

Universidad del Salvador
Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social
Licenciatura en Periodismo

Tesis monográfica

La construcción de la imagen del periodista
Contraste entre la construcción desde el Social Media y la literatura argentina
del siglo XX

Realizado por: Marcelo Roberto Maccio.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Directora de la carrera de Periodismo: Prof. Lic. Ana Laura García Luna.
Tutor de la tesis monográfica: Prof. José Costa.
Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza.
Asignatura: Tesina.
Cátedra: Prof. Lic. Erica Walter y Prof. Leonardo Cozza.

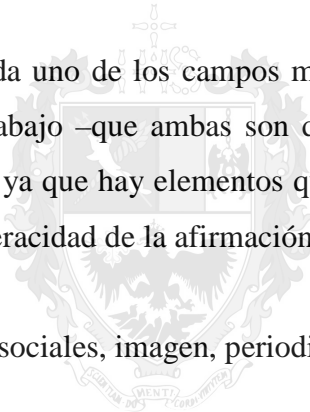
Abstract: El siguiente trabajo busca encontrar y contrastar la imagen del periodista que se encuentra en la literatura argentina del siglo XX con la existente en las plataformas sociales; para poder establecer diferencias o constancias en los rasgos constitutivos del trabajador de prensa y su labor.

Para realizar el presente trabajo se dividieron ambos campos de estudio. Para el literario, se seleccionaron tres obras que distan entre sí para tener visiones diferentes; y tras su análisis se sumó la visión de personas involucradas con la literatura argentina.

En cuanto al social media, se realizaron seis entrevistas de acuerdo a tres categorías conformadas, excluyentes entre sí; opiniones que fueron sumadas a un trabajo de campo, y la visión de otros autores que abordaron el tema.

Tras hallar las imágenes en cada uno de los campos mencionados, se contrastaron los resultados y la hipótesis del trabajo –que ambas son diametralmente opuestas-, se ve corroborada de manera parcial; ya que hay elementos que refutan esta idea, y otros que en mayor parte determinan la veracidad de la afirmación hipotética.

Palabras clave: literatura, redes sociales, imagen, periodista.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

A mi familia, por dejar que el tiempo corra sin presiones hasta que el trabajo decante y de sus frutos. A los amigos, por estar siempre y apoyar de manera incondicional. A los colegas que aportaron su visión; y a quienes de una u otra forma estuvieron presentes a lo largo de todo el tiempo que tardó este trabajo en ver la luz.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Índice.

Introducción	7
Hipótesis	11
Capítulo 1	
Imagen del periodista. Significado.....	12
La construcción de la verdad.....	12
La palabra y el lenguaje.....	15
El aporte del periodismo a la construcción de realidades.....	16
Qué entendemos por periodismo.....	17
Social media: el concepto de compartir.....	17
La inteligencia colectiva.....	19
Como el periodismo construye la realidad.....	20
Agenda setting.....	20
A futuro: como el 2.0 afecta al periodismo.....	21
El personal branding en las redes sociales.....	22
Capítulo 2	
Qué es la literatura.....	25
La literatura y su relación con la realidad.....	25
Las obras y autores analizados.....	26
Asalto al paraíso, de Marcos Aguinis.....	27
Los Suicidas, de Antonio Di Benedetto.....	30
El vuelo de la reina, de Tomás Eloy Martínez.....	36
Otras visiones.....	41
Aproximación a la imagen del periodista en la literatura argentina del SXX.....	46
Capítulo 3	
De qué hablamos cuando hablamos de social media.....	51

Twitter y Facebook frente a frente. Paladar de periodistas.....	52
Nociones básicas sobre Twitter.....	54
Otras consideraciones.....	56
Qué es ser periodista.....	57
El periodista se vuelve noticia.....	64
Majul y Aníbal Fernández. Odios que benefician a ambos.....	66
Horizontalidad. De la vertical a la telaraña.....	67
Twitter, la puerta a un periodismo más colaborativo.....	71
Algunos casos de periodismo colaborativo.....	75
El periodismo social es el nuevo perro guardián.....	79
El periodista como marca propia.....	85
Yo, tú, él, nosotros, ellos. Los responsables del contenidos de los periodistas en las redes sociales.....	89
La ideología a flor de piel.....	91
Lo público y lo privado, ¿existen?.....	96
Una experiencia en primera persona.....	101
Diego Santilli y Nancy Pazos ¿público lo privado?.....	103
Lo online y offline en otros tiempos: el caso Walsh.....	104
Twitter, nuestro foro romano.....	107
Hacia dónde camina el periodismo.....	111
Cambio continuo VS cambio rupturista.....	114
Aproximación a la imagen del periodista en el social media.....	115
Capítulo 4	
Contraste entre la imagen del periodista en la literatura argentina del SXX y la imagen del periodista en el social media.....	118
Conclusión	122
Bibliografía	

Libros.....	124
Otras fuentes.....	125

Anexo

Entrevista Cecilia Saia.....	I
Entrevista Christian Nobile.....	II
Entrevista Claudia Piñeiro.....	VI
Entrevista Fabio Baccaglioni.....	IX
Entrevista Hugo Alconada Mon.....	XII
Entrevista Irene Márquez.....	XVII
Entrevista Joan Jiménez.....	XVIII
Entrevista Roberto Guareschi.....	XIX
Entrevista Roberto Macció.....	XXV
Entrevista Vanina Berghella.....	XXX



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción.

El presente trabajo aborda el periodismo y al periodista desde dos distintos lugares: las redes sociales y la literatura. Estas dos grandes esferas contienen elementos que a priori los emparentan y los separan por igual, pero comparten un módulo que los une de manera natural: la palabra.

El periodismo, por su parte, se ha encargado a lo largo de su existencia de abordar de distinta manera diferentes hechos y temas de acuerdo al contexto particular de cada época y el interés particular de cada medio. De la misma forma, la literatura ha logrado tomar temáticas tan diversas como autores han escrito, haciéndolo, además, de maneras disímiles entre todos ellos.

Existe, de todas formas, un tema particular que ha sido objeto tanto de la prensa –en sus versiones gráfica, radial, televisiva y web-, como de la literatura: el periodismo y el periodista.

En más de una ocasión puede verse en los medios artículos –o informes- referidos al periodismo y el rol del periodista en la sociedad, en un contexto determinado. Cuales son sus funciones y cómo debe ser el desempeño de éste.

En la actualidad incluso, el debate sobre los medios y los periodistas se ha convertido en un tema transversal que cruza a los partidos políticos, organizaciones sociales, organizaciones no gubernamentales y la ciudadanía en su conjunto.

Con el avance de Internet y las nuevas prestaciones que ésta presenta, los periodistas han avanzado en el uso de plataformas 2.0 y los llamados Social Media; y en el recorrido de la implementación un tema que ha sido abordado es, nuevamente, el periodismo y el rol del periodista.

Para entender a qué nos referimos cuando se habla de Social Media, en la visión de Kaplan y Haenlein son "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan

sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario"¹

Tomando el concepto de generación de contenido por parte de los usuarios, y al existir una multiplicidad de voces en la red de redes, puede observarse que las personas que abordan una temática varían no sólo en la importancia que tienen y con que lo hacen, sino también la forma en que lo llevan adelante. De esa manera encontramos que han escrito sobre el tema tanto periodistas como sociólogos, políticos, bloggers o simples internautas; haciéndolo, entonces, desde distintos puntos de vista y con diferentes niveles de profundidad.

Por el otro lado, la literatura ha avanzado sobre el tema del periodismo de distintas formas. Por un lado existen vastos ejemplos de piezas que tienen a un periodista como protagonista, como en el caso particular de Hay unos tipos abajo, de Antonio Dal Masetto o Asalto al paraíso, de Marcos Aguinis; pero existen también otras obras en las que el periodismo se transforma casi en la trama principal, como puede ser Diario de la Argentina, de Jorge Asís.

El periodismo, pero también el desarrollo de éste como profesión, incluso desde una visión deontológica, son temas recurrentes, como hemos comprobado, tanto en el periodismo como en la literatura argentina –y mundial también-, y esa multiplicidad de voces se ha amplificado con la irrupción de las recientes plataformas sociales y nuevas herramientas de Internet.

Por ello, al haber una multiplicidad de voces que toman estos temas para su análisis es que no puede afirmarse que existe una única imagen de cómo es el periodista y como desarrolla sus funciones, incluso ni siquiera hay acuerdo en cuáles son las funciones del periodismo en general; sino que sucede lo que sostienen Peter Berger y Thomas Luckmann, es decir, que “la realidad se construye socialmente”.²

¹ Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media”. Disponible en Internet en <http://ideas.repec.org/a/eee/bushor/v53y2010i1p59-68.html>. Consultado 22 de junio de 2010.

² Berger, Peter y Luckmann, Thomas. La construcción social de la realidad. Madrid, Amorrortu Editores, 1968. Pág. 11.

Esta construcción social se comprende con las distintas opiniones que se fueron acumulando con el paso del tiempo, por lo que es evidente que el resultado de dicho proceso también ha ido variando y mutando dependiendo el momento histórico y el contexto particular.

Por ello mismo es que si se necesita dar una definición certera y precisa sobre lo que es el periodismo, su función y el ejercicio de la misma por parte del periodista; la existencia y convivencia de varios conceptos y definiciones obliga a no poder dar una respuesta particular, sino que obliga a hablar de una “imagen del periodista” y una “imagen del periodismo”, que se construye teniendo en cuenta todas las voces existentes hasta el momento.

Por presentar algunos ejemplos de ello; y teniendo en cuenta que el trabajo se centra en los corpus de la literatura argentina y de las redes sociales y nuevas plataformas; citaremos el caso del libro de Tomás Eloy Martínez, *El vuelo de la reina*, en el que el personaje principal, Camargo, editor de un diario, se muestra poderoso debido a su trabajo, y cree que con un titular de tapa del medio en el que trabaja se “develaría, sin duda, la punta del ovillo de la corrupción: el contrabando de armas, la razón del suicidio...”³, y muestra, como orgullo y característica del personaje “no equivocarse cuando todos se equivocaban”⁴.

Desde el lado del Social Media, el español Joan Jiménez asegura que “las personas hacen las marcas”⁵, y profundiza su pensamiento al afirmar “yo soy una persona, pero a la vez soy una marca y un medio de comunicación”⁶.

Desde el periodismo gráfico puede citarse a Mariano Grondona, opinando que “el periodismo debe ser distante de los políticos, claro que a veces si uno los critica pasa a ser un enemigo y si los elogia, enseguida ellos creen que somos propia tropa”.⁷

³ Martínez, Tomás Eloy. *El vuelo de la reina*. Buenos Aires, Punto de lectura, 2007. Pág. 49.

⁴ *Ibidem*.

⁵ Jiménez, Joan. “Directivos miopes. La Pirámide de Fairbanks”, disponible en Internet en <http://www.joanjimenez.com/new/2010/06/directivos-miopes-la-piramide-de-fairbanks> Consultado el 29 de junio de 2010.

⁶ Jiménez, Joan. “Buena fuente 710 - 5/6 (Berto + Juan Faerman & Joan Jiménez)”, disponible en Internet en <http://www.youtube.com/watch?v=j2an706jyt0&feature=related>. Consultado el 10 de junio de 2010.

Debido a esta multiplicidad de voces que se expresan desde distintos ámbitos –aunque nos centraremos en los dos ya mencionados-, es que nos es posible contrastar las definiciones, insinuaciones y pensamientos que se encuentran volcados en cada uno de estos corpus y llegar a un resultado que explique como se construye la imagen del periodista.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

⁷ Grondona, Mariano. “El kirchnerismo tiene una intolerancia absoluta con el periodismo”. Disponible en Internet en <http://www.lanacion.com.ar/983216-el-kirchnerismo-tiene-una-intolerancia-absoluta-con-el-periodismo>. Consultado el 2 de agosto de 2013.

Hipótesis

La imagen del periodista existente en la literatura argentina del siglo XX difiere diametralmente a la existente en la actualidad en los medios de comunicación social (Social Media).



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Capítulo 1.

Imagen del periodista. Significado.

Al fin de corroborar la hipótesis planteada en el presente trabajos se delimitarán las áreas sobre las cuales se trabajará desde una perspectiva teórica.

Al mencionar en más de una ocasión la noción de <imagen del periodista>, es preciso explicar estos términos. Al no existir una definición precisa que se plantee como verdad absoluta y objetiva de lo que es el periodista y el periodismo, es necesario hablar de una <imagen del periodista>, construida a partir de diferentes visiones. Estas distintas aproximaciones se constituyen como verdades relativas, puesto que el relativismo “considera que la verdad depende o está en relación con el sujeto, persona o grupo que la experimenta”⁸. Para la corriente relativista, entonces, “existen muchas verdades acerca de las cosas, al menos tantas como personas creen tener un conocimiento de ellas”⁹.

Desde la filosofía, Friedrich Nietzsche también ha abordado el tema de la creación de los conceptos, y considera que “todo concepto se forma por equiparación de casos no iguales”¹⁰, y agrega que “la omisión de lo individual y de lo real nos proporciona el concepto”¹¹.

La construcción de la verdad.

Pero qué hace que un concepto sea verdadero y utilizable como tal. Nietzsche también aborda la construcción de la verdad, y detalla:

¿Qué es entonces la verdad? Una hueste en movimiento de metáforas, metonimias, antropomorfismos, en resumidas cuentas, una suma de relaciones humanas que han sido realzadas, extrapoladas y adornadas

⁸ Sin autor. “Relativismo”. Disponible en Internet en <http://www.e-torredebabel.com/Historia-de-la-filosofia/FilosofiaGriega/Presocraticos/Relativismo.htm>. Consultado el 22 de septiembre de 2010.

⁹ Ibidem.

¹⁰ Nietzsche, Friedrich. Sobre verdad y mentira en sentido extramoral. Madrid, Tecnos, 1996. Pág 23.

¹¹ Ibidem. Pág 24.

poética y retóricamente y que, después de un prolongado uso, un pueblo considera firmes, canónicas y vinculantes; las verdades son ilusiones de las que se ha olvidado que lo son; metáforas que se han vuelto gastadas y sin fuerza sensible, monedas que han perdido su troquelado y no son ahora ya consideradas como monedas, sino como metal.¹²

La definición del autor alemán deja en claro que es la verdad una construcción colectiva; y debido a que se construye de este modo, explica la filosofía nietzschiana que no existen los hechos o los conceptos totales, sino las distintas interpretaciones sobre ese hecho o noción.

Podría decirse, entonces, que los conceptos de periodismo y periodista no existen en un modo absoluto, sino como suma de concepciones individuales, que convierten a estos casos singulares no iguales en nociones verdaderas utilizables como tales.

Desde la neurociencia, el investigador del CONICET Facundo Manes asegura que “cuando se trata de inteligencia, la totalidad puede ser mayor a la suma de sus partes”¹³; y explica un estudio realizado por el Massachusetts Institute of Technology (MIT) que

Exploro la existencia de una inteligencia colectiva entre grupos de personas que colaboran bien entre sí, y demostró que la inteligencia del conjunto se extiende más allá de la lograda a través de la suma de las capacidades cognitivas de los miembros del grupo de forma individual.¹⁴

Esto nos arroja como resultado que, si como señala Nietzsche la verdad es una construcción colectiva, dicha construcción será más completa ya que el total es mayor a la suma de las partes, como señala Manes.

El escritor y filósofo José Pablo Feinmann explica, analizando los escritos de Nietzsche y Michel Foucault, en su programa de televisión Filosofía Aquí y Ahora, otro aspecto referente a la verdad, su conformación y relativismo, en este caso, incluyendo el factor del poder. Repasemos:

¹² Ibidem. Pág. 25.

¹³ Manes, Facundo y Niro, Mateo. Usar el cerebro, Buenos Aires, Planeta, 2014. Pág. 115.

¹⁴ Ibidem.

La verdad es una conquista de la voluntad de poder. Hay cientos de verdades (...) Una interpretación no es la verdad. Hay un hecho, pero después hay veinte interpretaciones. ¿Cuál es la verdad? La verdad es la que la voluntad de poder logra imponer. O sea que hay una relación entre verdad y poder. La verdad es una creación del poder¹⁵.

Mismo sentido tiene el planteo que realizan desde la sociología social Peter Berger y Thomas Luckmann y que exponen como tesis fundamental de su libro “La construcción social de la realidad”, en el que sostienen que “la realidad se construye socialmente y que la sociología del conocimiento debe analizar los procesos por los cuales esto se produce”.¹⁶

Al interiorizarse en los conceptos de realidad y conocimiento, Berger y Luckmann los definen:

Bastara definir la “realidad” como una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos “hacer desaparecer”) y definir el “conocimiento” como la certidumbre de que los fenómenos son reales y de que poseen características específicas¹⁷

En el libro, los autores describen que “la vida cotidiana se presenta como una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente”¹⁸, de manera que plantean la existencia de realidades múltiples, pero destacan entre todas ellas, la realidad de la vida cotidiana:

“El mundo de la vida cotidiana no solo se da por establecido como realidad por los miembros ordinarios de la sociedad en el comportamiento subjetivamente significativo de sus vidas. Es un mundo que se origina en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos”.¹⁹

15 Feinmann, José Pablo. "No hay hechos hay interpretaciones" Nietzsche sobre la verdad - M.G (Ka). Disponible en internet en <https://www.youtube.com/watch?v=vtInsk2oZQw>. Consultado el 15 de agosto de 2013.

¹⁶ Berger, Peter y Luckmann, Thomas. Op. Cit. Pág. 11.

¹⁷ Ibidem. Pág. 11.

¹⁸ Ibidem. Pág. 34

¹⁹ Ibidem. Pág. 35.