

Claves del nuevo periodismo

GUADALUPE FERNÁNDEZ

Escribe regio, pero es brillante investigando. Ese, podría ser el perfil de un periodista que ocupa una redacción 2.0.

Cuando en los albores de la historia, el periodista era un homónimo de Sherlock Holmes, que con o sin pipa iba tras las pistas de una noticia recorriendo calles, hurgando documentos en papel y quemando las líneas telefónicas, la buena pluma era una condición, no una cualidad.

Hoy, la capacidad de hundirse en la Web, de ir tras de la noticia virtual es un requisito indispensable que, en ciertas ocasiones, no necesariamente va acompañado de una erudición en la redacción.

En este panorama, los periodistas deben tener habilidad virtual, buenos contactos y saber reconocer una buena fuente de información. Las redes sociales invaden el oficio y deponen los límites entre el comunicador y la información.

La gran discusión: la comunicación mediada. La noción de noticia remite a un hecho que afecta según el grado de cercanía. Si tiembla el piso, hoy ya no se le pregunta al portero del edificio. Se enciende Twitter y sale un mensaje directo al universo virtual esperando que algún internauta ofrezca una respuesta.

Ya no hay límites de tiempo ni lugar. No hay teletipo. Hay dispositivos móviles que crean un mundo hiperconectado.

En una nueva tendencia, surge el periodismo de datos que revoca la figura del profesional bohemio que juega con la palabra. Ahora, las cifras y estadísticas son su aliado principal en la concepción de la información.

Otro gran vuelco: los multimedios. Ser todos para uno y uno para todos. Escribir, grabar, filmar, fotografiar. Todo en uno.

Gloriosos fueron Jerry Siegel y el dibujante Joe Shuster cuando en 1932 crearon el cómic Superman. Ellos sí que fueron visionarios. Clark Kent representó el origen del nuevo periodismo, este que hoy vemos, que exige entre otros requisitos excluyentes ser un superhéroe.