

Un sueño en la tormenta: comunicación social

HUMBERTO JAIMES QUERO

Es una de las carreras preferidas en los últimos lustros, pero hoy se enfrenta a una enorme incertidumbre derivada del cierre de centenares de medios, la quiebra de numerosas empresas, la crisis económica y los cambios producidos por las constantes innovaciones tecnológicas que como la inteligencia artificial y el periodismo robotizado, pretenden desplazar al *Homo sapiens* en ciertos ámbitos laborales.

Las redes sociales, por ejemplo, han añadido más nubarrones y competencia: cualquier usuario pretende ser “periodista ciudadano” o ejercer como un “comunicador nato” que se enorgullece de no haber pasado por el aula mater. Mientras que las organizaciones a menudo son desbordadas por la “mediatización”: todos quieren informar, ser voceros, dar noticias. El periodista es uno más en esta partida.

Ante estos escenarios, las instituciones educativas tienen que sincerar sus ofertas de estudio y evaluar las nuevas realidades en ciernes.

La sociedad demanda más comunicadores sociales o más “periodistas ciudadanos”? ¿Deben ser egresados de las universidades? ¿Deben ser egresados de cursos de dos o tres meses de duración? ¿Pueden ser netamente empíricos?

Estas son preguntas en torno a una profesión que en las últimas décadas acaparó el entusiasmo de jóvenes en toda América Latina (Bisbal, 2010) pero al mismo tiempo terminó en el centro de dramáticas transformaciones derivadas tanto de las innovaciones tecnológicas como de inesperados cambios políticos, económicos, entre otros, que modificaron el incierto panorama planetario.

En 1946, en aquella Venezuela que comenzaba a exhibir un entusiasta proceso de modernización urbana, emergió la primera escuela de periodismo, proyecto que contó con el apoyo de la Embajada de Estados Unidos y la Universidad de Columbia. Tuvo su sede en la Universidad Central de Venezuela (UCV), donde sigue funcionando aunque entre enormes problemas. Su pénsum de estudios, por ejemplo, fue estrenado en 1987, hace 34 años.

A ella se sumaron dos escuelas, una en la Universidad del Zulia (LUZ), en 1959, y otra en la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), en 1961. Más adelante se incorporaron otras en el interior del país, sobre todo en los años 90 del

DOSSIER

siglo XX, cuando se fundaron hasta seis iniciativas.

La expansión de la enseñanza reflejó el crecimiento de la industria de la comunicación. En 1946 apenas había veintiún periódicos, pero para 1986 la cifra subió a 71. En el mismo lapso se registró un incremento en las emisoras de radio, las cuales pasaron de veinticinco a 169. Y la televisión también experimentó una visible expansión: en 1962 alrededor del 25 % de las familias venezolanas tenía acceso a este medio, pero en 1986 el porcentaje subió a 90 (Díaz Rangel, 1988).

Los conflictos entre los departamentos de comunicación y de tecnología también fueron y son muy frecuentes, giran casi siempre en torno a la producción y difusión de contenidos y mensajes. Con Internet y las redes sociales el problema sigue vigente y en algunos casos se ha agravado.

Todo parecía ir con buen viento. No en vano se habló de un “crecimiento vertiginoso” en el sector mediático (Cañizales, 1991), en el cual era usual soñar con desempeñarse como profesional en un periódico, una emisora de radio, un canal de televisión o una agencia de publicidad.

A finales del siglo XX, ser comunicador social “estaba de moda”. La carrera era una de las preferidas por los jóvenes, por diversas razones: era vista como un camino al prestigio, la fama y en algunos casos como una vía expedita para alcanzar un estatus social y económico bastante satisfactorio, en especial en el ramo publicitario y de la comunicación corporativa, caso distinto del periodismo, “el mejor oficio del mundo” según Gabriel García Márquez, aunque siempre mal remunerado.

La entusiasta expansión de la industria continuó en los primeros lustros del presente siglo, cuando se pensó que continuaría su curso y sería reimpulsada por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en especial por Internet. En la primera década del tercer milenio ya se imprimían alrededor de cien periódicos,

había unas seiscientas emisoras de radio y 46 televisoras que animaban la vida a lo ancho y largo de la geografía nacional. (Aguirre; Bisbal; Quiñones, 2012).

Como reflejo de este auge, continuaron abriéndose oportunidades de estudio. Para 2015 se enseñaba comunicación social en quince universidades distribuidas en 32 sedes. Algunas investigaciones afirman que para ese momento entre 25 mil y 30 mil jóvenes estudiaban la carrera (Torrealba, 2015). Otras fuentes señalan que para 2010 la matrícula ascendía a 46 mil almas que representaban el 5,3 % de toda la población universitaria (Hernández, 2017) y una de las profesiones más demandadas.

La multiplicación de escuelas y comunicadores sociales por doquier fue un fenómeno común también en América Latina, que irradiaba cierto entusiasmo. Pero los expertos en el área comenzaron a ver las cosas con cierta cautela y preocupación, impulsados quizás por una pregunta obvia: ¿A dónde va a parar este gentío? ¿Qué van a hacer? ¿El mercado absorberá a esta multitud? En otras palabras: ¿para qué tantos comunicadores sociales?

Las cifras no cuadraban. Para muestra un botón. Apoyándose en estadísticas de la OPSU, Torrealba comenta que en 2014, en Venezuela existía una demanda de 8 mil 344 cupos en comunicación social en universidades públicas, pero solo pudieron ser satisfechos 1.274 cupos, lo que arrojó una diferencia de -7 mil 070 aspirantes insatisfechos (Torrealba, *op. cit.*).

En Colombia, la situación no era muy distinta. Para el profesor y crítico de los medios, Omar Rincón,

[...] hay muchos profesionales egresados en las facultades de Comunicación y no hay medios para tanta gente; se nos paga mal, es el salario más bajo del mercado, y todo porque un alto porcentaje de nuestro salario está en el ego que nos da el firmar las notas [...] (Rincón, 2014).

Las respuestas a estas preguntas no tardaron en llegar, aunque a veces en un tono duro, tal vez desconcertante. Es el caso del reconocido Antonio Pasquali. A este experto le preocupaba que

hubiese, en su criterio, cerca de 2 mil 500 escuelas en América Latina (Linares, 2014). También le preocupaba la calidad de la enseñanza y el propio perfil de los egresados.

En su criterio y el de otros expertos, era evidente que esta proliferación de escuelas y egresados debía responder a parámetros distintos al lucro así como a la necesidad de complacer las aspiraciones de miles de jóvenes; había que pensar mucho más allá. Desde estas voces críticas se llegó a proponer incluso que profesionales de otras carreras podrían ejercer como buenos comunicadores si hacían un curso de capacitación que no requería los cinco años de estudio propios de la universidad. Pasquali, de hecho, planteó cerrar las escuelas y volver a abrir después, una vez que se hubiesen consumado los cambios de rigor, en el perfil y los planes de estudios.

Tales propuestas no eran fruto del azar. La expansión de la enseñanza había avanzado sin freno, sin tomar en cuenta las transformaciones que se veían venir tanto en el ámbito tecnológico como en materia económica, política y otros terrenos.

Finalmente, ocurrió lo que tenía que ocurrir, lo que se veía a leguas. Esta acelerada expansión parece haberse estancado debido a los numerosos problemas cotidianos que han hecho del *alma mater* en Venezuela una aventura costosa, incierta. Nos referimos a la hiperinflación, el déficit en el transporte público, la escasez de gasolina, la ausencia de profesores y los recientes efectos de la pandemia. A todo esto habría que añadir la sistemática desaparición de medios debido a la crisis económica, la falta de papel, el retiro de concesiones por parte del Estado, las restricciones a la libertad de información y otras razones no menos contundentes. Entre 1999 y 2019, un total de seiscientos medios cerraron sus puertas en Venezuela, según el Colegio Nacional de Periodistas. (*La Prensa de Lara*, 2019).

Todo esto parece sugerirnos que los “años dorados” llegaron a su fin y que se requiere un cambio radical de perspectiva para navegar en la tormenta.

“TODOS COMUNICAN EN UNA ORGANIZACIÓN”

Aparte de la devastación que sufre el país desde hace varios años, hay que tomar en cuenta las transformaciones tecnológicas en el mundo, las cuales han facilitado el trabajo de los comunicadores pero también han impuesto retos y ciertas dificultades.

La multiplicación de escuelas y comunicadores sociales por doquier fue un fenómeno común también en América Latina, que irradiaba cierto entusiasmo. Pero los expertos en el área comenzaron a ver las cosas con cierta cautela y preocupación, impulsados quizás por una pregunta obvia: ¿A dónde va a parar este gentío?

En un informe del período 2015-2017, *Latin American Monitor* advertía acerca de la “disrupción” generada por la revolución digital en la región y sus secuelas. Uno de los cambios significativos señalados por este documento es la mediatización de las organizaciones: “Todos los miembros de una organización comunican en una pluralidad creciente de medios y plataformas” (Athaydes; Molleda; Moreno; Suarez *et al*, 2017: 42).

Esto significa que en las organizaciones, por ejemplo, hay una tendencia creciente a que empleados y departamentos administren canales de información y comunicación que pueden quedar fuera del control de dirección de tales entidades y sus respectivas gerencias. En efecto, todos, trátase de empleados o departamentos, pretenden administrar un medio de comunicación, una suerte de mini agencias de noticias, una cuenta en las diferentes redes sociales, fenómeno que puede conducir a una situación de caos e infoxicación si no se ejercen ciertos controles.

Antes de la eclosión de las redes sociales, en las empresas públicas y privadas ya existían conflictos en la organización a la hora de definir y separar las funciones de los comunicadores sociales (o periodistas) y los responsables de departamentos como Capital Humano, Recursos Humanos y Relaciones Industriales. Los ámbitos

DOSSIER

de acción de unos y otros a menudo se superponían en el estudio del clima organizacional, la elaboración y distribución de mensajes, contenidos y productos dirigidos a los empleados. Si bien en muchas de estas entidades fue posible separar las aguas revueltas, propiciar las sinergias y el trabajo interdisciplinario, el advenimiento de Internet y las redes sociales renovaron las disputas en este ámbito.

En la comunicación y otros campos profesionales es palpable la progresiva incorporación de robots y tecnologías que han ido suplantando a las personas, lo que ha llevado a Oppenheimer a sostener que el “desempleo tecnológico” será uno de los grandes conflictos del siglo XXI.

Los conflictos entre los departamentos de comunicación y de tecnología también fueron y son muy frecuentes, giran casi siempre en torno a la producción y difusión de contenidos y mensajes. Con Internet y las redes sociales el problema sigue vigente y en algunos casos se ha agravado.

En parte, este dilema proviene de ese viejo axioma que (mal interpretado) parece legitimar la creciente mediatización de empresas e instituciones: “Todos comunican”. ¿Todos? En muchas instituciones se han multiplicado las cuentas de Instagram, You Tube, Facebook, y todas dicen representar legítimamente a una corporación. En pocas palabras, ha sido difícil contener esta expansiva y quizás alocada “mediatización”. Los departamentos de tecnología también lucen incapaces de poner coto al asunto ante las opciones que ofrece la eclosión de tecnologías gratuitas disponible para cualquier usuario.

Otra de las secuelas del auge tecnológico es que ha aumentado el uso de la web social y el bigdata (*Ibidem*: 6) así como el uso de algoritmos en la comunicación estratégica de empresas para la búsqueda y distribución de contenido (*Ibidem*: 38). Esto incide en la disponibilidad de puestos de trabajo y las dimensiones de algunas dependencias. En resumen: en ciertas áreas, los profesionales de carne y hueso ya no son indispensables.

LAS NUEVAS ESPECIES

Se ha pensado que Internet, la inteligencia artificial, la robótica y otras tecnologías podrían sustituir a los profesionales del periodismo y la comunicación, incluso a egresados de las mejores universidades.

El experto en estos temas, Jesús María Aguirre, comenta que hay algo de ciencia-ficción al plantear que como todos los seres humanos del planeta pueden conectarse en red, pueden desaparecer los periodistas, que son los grandes intermediarios en los procesos de información y comunicación de la sociedad. Al respecto comenta:

Todavía tendremos que esperar el tiempo en que las máquinas inteligentes recojan la información socialmente relevante de la realidad, diestras en el análisis del entorno, habituadas a opinar sobre las contingencias humanas, y en fin el conjunto de funciones que provienen justamente de la formación y experiencias profesional. (Aguirre, 2004: 216-217)

Sobre esta materia no hay nada definitivo. Sin embargo, es un hecho que ya existen programas de producción de contenidos de Google, Facebook y otras plataformas que pueden sustituir de manera parcial a las personas así como a los periodistas y comunicadores. Facebook es capaz de generar historias en forma automatizada. También existen el *robot periodista* y el *periodismo automatizado*. (Codina; Vállez: 2018), lo que es un anuncio de escenarios en ciernes.

En la comunicación y otros campos profesionales es palpable la progresiva incorporación de robots y tecnologías que han ido suplantando a las personas, lo que ha llevado a Oppenheimer a sostener que el “desempleo tecnológico” será uno de los grandes conflictos del siglo XXI. El periodista de *The Miami Herald* nos recuerda que *The Washington Post* tiene varios años publicando noticias redactadas por robots (Oppenheimer, 2018).

Estas tendencias son realidades que avanzan sobre las sociedades, en unas más aprisa que en otras, y en diversos ámbitos. Las empresas se enfrentan al reto de automatizar la producción de contenidos, el uso de inteligencia artificial, y eso implica nuevos perfiles profesionales o la

suplantación de algunas competencias que antes eran responsabilidad de egresados de universidades. Quizás es parte de un proceso que parece ficción para muchos pero otros ven como una realidad ineludible: la llegada de la era poshumana.

En la medida que la gestión, los procesos y los productos de comunicación dependan más de la tecnología, los profesionales tendrán que incursionar en programación, inteligencia artificial, big data, manejo de drones y cualquier artilugio de nuevo cuño para poder desempeñarse en un departamento de comunicación o como se prefiera denominarlo.

Carlos Chirinos, periodista egresado de la UCV con amplia experiencia en la BBC y ahora jefe de política en *Univisión* (Estados Unidos), piensa que para esta profesión cada día es más importante tomar en cuenta el manejo de tecnologías:

En la medida que el periodista ya no es solo la persona que recoge una historia y luego hecha el cuento, podemos decir que está afectado por las tecnologías. Hoy para ser periodista, sobre todo en un medio digital, hay que tener algunos conocimientos técnicos fundamentales para saber no solo escribir la historia, sino cómo contarla de una manera digitalmente ‘eficiente’, en qué plataforma trabajarla, cómo usar las palabras claves en motores de búsqueda, incorporar el uso de gráficos o videos (que muchas veces debe preparar el periodista o al menos saber cómo pedirlo) Antes un periodista recogía la información, la escribía y había otra gente que se encargaba de la parte técnica que garantizaba que la noticia llegara al público. Ahora ese mismo profesional tiene, al menos, que saber cómo montarla en el CMS de su medio, un trabajo que antes hacían los diagramadores y diseñadores. Tiene que saber cómo leer e interpretar las estadísticas de tráfico y tiene que hacer su parte para que el tráfico crezca. (Chirinos, 2021)

Los periodistas tendrán que manejar tecnologías más complejas y quizás se convertirán en otra cosa. La reportera peruana Fabiola Torres, por ejemplo, se hizo merecedora de un galardón por realizar con drones un reportaje investigativo titulado ‘Acuaténientes’, sobre el saqueo del agua en la frontera entre Perú y Colombia. Es un

anuncio de los tiempos que vienen. En el futuro no muy lejano tal vez aparezcan los *ciborgperiodistas* o *ciborgreporteros*, en cuyo cuerpo serán insertados chips u otros dispositivos que les permitirán procesar y distribuir contenidos, imágenes y data. Pero en Venezuela y otros países latinoamericanos, estos escenarios quizás pertenecen todavía a un mundo ficticio más cercano a la Guerra de las Galaxias que a la vida terrenal.

Los periodistas tendrán que manejar tecnologías más complejas y quizás se convertirán en otra cosa. La reportera peruana Fabiola Torres, por ejemplo, se hizo merecedora de un galardón por realizar con drones un reportaje investigativo titulado ‘Acuaténientes’, sobre el saqueo del agua en la frontera entre Perú y Colombia.

El asunto es complejo. La sociedad está tratando de entender cómo manejar esta eclosión de tecnología y cómo ella puede incidir en la vida real así como en la orientación de las profesiones, cosa que se expresa en un permanente ejercicio de ensayo y error. La medicina también está siendo objeto de transformaciones en este orden: desde hace años existen robots que realizan cirugías. Quizás esto sea un ejemplo más de lo que puede acontecer en el ámbito de la comunicación y el periodismo.

No obstante, una visión tecnocrática puede ser sesgada, limitada y contraproducente en tanto olvidamos las numerosas circunstancias y expresiones de la sociedad que solo son protagonizadas, comprendidas y valoradas por nuestra especie: el *Homo sapiens*.

“UN COMUNICADOR NATO”

En algunos casos, las redes sociales y otras plataformas han significado un tema incómodo para los comunicadores sociales, en particular para quienes se desempeñan en cargos gerenciales en empresas, corporaciones y oficinas públicas. Por una razón: los altos funcionarios, presidentes y altos ejecutivos de estas entidades a menudo pretenden fungir de “comunicadores natos”, publican “noticias” y contenidos en las redes sociales, sin consultar previamente a los

DOSSIER

gerentes responsables de la comunicación y no se detienen a pensar en las consecuencias de sus iniciativas.

Ha ocurrido con controversiales figuras políticas como el expresidente de Estados Unidos, Donald Trump, quien como huésped de la Casa Blanca solía pronunciarse e informar sobre diversos tópicos, sin escuchar con antelación a sus asesores en asuntos públicos. Pero no era el único. Lo hacía también Hugo Chávez (1999-2013), quien para más señas fue laureado con el Premio Nacional de Periodismo, en junio de 2013, en un gesto de delirio institucional que despertó perplejidad entre propios y extraños.

Esta idea del “periodista ciudadano” apuesta más a un campo de la comunicación como lo es el reporterismo, pero podría arrastrar a la comunicación en un amplio sentido, la que se desarrolla en una gerencia, en un departamento, incluso puede llevar a pensar que un “gerente de comunicaciones” es, ante todo, un gran tuitero [...]

El profesor Omar Rincón resume un poco el problema antes planteado: “[...] con las nuevas tendencias digitales y ciudadanas, todos, hasta los presidentes, hemos sido graduados de periodistas”. (Rincón, *op. cit.*). En cierto modo tiene razón, de hecho posiblemente muchos usuarios de las redes así lo creen.

El premio a Chávez fue un duro golpe a todo lo que significa la formación profesional en las universidades. Lo que hacía Chávez con los medios a menudo era todo lo contrario al “deber ser”: no consultaba ni respetaba opiniones disidentes, no tenía como propósito la producción y difusión de noticias como tales, violaba constantemente importantes principios éticos, y usaba los medios como “armas de guerra” para aplastar a sus enemigos. Bajo su mandato, además, se ordenó el cierre de numerosos medios y fueron perseguidos periodistas. Ese legado funesto, por cierto, perdura hoy como praxis gubernamental.

La situación no fue muy distinta en Ecuador, bajo la presidencia de Rafael Correa, ni la de Argentina, donde algunos medios importantes como *El Clarín* fueron abiertamente enfren-

tados (o amenazados) por la omnipresente y omnipotente expresidenta Cristina Kirchner, quien, como Correa, también hacía gala de ser una “comunicadora nata”.

LOS CIUDADANOS Y EL CIBERPERIODISMO

Hay quienes apuestan por una nueva especialidad profesional distante del *alma mater*. Nos referimos al “periodista ciudadano”, a veces confundido con “infoc Ciudadano”, quien podría formarse con un curso de unas pocas semanas en realización de videos con teléfonos inteligentes, redacción de *tips* para redes sociales, locución para podcast, diseño de artes con Canvas y otras habilidades. Por allí van los tiros.

Millones de seres sienten ser “reporteros natos” y “comunicadores natos”, a pesar de no haber pasado por el *alma mater*. De hecho, a menudo consideran innecesario el tránsito sagrado por los salones de clase, por un curso de semiótica, taller de redacción, lenguaje audiovisual y ética de la comunicación. Creen que pueden sustituir con facilidad a los titulados.

Esta idea del “periodista ciudadano” apuesta más a un campo de la comunicación como lo es el reporterismo, pero podría arrastrar a la comunicación en un amplio sentido, la que se desarrolla en una gerencia, en un departamento, incluso puede llevar a pensar que un “gerente de comunicaciones” es, ante todo, un gran tuitero, un *influencer*, y que eso es fundamental para una organización.

La masificación de los teléfonos inteligentes y otras tecnologías en parte ha impulsado esta idea del “periodista ciudadano”, que se siente capaz de producir y distribuir noticias. En años recientes desde su portal web *Globovisión* invitó a cualquier “reportero ciudadano” a enviar videos, testimonios y fotos para contribuir con el noticiero de la planta televisora. En otras palabras: el propio medio pulverizó la idea de reportero profesional titulado en una casa de estudios.

Según Exequiades Chirinos y Torres Salas (2013) la búsqueda de los hechos, la selección de los datos, la redacción y difusión de la noticia antes recaía exclusivamente en los periodistas, pero ahora puede participar el público, por lo cual, “se simplifica la mediación profesional” (Chirinos; Salas, 2013: 59). No obstante, ad-

vierten que “[...] el trabajo del periodista se mantiene y es más necesario en el ciberespacio dada la abundancia de datos y fuentes que ameritan de tratamiento profesional de la persona especializada en obtener y organizar información” (*Idem*).

Estos autores también aclaran que los usuarios (ciudadanos) “[...] pueden contribuir con esa mediación, pero en ningún caso se sustituye al periodista”, a quien le compete autorizar la publicación de la noticia o cualquier información (*Idem*).

Si bien la participación de ciudadanos en la producción de noticias es un hecho usual en el mundo, suministrando videos, testimonios e información, también es verdad que no siempre termina en una empresa exitosa. Las redes sociales, por ejemplo, suelen estar plagadas de las denominadas “falsas noticias” que tuvieron su origen en un inquieto y desinformado usuario.

Esta idea del “periodista ciudadano” ha sido objeto de numerosas críticas, pues también sería el equivalente a tener “médicos ciudadanos” o “abogados ciudadanos”, que no tienen la formación de rigor. Es el criterio del director del Centro de Investigación de la Comunicación (CIC) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Gustavo Hernández Díaz.

Hernández señala que se están usando numerosos términos en Internet y las redes sociales, entre ellos “periodista ciudadano”, que no tienen una fundamentación sólida. En su criterio, el profesional egresado de una institución de educación tiene una formación que lo acredita para manejar la comunicación desde el punto de vista profesional, tiene principios éticos, herramientas y conocimientos sobre el área que no maneja cualquiera persona; tiene, además, una responsabilidad por lo que hace ante la sociedad. Eso lo distingue de cualquier ciudadano (Hernández, 2021).

Para Hernández Díaz todas las personas que usan las redes sociales y este tipo de tecnologías pueden generar y consumir contenidos, de allí la denominación de *prosumidores*, pero no todas tienen competencias para ejercer como profesionales del periodismo y la comunicación (*Idem*).

Sobre este tema, Hernández ya había escrito recientemente lo siguiente:

Prosumidores son los nuevos generadores de contenidos en las redes sociales. Confiesan intimidades, emociones y sentimientos. Se autodefinen periodistas ciudadanos. Informantes de aconteceres y también de banalidades. No son Comunicadores Sociales con licencia universitaria. Participan de una suerte de ciber-gramática híbrida: sticker, emoticonos, memes, selfie. La cultura de la imagen se impone a la cultura de lo escrito. Iconosfera privilegia el espectáculo y la catarsis emocional para drenar fantasías y deseos. (Hernández, 2020)

Hay quienes apuestan por una nueva especialidad profesional distante del *alma mater*. Nos referimos al “periodista ciudadano”, a veces confundido con “infoc Ciudadano”, quien podría formarse con un curso de unas pocas semanas en realización de videos con teléfonos inteligentes [...]

El periodista Carlos Chirinos también aprecia una diferencia importante entre los profesionales y quienes no lo son:

Aquí entra el desafío de los ‘infoc Ciudadanos’ que le quitaron el monopolio de la comunicación que tenían los medios. La competencia en este ambiente democratizado de información hace que los periodistas tengan que pelear a veces con una mano amarrada a la espalda. Un profesional que se desempeña en un medio no está en capacidad de difundir en sus redes las versiones no corroboradas, teorías conspirativas o a veces simples chismes que circulan en redes. Es posible que ese autocontrol termine haciéndole perder público, la ansiada viralidad. Pero la función del periodista no es necesariamente llegarle a muchos, sino llegar con la mejor información a la mayor cantidad de gente que le sea posible. Ojo, que eso no quiere decir que no haya ‘infoc Ciudadanos’ responsables o valiosos. De hecho, muchas historias empiezan saliendo de esas fuentes que se ven en Twitter o Facebook y que permiten al periodista enterarse de cosas porque gente directamente afectada está hablando de ellas. (Chirinos, *op. cit.*)

DOSSIER

**TITULARSE PARA EJERCER:
UNA VIEJA POLÉMICA**

Internet y las redes sociales han resucitado un viejo debate en torno a la obligatoriedad de tener la licenciatura para ejercer como periodista o comunicador social profesional. La discusión no es del todo nueva.

En algunos medios de comunicación estadounidenses, por ejemplo, no son una rareza los reporteros empíricos, que no pasaron por el aula mater, caso de *The Wall Street Journal*, uno de los medios más importantes en economía y finanzas.

En el caso de Venezuela, el país está lejos de las transformaciones científicas y tecnológicas que se están dando en otras latitudes. También es cierto que la crisis económica ha provocado una histórica diáspora de profesionales, la cual debe ser compensada en los próximos años.

Una corresponsal de una agencia estadounidense que despacha desde Caracas nos dice que la titulación no es importante, “[...] lo relevante es que los reporteros sean buenos redactores, estén bien informados, hablen varios idiomas, tengan buenas fuentes y manejen tecnologías”.

Sobre esta realidad, Carlos Chirinos ofrece una aclaratoria:

En EEUU no hay que ser periodista o comunicador para ejercer. De hecho, muchos de los que trabajan en medios son personas graduadas originalmente en otras carreras que se especializan después en periodismo y/o escritura haciendo masters o cursos de actualización y que empiezan a meterse en los medios. Eso les da la ventaja de conocer áreas específicas, como leyes o economía, y usar esos conocimientos para el trabajo de difusión. Claro que eso es posible por el alto grado de especialización que permiten muchos grandes medios. (Chirinos, *op. cit.*).

La formación profesional en periodismo comenzó en Estados Unidos, en 1869, mientras que en América Latina el proceso vio luz en los años 40 del siglo XX. Con el tiempo, en países

como Venezuela surgió un candente debate en torno a la obligatoriedad de titularse para ejercer, cosa que afectaba a aquellos reporteros que no habían pasado por los salones de clase, pero por pura pasión, experiencia y oficio habían dado sabor tanto a las páginas de los diarios como a los noticieros de radio y de televisión. Al pasar los años se logró una solución salomónica: la homologación. Los no graduados fueron acreditados como profesionales que podrían ejercer. Pero en adelante, la licenciatura sería obligatoria.

Tal vez hay algo de esto en la actual coyuntura, cuando se discute acerca del “periodista ciudadano” y el “infoc Ciudadano”: personas que por oficio, pasión y experiencia creen que ejercen como periodistas o comunicadores profesionales en empresas, medios, redes sociales y se han hecho merecedoras (al igual que ciertos *influencers*) de cierto prestigio en una sociedad como la venezolana, aturdida por una devastadora crisis y a menudo en estado de anomia, sin rumbo, llena de desesperanza.

Un estudio de 2016 reveló que de 390 estudiantes de comunicación social de cuatro universidades venezolanas (UCV, UCAB, ULA, LUZ), el 76,2 % veía con buenos ojos la titulación, mientras que 19,7 % estaba *algo en desacuerdo*, 2,3 % *en desacuerdo* y 0,3 % *muy en desacuerdo* (Calderón, Calderín, Páez *et al.*, 2016). Aunque la mayoría avalaba la formación universitaria y la respectiva licenciatura, es un hecho que más del 20 % no la veía como indispensable. No es una cifra despreciable. ¿Por qué?

Quizás porque para muchos de estos jóvenes la experiencia laboral ha sido mucho más significativa que las aulas de clase, sobre todo en aspectos técnicos y de producción que muchas veces no pueden aprenderse en el recinto académico debido a la carencia de equipos, docentes y recursos económicos. Incluso, existen otras investigaciones que revelan que para 2010 ya existía un importante grado de insatisfacción respecto a los aspectos tecnológicos de la formación universitaria de comunicadores, caso de la Universidad de Los Andes de Táchira (Vivas; Ravenna: 2010). Otros datos relevantes de este estudio son el escaso nivel de satisfacción de los

estudiantes con los futuros centros de trabajo (63,4 % entre *muy insatisfechos* e *insatisfechos*) y la poca pertinencia de los estudios con la realidad laboral del país (56,1 % entre *muy insatisfechos* e *insatisfechos*) (*Idem*).

Si esta insatisfacción existía hace diez años, qué pensar ahora después de un proceso de depauperación económica y crisis general profundizada en el país, en todos los órdenes, en un momento en el cual la “disrupción” provocada por las innovaciones tecnológicas tiende a generar brechas más grandes entre el aula de clases y el mercado laboral, entre el recinto académico y la realidad cotidiana.

NUEVAS DEMANDAS, NUEVAS REALIDADES

En los últimos años, a escala global ha habido un crecimiento sostenido de la demanda y la oferta de estudios de grado en campos como la inteligencia artificial, la robótica, el manejo de datos y otras opciones que son parte de la denominada cuarta revolución industrial.

En Europa, por ejemplo, los campos profesionales en boga son la administración y dirección de empresas, la ciencia y la tecnología y la salud. “Todo lo que tiene que ver con la inteligencia artificial, el big data, el blockchain, la computación en la nube, el Internet de las cosas (IoT), la digitalización, la tecnología, en definitivas cuentas, va a ser el trabajo del futuro”. Es lo que sostiene Miguel Carmelo, consejero delegado (CEO) y presidente de la Universidad Europea (UE), entrevistado por *El País* (Fanjul, 2019).

En España se habla de la creciente demanda de expertos en tecnología blockchain, expertos en UX, en *project management*, profesionales en *growth hacking* (profesionales especializados en aplicar técnicas de *marketing*), *digital business analytics & big data*, entre otros oficios o profesiones. (Saldaña, 2021).

El panorama en Estados Unidos no es muy diferente. Las estadísticas y proyecciones oficiales indican que entre 2019 y 2026 las prioridades del mercado laboral serán las siguientes: instalador de placas solares fotovoltaicas, técnicos de turbinas eólicas, asistentes de salud en el hogar y cuidado personal, asistente médico, enfermera practicante, estadísticos y matemá-

ticos, asistente y ayudante de fisioterapia, desarrollador de programas informáticos y de aplicaciones, reparador de bicicletas, asistente médico, fisioterapeutas, terapeutas de masaje, entre otras. (Rodríguez, 2019) Al parecer, el periodismo y oficios asociados a comunicación (salvo *marketing* en redes sociales) tampoco aparecen en las opciones más demandadas ni las mejor remuneradas.

Es probable que la profesión de comunicador y/o periodista se reinvente, se transforme en algo completamente diferente a lo que hemos conocido hasta ahora. ¿Es descabellado pensar que pueda desaparecer o termine en otra cosa? No lo sabemos, todo es posible.

En el caso de Venezuela, el país está lejos de las transformaciones científicas y tecnológicas que se están dando en otras latitudes. También es cierto que la crisis económica ha provocado una histórica diáspora de profesionales, la cual debe ser compensada en los próximos años. De manera que se necesitarán más educadores, médicos, enfermeros e incluso personal de seguridad y emergencias (policías, bomberos) que periodistas y comunicadores.

A escala global, el periodista o comunicador se orientará hacia nuevos nichos que están comenzando a desarrollarse: programación, big data, inteligencia artificial, realidad aumentada, robótica, androides. Hay casos como el del criminólogo venezolano Giancarlo Fiorella, quien ha trabajado en Bellingscat (Canadá) en el análisis de fotografías publicadas en el ecosistema digital. Su trabajo no es periodismo pero se relaciona con este. Es un ejemplo de nuevas oportunidades que no coinciden con los perfiles profesionales de periodistas y comunicadores que se manejan en la actualidad en Venezuela ni en otros países.

Carlos Chirinos piensa que:

[...] las carreras tecnológicas están teniendo un gran momento de demanda. Todo lo que tiene que ver con la experiencia del usuario y el diseño de producto son profesiones de moda y mejor remun-

DOSSIER

neradas que el periodismo. Es ideal para un periodista contemporáneo tener al menos rudimentos técnicos (no tiene que ser un programador, si no quiere serlo) Eso le permite meterse en esas otras zonas del periodismo que el ambiente digital está abriendo. (Chirinos, *ob. cit.*)

Es probable que la profesión de comunicador y/o periodista se reinvente, se transforme en algo completamente diferente a lo que hemos conocido hasta ahora. ¿Es descabellado pensar que pueda desaparecer o termine en otra cosa? No lo sabemos, todo es posible. En estas circunstancias, las universidades tienen que revisar seriamente sus respectivas ofertas de estudio y ajustarse a las nuevas realidades en ciernes así como manejar importantes elementos como son la incertidumbre y la flexibilidad al momento de definir los perfiles profesionales del futuro.

HUMBERTO JAIMES QUEROS

Profesor e Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación (UCAB).
Profesor de pregrado y posgrado en la Universidad Católica Andrés Bello.

Referencias

- AGUIRRE, Jesús María (2004): "Atisbando el futuro de nuestras comunicaciones". En: *Los medios de comunicación social de Venezuela. Historia mínima*. Caracas: Funtrapet. Pp. 193-221.
- _____ (1998). "Evaluación de la investigación de la comunicación en las universidades venezolanas". En: *Revista Latina de Comunicación Social*, disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/15acioguirre1.htm>.
- AGUIRRE, Jesús María; BISBAL, Marcelino; QUIÑONES, Rafael (2012): Los medios de comunicación social en Venezuela: de los medios a las redes. Temas de Formación Sociopolítica. Caracas: Centro Gumilla/UCAB.
- ARCILA CALDERÓN, Carlos (coordinador) (2008): *Comunicación digital y ciberperiodismo. Nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales*. Serie Mapas de la Comunicación, UCAB.
- ARCILA CALDERÓN, Carlos; CALDERÍN RUIZ, Mabel; PÁEZ, Ángel; TOVAR, Roximar; OLLER ALONSO, Martín (2016). "Venezuela perfil, hábitos de consumo mediático y futuro profesional de los estudiantes de periodismo y comunicación social". En: *Los periodismos latinoamericanos: identidades en las diferencias*. Konrad Adenauer Stiftung/Infocidadana. Centro para la Información Ciudadana. Montevideo. pp. 132-142. Recuperado en: https://issuu.com/saladeprensa/docs/el_periodismo_por_los_periodistas._perfiles_profes
- ATHAYDES, A., MOLLEDA J.C., MORENO, A., SUÁREZ A. M., et al. (2017): *Latín American Communication Monitor 2016-2017. Tendencias en Comunicación Estratégica. Big Data, Automatización, Engagement, Influencers, Coaching y Competencias. Resultados de una Encuesta en 17 países*, Madrid: Euprera/DIRCOM.
- BISBAL, Marcelino (2010): *El siguiente nivel. Reflexiones –desde el postgrado– para pensar la formación del comunicador social*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- CANIZÁLEZ, Andrés (1991): *Los medios de comunicación social en Venezuela*. Curso de Formación Sociopolítica. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- CHIRINOS, Carlos (2021): Comunicación personal. Julio.
- CHIRINOS, Exequiades; TORRES SALAS, Lina (2013): *Bienvenido ciberperiodismo*. Universidad del Zulia, Escuela del Vicerrectorado académico. Consejo de Publicaciones de LUZ. Mérida: Colección Textos Universitarios.
- CODINA, Lluís; VÁLLEZ, Mari (2018): "Periodismo computacional: evolución, casos y herramientas". En: *El profesional de la información*, v. 27, n. 4. Pp. 759-768.
- DELGADO FLORES, Carlos (coordinador) (2008): *Tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. Serie Mapas de la Comunicación. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello-El Nacional.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar (1988): *40 años de Comunicación Social en Venezuela*. Caracas: Congreso de la República.
- FANJUL C. Sergio (2019): "Las carreras más demandadas en un mundo cambiante". En: *El País*, 22 de junio. Recuperado en: https://elpais.com/elpais/2019/06/20/actualidad/1561042048_006142.html
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2017): *La Investigación en comunicación social*. Colección Cátedra. Caracas: abediciones/ Universidad Católica Andrés Bello.
- _____ (2021): Comunicación personal.
- _____ (2020): "Planeta covid-19, Educación, comunicación y cibercultura". En: revista *Temas de Comunicación*, N° 40, Semestre enero-junio. Pp. 22-32.
- JAIMES, Humberto (2010): "Exceso de comunicadores sociales". En: el blog: *Comunicación y otras especies*. Recuperado en: <https://humbertojaimesq.wordpress.com/2020/05/19/exceso-de-comunicadores-sociales/>.
- LINARES, Albinson (2014): "Hay que cerrar las escuelas de comunicación y refundarlas". En: *Prodavinci*, 14 de julio. Recuperado en: <http://prodavinci.com/2014/07/14/actualidad/antonio-pasquali-hay-que-cerrar-las-escuelas-de-comunicacion-y-refundarlas-una-entrevista-de-albinson-linares/>
- OPPENHEIMER, Andrés (2018): *¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajo en la era de la automatización*. México: Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. de C.V
- RODRÍGUEZ, María (2019): "Las 10 profesiones con mayor crecimiento demandan de trabajo en EE.UU". 5 de septiembre. Recuperado en: <https://www.thoughtco.com/profesiones-con-mayor-futuro-en-eeuu-1965575>.
- Reuters (Agencia de noticias) (2013). "Premio Nacional de Periodismo para Chávez desata polémica en Venezuela", 28 de junio. Recuperado en: <https://www.reuters.com/article/latinoamerica-politica-venezuela-medios-idLTA-SIE95R01F20130628>

- RINCÓN, Omar (2014): “Buenos periodistas, malos medios”. En: *Nueva Sociedad*. Tema Central Nuso N° 249 / Enero-Febrero. Recuperado en: <https://nuso.org/articulo/buenos-periodistas-malos-medios/>
- SALDAÑA, Cristina (2021): “Carreras futuristas preparadas para el mundo real”. En: *El País*, 18 de mayo. Recuperado en: <https://elpais.com/educacion/2021-05-15/carreras-futuristas-preparadas-para-el-mundo-real.html>
- TORREALBA, Mariela (2015): “Las publicaciones de la ECS-UCV: Revisarnos para reinventarnos”. En: *Quórum Académico*, vol. 12, núm. 1, enero-junio. Pp. 102-135. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- VIVAS, M. y RAVENNA, R. (2010): “Jóvenes que estudian para ser comunicadores: un estudio de la satisfacción de los estudiantes con la Carrera de Comunicación Social”. En: *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 3 (1), Artículo 9. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/pdf/5115/511555569010.pdf>
- “Más de 600 medios de comunicación han cerrado en el país” (2019): *La Prensa de Lara*, 31 de diciembre. Recuperado en: <https://www.laprensalara.com.ve/nota/10507/2019/12/mas-de-600-medios-de-comunicacion-han-cerrado-en-el-pais>