmática periodística*. Editorial Nieves, La Plata, 1990.
- ECHALUCE OROZCO, Alberto. "Curso de Periodismo Digital", [galeon.hispavista.com/periodismo-digital/](http://galeon.hispavista.com/periodismo-digital/)
- FOWKS, Jacqueline. "Ciberperiodismo: entre el tiempo y las emociones". *Revista Razón y Palabra*, Número 26, abril-mayo 2002, [www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html](http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/jfowks.html)
- HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.
- KATZ, Claudio. "El carácter de las nuevas tecnologías de la Información", *Revista electrónica Acheronta*, 1997.
- KLINENBERG, Eric. "Los periodistas 'para todo' del Chicago Tribune". *Le Monde Diplomatique*, febrero 1999.
- MARX, Karl. *El Capital, Libro 1, Volumen 2*. Editorial Siglo XXI, 1995.
- Mazzeo, Andrés. "La pinta es lo de menos". Portal Zona Tech, Ciudad Internet, 24 de julio de 2002. [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,44612,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,44612,00.asp)
- MELGAREJO, Guillermo y RUIZ, Andrea. "Cómo leemos cuando leemos Internet". Universidad Nacional de la Patagonia Austral. 2000. Inédito.
- PASQUALI, Antonio. "Fuentes, cantidad y calidad de la información en entorno electrónico y audiovisual". [www.analitica.com/cyberanalitica/matriz/6329572.asp](http://www.analitica.com/cyberanalitica/matriz/6329572.asp), 2001.
- PISANI, Francis. "¿Y ahora qué?" en *Explorar el Ciberperiodismo Latinoamericano*. (Octavio Islas Carmona y Fernando Gutiérrez Cortés, compiladores). Colección de Temas de Cibercultura, editorial Grupo Patria Cultural-CECSA, México, 2001.
- SARTELLI, Eduardo. "Chip to chip". *Revista Reunión*, Buenos Aires, julio de 2000.
- ZANNI, LAFUENTE, BERTOSSI, WORCEL Y AMARTINO. Editorial de Weblogs.com.ar, <http://www.weblogs.com.ar/cont/whatis.php>
- ZANONI, Leandro. "La Web dice presente". [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,36523,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,36523,00.asp), 14 de septiembre de 2001.
- ZANONI, Leandro. "El arte del horror". [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41557,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41557,00.asp), 15 de noviembre de 2001.
- ZANONI, Leandro. "En vivo desde Nueva York". [www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41791,00.asp](http://www.ciudad.com.ar/ar/portales/tecnologia/nota/0,1357,41791,00.asp), 20 de noviembre de 2001.
- Manual de estilo*. Clarín / Aguilar, Buenos Aires, 1997.
- "Internet se afirma como medio masivo a pesar de la caída de las inversiones". *Diario Clarín*, 26 de julio de 2002. <http://www.clarin.com/diario/2002/07/26/s-420717.htm>