Capitulo 3
Todos somos un medio de comunicación

Nuestras herramientas sociales eliminan antiguos obstáculos a la expresión pública, reduciendo así los cuellos de botella que han caracterizado a los medios masivos. El resultado es una amateurización masiva de las tareas antes reservadas a los profesionales de los medios.

Mi tío Howard era propietario de un pequeño periódico, que publicaba las noticias locales de Richmond, Missouri, un pueblito de 5000 habitantes. El periódico, fundado por mi abuelo, era el negocio de la familia, y Howard tenía tinta en las venas. Todavía recuerdo escucharlo maldecir sobre el nacimiento de *USA Today*: lo criticaba por ser "televisión en papel", presentándolo como evidencia del embrutecimiento de la cultura norteamericana. Pero Howard también entendió el desafío que *USA Today* planteaba, con sus páginas a color y su distribución nacional. El *Richmond Daily News* y el *USA Today* estaban en el mismo negocio; incluso con la diferencia de escala y alcance, Howard inmediatamente entendió lo que *USA Today* pretendía.

A pesar de la obsesión de mi tio, *USA Today* no resultó ser la amenaza que los periódicos pequeños temían. Le quitó algo de cuota de mercado a otros diarios, pero el efecto no fue catastrófico. Lo que si fue catastrófico era un cambio menos visible, pero más importante, que estaba ganando impulso cuando se lanzó *USA Today*. La amenaza principal para el *Richmond Daily News*, y para todos los periódicos grandes o pequeños, no era la competencia de otros diarios, sino los cambios radicales en el ecosistema global de la información. La idea de que alguien pudiera construir imprentas a cuatro colores que funcionaran durante todo el día era algo fácil de comprender. La idea de que la trasmisión de noticias en papel podía convertirse en algo del pasado, y que todas esas enormes, ruidosas imprentas parecieran motores de vapor en la era de la combustión interna, era casi imposible de aprehender. Howard podía imaginar que alguien hiciera lo que él hacía, pero mejor. Lo que no podía imaginar era alguien que convirtiera lo que él hacía en algo obsoleto.

Mucha gente en el negocio de los periódicos, la misma que se preocupaba sobre los efectos que tendría la competencia de diarios como *USA Today*, no le dio importancia a la Internet. Para gente con una perspectiva profesional, era difícil entender como algo que no estuviera producido profesionalmente pudiera afectarlos –Internet no era un periódico, ni un negocio, ni siquiera una institución. Había un sesgo narcisista en la profesión del periodista: las únicas amenazas que tomaban en serio eran otros medios, como la TV, la radio u otros diarios. Este sesgo hizo que no se percataran de la amenaza cuando los amateurs empezaron a producir material por cuenta propia. Incluso a medida que sitios como eBay y Craigslist empezaron a llevarse gran parte de los anuncios que mantenían a los periódicos rentables (búsquedas laborales, clasificados, avisos inmobiliarios) y los weblogs le permitían a la gente publicar sus contenidos al mundo gratis, los ejecutivos de todos los diarios del mundo fueron muy lentos para entender el cambio que se avecinaba, y aún más lentos para reaccionar. ¿Como pudo haber pasado esto? ¿Cómo pudo la industria del periódico no ver un desafío tan grande y obvio como este? Para contestar esto hace falta ver el reverso de la obsesión de Howard con *USA Today*, y echar un vistazo a la naturaleza limitada, auto-referencial del profesional.

Una profesión existe para resolver un problema difícil, algo que requiere algún tipo de especialización. Conducir un auto de carreras requiere entrenamiento especial: por tanto, los conductores de autos de carrera son profesionales. Conducir un auto común, por otro lado, no requiere que el conductor pertenezca a una profesión en particular, porque es lo suficientemente simple como para que la mayoría de los adultos pueda hacerlo con un entrenamiento básico. La mayoría de las profesiones existen porque hay un recurso escaso que requiere gestión permanente: los bibliotecarios son los encargados de organizar los libros en los estantes, y los ejecutivos de los periódicos son responsables de decidir que se publica en la primera página. En ambos casos, los profesionales se convierten en guardianes (*gatekeepers*), al mismo tiempo proveyendo y controlando el acceso a la información, el entretenimiento, la comunicación u otros bienes intangibles.

Rotular algo como una profesión significa definir los modos en que es más que un trabajo. En el caso de los periódicos, el comportamiento profesional esta guiado al mismo tiempo por un imperativo comercial y por un conjunto de normas adicionales sobre lo que los periódicos *son*: quienes deben ser sus empleados, qué significa hacer buen periodismo, etc. Estas normas no son impuestas por los clientes, sino por otros profesionales. La clave de cualquier profesión esta en las relaciones entre sus miembros: lo que guía y orienta a los profesionales no es sólo el servicio al público. Como el sociólogo de UCLA, James Q. Wilson describe en su *Bureaucracy*: *"Un profesional es alguien que recibe una importante recompensa simbólica de parte de un grupo de referencia cuyos miembros están limitados a individuos que tuvieron una educación formal especializada, y que han aceptado un conjunto de reglas de conducta definidas a nivel grupal".* Más allá de esta definición compleja, las dos ideas principales aplican a los editores de diarios (así como a periodistas, abogados y contadores): un profesional aprende de un modo que lo diferencia del resto de la población, y presta tanto o más atención al criterio de sus pares para hacer su trabajo que al criterio de sus clientes.

Una profesión se convierte así, para sus miembros, en un modo de entender el mundo. Los profesionales ven el mundo a través de un lente creado por otros miembros de su profesión: para los periodistas, la satisfacción de ganar un Premio Pulitzer tiene que ver, sobre todo, con ser reconocidos por otros profesionales.

La mayor parte del tiempo la coherencia interna del criterio profesional es algo bueno: no solo pretendemos altos estándares de educación y competencia para un profesional, sino que también queremos que esos estándares sean creados y aplicados por otros miembros de la misma profesión. Esta es la definición misma de profesional. Sin embargo, a veces, la perspectiva profesional puede convertirse en una desventaja, ocultando a los mismos profesionales cambios inmensos en la estructura de su profesión. Particularmente, cuando una profesión ha sido creada como resultado de una escasez, como con los bibliotecarios o los ejecutivos de televisión, los profesionales son generalmente los últimos en darse cuenta que ya no existe tal escasez. Es mucho más fácil darse cuenta de la competencia que de la obsolescencia.

En cualquier profesión, particularmente en una que ha existido durante tanto tiempo que nadie recuerda un momento en que no haya existido, sus miembros tienen una tendencia a tomar soluciones provisorias para problemas puntuales como grandes verdades sobre el mundo. Esto es lo que está

sucediendo con los periódicos hoy en día, y con todos los medios en general. Las industrias mediáticas han sido las primeras en sufrir el colapso de los costos de comunicación. Antes era difícil mover palabras, imágenes y sonidos desde un creador a un consumidor, y la parte más costosa de la mayoría de las empresas de medios es gestionar el problema de la distribución, tanto para una imprenta como para una discográfica. A cambio de resolver este problema, las empresas pudieron ejercer mucho control sobre el contenido de los medios, y extraer considerables ganancias. La viabilidad comercial de la mayoría de los medios involucra proveer solución al problema de la distribución, así que preservar ese problema inicial se convierte en un imperativo económico. Ahora, sin embargo, el problema de la producción, reproducción y distribución son mucho menos importantes. Como consecuencia, el control sobre los contenidos ya no está completamente en manos de los profesionales.

Nuestras nuevas capacidades técnicas permiten que hoy cualquiera que posea una computadora sea capaz de producir reproductibilidad perfecta e ilimitada. Los medios digitales de distribución de contenidos le han quitado a los periódicos la coherencia que tenían, revelando al objeto físico del papel como una solución provisional: en los medios digitales, cada artículo es su propia sección. En definitiva, la pregunta que importa es cómo vamos a informar las noticias diarias a la sociedad. El periódico solía ser una respuesta bastante buena para esa pregunta, pero como todas las respuestas, depende de que otras soluciones existan al momento de hacer la pregunta. La televisión y la radio inevitablemente cambiaron el entorno en el que los diarios operaban, pero incluso entonces las noticias impresas tenían un monopolio sobre la palabra escrita – hasta que llego la Web. La Web no agrega un nuevo competidor al viejo ecosistema, como había hecho en su momento el *USA Today*. La Web crea un nuevo ecosistema.

Durante mucho tiempo hemos considerado al periódico como un objeto sensato, porque ha sido siempre estable, pero lo cierto es que no existe conexión lógica entre sus partes: artículos sobre Iraq, los resultados del baseball y anuncios publicitarios sobre cualquier cosa, desde zapatos a bienes raíces, todo conviviendo lado a lado en un paquete peculiar. Lo que le da consistencia a un diario es, sobre todo, el costo del papel, la tinta y la distribución: un periódico es cualquier conjunto de elementos impresos que un editor puede juntar y distribuir con beneficio comercial. Lo opuesto también es cierto: lo que no se incluye en un periódico son todas aquellas cosas que son demasiado costosas para imprimir y distribuir. El viejo modo de organización de los diarios – noticias del mundo mezcladas con horóscopos y publicidad de pizzerías – ha terminado. El futuro que presenta la Internet es la amateurizacion masiva de la industria editorial, y un cambio en el modo de preguntar: de *¿Por qué publicar esto?* al *¿Por qué no?*

Los dos imperativos organizacionales básicos – adquirir recursos, y usarlos para perseguir un objetivo – enfrentan a todas las organizaciones con el dilema institucional, independientemente de si su objetivo es salvar almas o vender jabón. La pregunta que la amateurización masiva le presenta a los medios tradicionales es *"¿Que pasa cuando los costos de reproducción y distribución desaparecen? ¿Que pasa cuando la publicación ya no es exclusiva, porque los usuarios pueden hacerlo por ellos mismos?"* Estamos empezando a ver la respuesta a esa pregunta.

Weblogs y Amateurizacion Masiva

Poco después de su reelección en el año 2002, Trent Lott, un senador de Mississippi que era por entonces jefe del bloque mayoritario en el Senado, dio un discurso en la fiesta de cumpleaños número 100 de Strom Thurmond. Thurmond, un senador Republicano de Carolina del Sur, se había retirado recientemente después de una larga carrera política, que había incluido una candidatura presidencial en el año 1948 con una propuesta altamente segregacionista. En la fiesta de cumpleaños de Thurmond, Lott recordaba con elogios la campaña presidencial de Thurmond de 50 años atrás, y recordaba el apoyo que Mississippi le había dado: *"Esto es lo que quiero decir sobre mi estado: Cuando Storm Thurmond fue candidato a presidente, lo votamos. Estamos orgullosos de eso. Y si el resto del país nos hubiera seguido, no hubiéramos tenido todos los problemas que tuvimos durante todos estos años"*. Dos semanas después, presionado por el entonces presidente Bush y criticado tanto por la prensa de izquierda y de derecha por su comentario, Lott anuncio que no continuaría como jefe de bancada en el Senado.

Esta hubiera sido una historia clásica de una cobertura mediática que afecta de manera negativa una carrera política – si no fuera porque la prensa no cubrió la noticia (al menos al principio). De hecho, la prensa prácticamente no presto atención a la cuestión. Esto no significa que la ignoraron de manera intencional, ni siquiera que la censuraron activamente: varios reporteros de medios nacionales escucharon a Lott hablar, pero su comentario simplemente no encajaba en la plantilla estándar de lo que denominaban "noticia". El cumpleaños de Thurmond estaba siendo cubierto como un evento social, no como uno político: por tanto, el contenido de la fiesta había sido considerado de antemano como poco importante. Una noticia que no es importante hoy tampoco va a ser importante mañana, a menos que algo haya cambiado. El cumpleaños de Thurmond fue un jueves a la noche, y la prensa le dio poca cobertura el viernes. Al no haber escrito demasiado el viernes, tampoco justificaba publicar la historia el domingo: si había poco interés el viernes, el domingo habría menos.

William O' Keefe, del Washington Post, uno de los pocos periodistas que consideraron que el comentario de Lott era importante, explica el dilema de esta manera: *"Tenía que haber una reacción"* que la cadena pudiera poner al aire junto a los comentarios de Lott*, "y nosotros no teníamos una reacción en video"* disponible del día de la fiesta, cuando la noticia todavía estaba fresca. La noche siguiente, agrega *"ya se había cumplido el ciclo de la noticia: 24 horas después de sucedido, es viejo".* Como cuando uno avisa algo tarde, publicar la historia con retraso haría necesario disculparse por la falta de reacción inicial.

Dada esta auto-censura – las noticias viejas nunca son publicadas de nuevo a menos que haya un nuevo desarrollo- lo que mantuvo la historia viva no fue la prensa, sino los bloggers liberales y conservadores, para quienes un recuerdo nostálgico de los años de segregación era mucho más importante que una aburrida fiesta de cumpleaños. Sin las limitaciones del "ciclo de la noticia", durante el fin de semana posterior a los hechos, weblogs con millones de lectores publicaron la historia, y no se limitaron solamente a reproducir los hechos: comenzaron a editorializar. Entre los bloggers había conservadores con muchos seguidores, como Glenn Reynolds con su blog Instapudit, que escribió: *"Pero decir, como dijo Lott, que el país estaría mejor si Thurmond hubiera ganado en 1948 es, bueno, prueba de que Lott no debería ser jefe del bloque mayoritario Republicano, para empezar. Y eso es solo para*

empezar. Es una opinión tan macabra y ridícula como desear que Gus Hall (un candidato Comunista a la presidencia) hubiera sido elegido". Para mayor perjuicio de Lott, otros empezaron a buscar más información. Después de que se publicara la noticia, Ed Sebesta, que mantiene una base de datos sobre comentarios relacionados con la Confederación de Estados de America, se contactó con los bloggers para darles información sobre Lott, incluyendo una entrevista de principios de los '80s en *Southern Partisan*, una revista pro-Confederación. Lo que empezó como una simple noticia social revelaba ahora décadas de decir una cosa al público en general y otra a sus seguidores.

Como la historia de Ivanna y su teléfono perdido (Capitulo 1), la incorporación de la base de datos de Sebesta en la historia involucra una conexión entre un esfuerzo individual y un interés grupal. Del mismo modo que Evan Guttman se vió beneficiado con el conocimiento técnico de sus lectores, los bloggers que publicaron la noticia sobre Lott se beneficiaron del profundo conocimiento de Sebesta sobre el pasado racista de Estados Unidos, y de su conocimiento sobre los elogios que Lott había hecho de ese pasado. Y lo que es más importante, los bloggers no tuvieron que salir a buscar a Sebesta: Sebesta los encontró a ellos. Antes de las herramientas de coordinación de nuestra generación, hubiera sido difícil que un coleccionista como Sebesta y un grupo de comentaristas amateurs como los bloggers descubrieran que tenían intereses en común. Y aún más difícil que pudieran hacer algo con ese conocimiento. Hoy, los costos de encontrar gente con intereses similares son mucho más bajos, y lo que es más importante, ya no esta en manos de profesionales.

A raíz de que los weblogs mantuvieron la historia viva, especialmente entre Republicanos libertarios, Lott eventualmente decidió reaccionar. El momento de hacerlo llego cinco días después del discurso, cuando hizo una disculpa poco sentida por su comentario, caracterizándolo como *"una mala elección de palabras"*. La declaración tenía por objetivo terminar con la cuestión, pero Lott no había tenido en cuenta cómo funciona la dinámica periodística. Una vez que Lott se disculpó, los medios pudieron publicar la noticia de la disculpa, y citar el discurso original al mismo tiempo. Solo tres medios habían cubierto el comentario original, pero una docena cubrió la disculpa el día que Lott la hizo, y 21 más lo hicieron al día siguiente. El ciclo tradicional de la noticia no aplica en esta situación: de repente, la historia se transformó de *"poco relevante"* a *"noticia de último momento"*.

Hasta hace poco, "la noticia" significaba dos cosas distintas – eventos que eran noticiables, y eventos cubiertos por la prensa. En ese entorno, lo que hacía que algo fuera noticia era el criterio profesional. El lugar de los medios informativos (la misma frase es evidencia de la escasez de instituciones que podían publicar información) era como el de ese árbitro apócrifo que dice *"Algunos lanzamientos son válidos, y otros son strikes, pero no son nada hasta que yo lo digo".* Siempre ha habido un poco de malestar respecto a este sistema, sobre la base de que algunas de las cosas que la prensa cubría no eran noticiables (un político en una inauguración) y que sucesos que si eran noticiables no eran cubiertos, o al menos no lo suficiente. A pesar de este malestar, sin embargo, el enlace principal entre lo noticiable y lo publicado se mantenía, porque parecía que no existía una alternativa. Lo que la historia de Lott nos cuenta es que ese enlace hoy está roto. De ahora en adelante, las noticias pueden irrumpir en la conciencia colectiva sin que la prensa tradicional tenga injerencia. Ciertamente, lo que puede pasar es que los medios de noticias terminen cubriendo un acontecimiento *porque* ha irrumpido en la conciencia pública por otros medios.

Existen múltiples razones para este cambio. La perspectiva profesional, que impacta en la decisión de tratar los comentarios de Lott como parte de una nota social, no se extiende a los amateurs que publican por cuenta propia. La decisión de no cubrir el comentario de Trent Lott sobre una campaña política racista demuestra un criterio común en la perspectiva de los profesionales. En un mundo donde una docena de editores, todos pertenecientes a la misma clase profesional, pueden decidir publicar o no un acontecimiento nacional, puede suceder que una noticia de interés público no sea publicada, no por motivo de una conspiración macabra, sino porque los editores tienen un punto de vista común, que está alineado con los desafíos similares que enfrentan, y con las herramientas similares que usan para resolverlos. En este sentido, la amateurización masiva de la capacidad de publicar deshace las limitaciones inherentes a tener un pequeño número de medios periodísticos tradicionales.

A medida que los multimedios veían el creciente número de material publicado independientemente en Internet, llegaron a la correcta conclusión de que el público confiaría menos en estas pequeñas publicaciones amateurs que en un medio establecido como el New York Times. Pero lo que no entendieron en ese momento, era que la facilidad para publicar contenidos hacía que hubiera cada vez mayor número de publicaciones amateurs. La misma idea, publicada en decenas o cientos de lugares, consigue un efecto de amplificación que puede darle tanto o más credibilidad que la de un medio tradicional (esto no significa que la simple repetición hace que una idea sea correcta: la publicación amateur depende de las correcciones mucho más que la prensa tradicional). No hay aquí un simple pasaje de un tipo de institución noticiosa a otra, sino que cambia la misma definición de noticia: de la noticia como prerrogativa institucional a la noticia como parte de un ecosistema comunicacional, ocupado por una combinación de organizaciones formales, colectivos informales e individuos.

Es tentador entender a los bloggers que escribían sobre Trent Lott, o a la gente que saca fotos del tsunami en Océano Indico como un nuevo tipo de periodistas. La etiqueta tiene un atractivo conceptual obvio. El problema, sin embargo, es que la profesionalización masiva es un oxímoron, desde el momento que una clase profesional implica una función especializada, una serie de competencias específicas y un número limitado de miembros. No existe ninguna de estas condiciones con los blogs de política, intercambio de fotos o el sinfín de otras herramientas de publicación disponibles en Internet. Los blogs no son simplemente medios de comunicación alternativos: son una alternativa a la noción de prensa tradicional en sí misma, en el sentido de la prensa como clase profesional y minoría. Del mismo modo en que no hace falta ser un conductor profesional para conducir, ya no hace falta ser un periodista profesional para publicar. La amateurización masiva es el resultado del aumento radical en la capacidad de expresarse, y el precedente más obvio que tenemos es el que dio nacimiento al mundo moderno: el invento de la imprenta hace cinco siglos atrás.

En defensa de los escribas

Piensen en la posición de un escriba a principios del Siglo XV. La habilidad de escribir, uno de los logros más importantes de la inventiva humana, era difícil de obtener, y por tanto, rara. Solo una pequeña parte de la población podía escribir, y la sabiduría de la humanidad estaba encerrada en frágiles manuscritos. En este contexto, un pequeño grupo de escribas llevaba adelante la esencial tarea de actualizar la memoria cultural. Copiando a mano nuevas ediciones de manuscritos existentes, hacían

algo que no podía ser hecho de ninguna otra manera. El escriba era el único bastión contra la pérdida de las ideas. Su función era indispensable, y sus habilidades irremplazables.

Ahora piensen en la posición del escriba a finales del Siglo XV. La imprenta de tipos móviles, la invención de Johannes Gutemberg a mediados del siglo había creado una reducción masiva y repentina en la dificultad de reproducir un libro escrito. Por primera vez en la historia, un libro podía ser copiado más rápido de lo que podía ser leído. Un escriba, alguien que había dedicado su vida a la literatura como una virtud esencial, tendría sentimientos encontrados sobre el significado de los tipos móviles. Después de todo, si los libros son buenos, entonces que hubiera más libros debería ser mejor. Pero al mismo tiempo, la escasez de alfabetismo era lo que daba a los escribas su importancia, y el modo de vivir del escriba estaba basado en esa escasez. De repente, las habilidades del escriba podían ser reemplazadas, y su función –hacer copias de libros- era conseguida de modo más eficiente ignorando la tradición que abrazándola.

Hay dos cosas ciertas sobre el recambio del panorama intelectual europeo durante la Reforma Protestante: primero, no fue causado por la invención de la imprenta y segundo, solo era posible si existía la imprenta, que ayudo a distribuir rápidamente las ideas de Martin Lutero sobre la Iglesia Católica (las *95 Tesis*), y contribuyó a la proliferación de la Biblia en lenguaje popular (entre otros efectos). Tener en la cabeza estas dos ideas es fundamental para entender cualquier cambio social derivado de una nueva capacidad técnica. Debido a que los efectos sociales vienen décadas después que los cambios tecnológicos, las revoluciones no consisten en una transición ordenada desde el punto A al punto B. En lugar de esto, van desde el punto A a un largo período de caos, y solo después arriban al punto B. Durante ese periodo caótico, los antiguos sistemas y modos entran en crisis mucho antes de que los nuevos sean estables. A finales del Siglo XV, los escribas convivían con las nuevas imprentas, pero ya no proveían un servicio irreemplazable. A pesar de que su función principal había sido reemplazada, los escribas seguían pensando que eran esenciales.

En el año 1492, casi medio siglo después de que la imprenta de tipos móviles apareciera, Johannes Trithemius, el Abad de Sponheim, se sintió compelido a hacer una apasionada defensa de la tradición de los escribas, y escribió *De Laude Scriptorum* ("En defensa de los Escribas", literalmente). En este trabajo, Trithemius presentó el valor y la virtud de la tradición escribal: *"El monje devoto recibe cuatro beneficios directos de escribir: su tiempo precioso se usa provechosamente; su entendimiento es iluminado mientras escribe; su corazón se llena de devoción; y después de esta vida, le espera una recompensa única."* Noten como los beneficios de la tradición escribal son presentados aquí como aquellos que disfrutan los escribas, y no la sociedad.

La posición del Abad podría considerarse simplemente un impulso reaccionario ("Debemos preservar lo antiguo a cualquier costo") si no fuera por un detalle. Si en el año 1492, hubieras escrito un tratado y necesitaras difundirlo todo lo posible, ¿qué harías? Lo hubieras llevado a una imprenta, por supuesto: y eso es exactamente lo que el Abad hizo. *De Laude Scriptorum* no fue copiado por escribas: fue armado con tipos móviles de modo de obtener mucha cantidad de copias –algo para lo que los escribas eran absolutamente inadecuados. El contenido del libro del Abad reivindicaba a los escribas, pero su forma impresa los maldecía: en este caso, el medio saboteó al mensaje.

Vemos aquí una forma de hipocresía que tiene mucho para enseñar. Un profesional generalmente se convierte en guardián, cumpliendo una función social necesaria pero al mismo tiempo controlando esa función. A veces esta función de guardián se hace cumplir con la ley (solo los jueces pueden mandar a alguien a la cárcel, solo los médicos pueden hacer una cirugía) pero otras veces está vinculada a una tecnología, como en el caso de los escribas, que dominaban la técnica de la escritura. Es necesario mucho esfuerzo para mantener la disciplina y estructura de una profesión. Los escribas existían para contribuir a la difusión de la palabra escrita, pero cuando apareció un modo más eficiente de cumplir esa tarea por otros medios, el Abad de Sponheim apareció para discutir que preservar el modo de vida del escriba era más importante que cumplir su misión por otros medios.

La auto-preservación y autodefensa de los profesionales, algo valioso en tiempos normales, se convierte en una desventaja durante tiempos revolucionarios, porque los profesionales están siempre preocupados con las amenazas a la profesión. Muchas veces, estas amenazas son también amenazas a la sociedad: no quisiéramos que dejara de haber requisitos para convertirse en cirujano o piloto de avión. Pero algunas veces, lo que amenaza la profesión, en realidad beneficia a la sociedad como un todo, como sucedió con la aparición de la imprenta: en estos casos, es probable que los profesionales se preocuparán más por la preservación de su profesión que por el progreso. Lo que alguna vez fue un servicio funcional, hoy es un cuello de botella. La mayoría de las organizaciones creen tener mucha más libertad de acción y capacidad para dar forma a su futuro de lo que realmente tienen. La evidencia de que el ecosistema empieza a cambiar de modos que no pueden controlar genera ansiedad, incluso si el cambio representa un avance para la sociedad.

La amateurizacion masiva rompe con las categorías profesionales

Hoy la profesión del escriba es un pintoresco recuerdo del pasado, pero el hábito de atar categorías profesionales con procesos mecánicos sigue en plena vigencia. La definición de periodista, aparentemente una profesión estable y robusta, resulta estar atada también a un modo particular de producción.

En el año 2006, Judit Miller, por entonces una reportera del New York Times, se convirtió en un referente para los periodistas americanos al ser encarcelada durante 85 días, por negarse a revelar sus fuentes ante una investigación federal. Judith finalmente cedió, luego de que sus fuentes le hicieron saber que no esperaban confidencialidad de su parte, y fue liberada, pero para entonces su encarcelamiento había creado mucho malestar en torno al destino del privilegio periodístico –el derecho de los periodistas de hacer promesas de confidencialidad de modo de convencer fuentes potenciales para que cooperen. Aún cuando los periodistas tienen algún tipo de amparo legal en 49 de los 50 estados de Estados Unidos, no existe algo similar a nivel de leyes federales. Atentos al riesgo de cárcel federal para los miembros de la prensa, algunos miembros del congreso presentaron propuestas para crear este amparo federal. De manera sorpresiva, lo que parecía algo meramente técnico –aplicar a nivel federal una serie de regulaciones que ya existían a nivel de los estados individuales- resultó ser no solamente algo complejo, sino directamente imposible. Y las dificultades provenían de una simple pregunta: *¿Quién, exactamente, debería tener privilegios periodísticos?*

La respuesta tautológica a esta pregunta es que los periodistas deberían tener privilegios periodísticos. ¿Pero quiénes son los periodistas? El Oxford English Dictionary define "*periodista*" como "*una persona que escribe para diarios o revistas, o prepara noticias para ser transmitidas por radio o televisión*". Esta es una definición extraña: más que dar una descripción del periodista, es una nómina de los lugares donde puede trabajar. Desde esta perspectiva, los periodistas no son periodistas a menos que trabajen para un medio de comunicación, y los medios no son medios de comunicación a menos que tengan la propiedad de los medios de producción. Esta definición ha funcionado por décadas, porque los lazos entre periodistas, editores y medios de producción eran fuertes. Mientras la distribución fuera costosa, los medios serian pocos. Mientras los medios fueran pocos, sería fácil hacer una lista, y de ese modo identificar a los periodistas como los empleados de los medios. Esta definición, inestable como es, era suficiente para darle base legal al privilegio periodístico – tenemos así una clase profesional de contadores de verdad, a quienes se les otorga una cierta libertad para manejarse al costado de la ley. No hacía falta preocuparse demasiado en pensar que esos privilegios fueran para demasiadas personas, porque bueno, no cualquiera podía ser un medio de comunicación.

Y ahora eso es exactamente lo que está pasando. Para empezar, cualquier persona que viva en el mundo desarrollado puede publicar cualquier cosa en cualquier momento, y al momento de ser publicado ese contenido está globalmente disponible y es fácilmente ubicable. Si cualquiera puede ser un medio, eso significa que cualquiera puede ser un periodista. Y si cualquiera puede ser un periodista, entonces el privilegio periodístico se convierte en un agujero legal demasiado grande para ser tolerado por el sistema. El único modo de otorgar seguridad a los periodistas de investigación, y al mismo tiempo preservar la capacidad de la ley para perseguir y castigar a quienes cometen actos ilegales, es que esos privilegios se apliquen a una minoría. Imaginen un mundo donde cualquier blogger pudiera reclamar amparo legal para no testificar: *"Ah, no puedo dar testimonio sobre eso. Lo estuve publicando en mi blog, así que lo que me dijeron es confidencial"*

Y al mismo tiempo, tampoco podemos directamente excluir a los bloggers. Muchos de los autores de blogs más leídos son periodistas, como el corresponsal de guerra Kevin Sites, que fue despedido de la CNN por bloggear y abrió su propio sitio; o Rebecca Mackinnon, que trabajaba en CNN y fundó Global Voices, una organización dedicada a difundir el blogging en el mundo; o Dan Gillmor, un periodista del *San Jose Mercury News* que blogeo tanto durante como después de ocupar su cargo, y muchos más. Es tentador considerar a estos bloggers como periodistas, porque ya lo eran antes de escribir en sus sitios, pero eso sería ignorar el blog como medio: si fuera así, para ser periodista alguien debería haber sido ungido como tal sólo por su paso en un medio tradicional. Pensar de este modo repite aquello que la definición original tenia de malo, a saber: que la definición de quien es o no un periodista no tiene consistencia interna, sino que depende de la propiedad de los medios de producción. Una definición de este tipo excluiría a Ethan Zuckerman, uno de los cofundadores de Global Voices junto a Mackinnon; es realmente difícil imaginar una definición sensata de periodista que la incluya a ella y no a él, pero también es difícil pensar en una definición que los incluya a los dos sin dejar la puerta abierta para millones de bloggers, un grupo demasiado grande como para ser definido como periodistas. Al mismo tiempo, la definición anterior excluiría a Xeni Jardin, una de las escritoras del sitio Boing Boing que, como resultado de su actividad, fue contratada por NPR (Radio Nacional Publica). *¿Se convirtió Xeni en*

periodista luego de que NPR la contratara? ¿Lo que había hecho para Boing Boing se convirtió en trabajo periodístico después de trabajar en NPR? Y la lista de preguntas sigue.

La respuesta sencilla para esto es que no existe una respuesta sencilla. Los privilegios periodísticos están basados en la escasez de medios de comunicación. Mientras fue fácil identificar a los medios, era fácil saber quiénes eran los periodistas. Podíamos considerar a los periodistas como una categoría profesional, como una minoría. Ahora la escasez ha desaparecido. Frente a la nueva abundancia de opciones para publicar, podríamos seguir agregando posibles medios a los que está atado el periodismo: diarios y televisión, y también blogs, video blogs, podcasts y más. Pero los últimos ítems de la lista son diferentes porque no tienen escasez incorporada. Cualquier puede ser un medio aquí, cualquiera puede publicar (y frecuentemente lo hace). No va a haber nunca un momento en que la sociedad pare y diga *¿Queremos esto? ¿Queremos los cambios que el nuevo aluvión de producción, acceso y distribución de información va a traer?* Ya ha sucedido: de muchos modos, la aparición de redes grupales ya no se ve como una invención, sino como un evento, algo que ha sucedido en un mundo que no tiene vuelta atrás. Del mismo modo que con la imprenta, la pérdida de control profesional será contraproducente para muchas de las instituciones sociales, pero está pasando de todos modos. La comparación con la imprenta no sugiere que estemos entrando en un futuro maravilloso – desde su invención, y durante 100 años, la imprenta de tipos móviles quebró mucho más de lo que arreglo, arrojando a Europa a un periodo de caos político e intelectual que duró hasta el siglo XVII.

Esta disquisición se convirtió en algo mucho más que académico, cuando el blogger Josh Wolf fue arrestado en 2005 por no entregar un video que había filmado en San Francisco. Wolf estuvo 226 días en prisión, mucho más que Judith Miller, antes de ser liberado. En uno de sus primeros posts después de recuperar su libertad, decía *"La pregunta que necesitamos hacernos no es ¿Es Josh Wolf un periodista?, sino ¿Merecen los periodistas la misma protección ante los tribunales federales que tienen ante los tribunales estatales?"*. Sin embargo, esto es incorrecto, porque asumir sencillamente que Wolf es un periodista rompería con las categorías de lo que la sociedad entiende como periodistas. La pregunta que necesitamos hacernos es *"Ahora que cualquiera puede llevar adelante tareas periodísticas, ¿Cómo deberíamos cambiar la noción de privilegios periodísticos para que sea coherente con esta nueva realidad?*" Admitir a Wolf dentro de la categoría de los periodistas rompe con la antigua visión de la categoría, dándole a la pregunta *¿Quién es periodista y quien no?* una nueva dimensión de complejidad.

El patrón es fácil de ver con los periodistas, pero podemos aplicarlo a otras profesiones. ¿Quién es fotógrafo profesional? Como sucede con los periodistas, la categoría de "fotógrafo profesional" pareciera tener coherencia interna, pero algo cambió con la creación de los sitios online para compartir fotografías. La amenaza a los fotógrafos profesionales vino de la mano de un cambio, no solo en el modo en que las fotos eran producidas, sino en el modo en que eran distribuidas. Al contrario de lo que pasaba algunos años atrás, tomar y publicar fotografías hoy en día ya ni siquiera requiere comprar una cámara (los teléfonos móviles vienen con cámaras de alta definición), y ciertamente ya no requiere acceso a un cuarto oscuro o a una tienda de revelado. Con un teléfono móvil y un sitio para compartir fotos online, la gente puede sacar fotos que son vistas por miles, y en algunos casos, millones de personas, sin que medie ningún intercambio de dinero.

Los dos efectos inmediatos de esto son un incremento exponencial de fotos amateurs de alta calidad, y una amenaza al negocio de los profesionales. Jeff Howe, autor del libro *Crowdsourcing*, escribe sobre el sitio iStockPhoto.com, una página web donde los fotógrafos pueden ofrecer su material para que sea usado en publicidad y promociones (una práctica llamada *banco de imágenes*). Antes de que existieran servicios como iStockPhoto, los amateurs no tenían un medio de distribución para vender sus fotografías, sin importar que tan buenas fueran, dejándole el camino libre a los profesionales. Debido a que uno de los servicios que los profesionales proveían era sencillamente la disponibilidad de sus fotos, algo que los amateurs no tenían, podían cobrar un alto precio por cada foto que vendían. ¿Qué tan alto podía ser ese precio? Cuando un director de proyecto del National Health Museum, por ejemplo, necesitaba imágenes de enfermos de gripe, señala Howe, el precio que un fotógrafo profesional cobraba estaba arriba de los $100 (luego de un descuento) por cada foto, mientras que el precio de una foto sobre el tema en iStockPhoto es de un dólar: menos de un 1% del precio que cobran los profesionales. Gran parte del precio que tenían las fotos de los profesionales tenía que ver con la dificultad de encontrar la foto correcta, más que de la diferencia de calidad entre una foto tomada por un profesional y una tomada por un amateur. El éxito de iStockPhoto sugiere que no hay un corte tajante en la vieja división entre amateurs y profesionales, sino más bien una línea flexible, que puede calcularse una foto a la vez. Si un amateur ha tomado una sola buena fotografía en su vida, pero podemos encontrarla ¿Por qué no usarla? Lo mismo que con la profesión del periodista, iStockPhoto muestra que la aparentemente estable profesión del fotógrafo está basada en criterios que son externos a la profesión como tal. Hoy por hoy, el único que puede determinar a ciencia cierta quien es un fotógrafo profesional y quien no es el fisco: en los Estados Unidos, el IRS define a un fotógrafo profesional como alguien que gana más de $5000 dólares al año vendiendo fotos.

Las nuevas capacidades comunicacionales también están cambiando definiciones sociales que no están atadas a una profesión. Piensen en lo que le paso a Sherron Warkins, una contadora que trabajaba en la compañía de energía Enron. En el año 2001, Watkins escribió un email a varios ejecutivos de Enron, así como a la empresa que llevaba la contabilidad, titulado "*La pistola humeante que no van a poder apagar*" donde detallaba todas las actividades peligrosas que Enron estaba usando para ocultar sus verdaderos costos y ganancias. Como Watkins correctamente escribió "*Estoy aterrada de que esto desencadene una ola de escándalos contables*", que es exactamente lo que paso un año después. Watkins fue considerada como el soplón en el caso Enron, incluso cuando su email fue enviado solo a algunas personas de la compañía y a la firma contable Arthur Andersen. A diferencia de otros soplones, lo único que hizo Watkins fue escribir un memo interno: no filtró ningún dato a la prensa o a los medios masivos. Lo que nos enseña que, aun así, Watkins haya sido marcada como la soplona es que, en una era de reproductibilidad perfecta e infinita, el mismo acto de mandar un mail es casi publicar algo al mundo, porque una vez que el mail fue enviado, es prácticamente imposible destruir todas las copias, y cualquiera que tenga una puede retransmitirla al mundo fácilmente. Hoy, y seguramente de ahora en adelante, el acto de crear y hacer circular evidencia de actos ilícitos a más de un par de personas, incluso si trabajan juntas, estará visto como un acto público.

El patrón es sencillo de ver –lo que parece una categoría fija y estable como "periodista" resulta estar atada a una escasez accidental, producto del alto costo de las herramientas de producción. A veces

esta escasez viene de varias décadas atrás (como es el caso con los fotógrafos) y otras veces son siglos (como los periodistas), pero de cualquier modo sigue siendo un producto de las circunstancias. Y cuando la escasez se deshace, esas categorías aparentemente estables empiezan a ser difíciles de mantener. Esto no significa que el periodismo profesional y los fotógrafos profesionales no existan –no somos tan ingenuos para confundir a Bob Woodward o Annie Liebowitz con un amateur- pero sí significa que la distinción primaria entre los dos grupos ha desaparecido. Lo que alguna vez fue un precipicio infranqueable, hoy es solamente un saltito.

Para ser un medio de comunicación era necesario acceso a una imprenta, y como resultado el acto de publicar algo estaba limitado a una pequeña parte de la población: además, llegar a una audiencia que se encontraba fuera de un área geográfica determinada era todavía más difícil. Ahora, cuando un usuario se conecta a Internet, tiene acceso a una plataforma que es al mismo tiempo global y gratuita. No es solo que nuestras herramientas de comunicación son más baratas: también son mejores. Son herramientas que favorecen a los usuarios innovadores, porque son considerablemente más flexibles que las que teníamos. La radio, la televisión y los teléfonos tradicionales son medios que dependen de empresas con fines de lucro, que tienen la propiedad de equipos costosos conectados a dispositivos de consumo baratos que no pueden hacer demasiado por sí mismos. El nuevo modelo supone que los dispositivos en sí mismos son inteligentes: y al mismo tiempo, esto significa que el usuario puede proponer y explorar nuevos modelos de comunicación y coordinación sin necesitar el permiso de nadie (ante el horror de muchas empresas de medios tradicionales). Como dice Scott Bradner, un antiguo miembro de la Sociedad de Internet: “La Internet significa que no tienes que convencer a nadie de que algo es una buena idea antes de probarlo”

Cualquiera que tenga una cámara o un teclado es una organización sin fines de lucro por sí mismo, y publicar contenidos propios es la norma. Lo que hace a nuestra realidad aún más extraordinaria es que este salto tecnológico no es igual a la invención del automóvil y la línea de montaje, donde un producto bajó tanto de costo que se transformó de un bien de lujo a algo accesible para todos. Este desarrollo tecnológico es más bien similar a la historia del alfabetismo, donde una habilidad particular pasa de ser la propiedad de un grupo de profesionales, a estar imbricada en la sociedad, de manear ubicua, y disponible para la mayoría de los ciudadanos.

Cuando la reproducción, la distribución y la categorización eran difíciles, como fue el caso durante los últimos 500 años, necesitábamos profesionales que se hicieran cargo de ese trabajo, y los respetábamos en función del servicio que prestaban. Ahora esas tareas son más fáciles, y muchos de esos roles son opcionales: incluso en algunos casos pueden convertirse directamente en un obstáculo de acceso, poniendo así a quienes proveían los servicios en conflicto con sus antiguos clientes. Un ejemplo divertido sucedió en el año 2005, cuando Transports Schiocchet Excursions (TSE), una compañía de transporte francesa, demandó a varias mucamas francesas que antes habían sido usuarias del servicio para ir a sus trabajos en Luxemburgo. ¿El crimen de las mucamas? Compartir el auto. TSE demandó que las mujeres fueran multadas, y los autos confiscados, sobre la base de que el servicio que se estaban prestando mutuamente – transporte a sus lugares de trabajo- debía ser provisto pura y exclusivamente por un servicio comercial tal como TSE (el caso está aún pendiente de sentencia).

Aunque este incidente pareciera ser un sinsentido, la estrategia de TSE –demandar antiguos clientes por organizarse – es exactamente lo mismo que están haciendo la industria de la música y del cine hoy en día. Esas industrias proveían un servicio al distribuir música e imágenes, pero hoy cualquier puede hacer eso de manera sencilla, de múltiples maneras que son al mismo tiempo más baratas y más flexibles que las que desarrollaron y poseen las compañías comerciales, como vender CDs y DVDs en una tienda. De cara a estos nuevos modos ultra eficientes, esas empresas tienen interés en hacer que sea lo más difícil posible distribuir música y películas, de modo de mantener su estructura de negocio – precisamente el resultado que la compañía de transporte francesa (y el Abad) estaban buscando.

En un mundo donde publicar es fácil, la decisión de publicar algo no es terriblemente pesada. Del mismo modo que los tipos móviles le dieron más valor a saber leer y escribir, al tiempo que destruían la tradición escribal, la capacidad de publicar contenidos global y gratuitamente está haciendo que la acción y el discurso público ocupen un lugar más relevante, aun cuando esta abundancia va en contra de los medios profesionales. Para una generación que está creciendo sin la escasez que hizo a la publicación de contenidos una tarea seria y dedicada, la palabra escrita ya no tiene un valor especial en sí misma. Adam Smith, en *La Riqueza de las Naciones,* señalaba que a pesar de que el agua era mucho más importante para la vida humana que los diamantes, los diamantes eran mucho más costosos porque eran escasos. La misma base sobre la que los escribas se apoyaban se desvaneció, no cuando la capacidad de leer y escribir desapareció, sino cuando se hizo ubicua. Si todos podemos hacer algo, entonces ya no es lo suficientemente escaso como para pagar por eso, incluso si es algo vital.

La difusión del alfabetismo después de la invención de la imprenta de tipos móviles no garantizó el éxito de los escribas, sino su fin. En lugar de llevar a una profesionalización masiva, el aumento del alfabetismo fue un proceso de amateurización masiva. El término “escriba” no se empezó a aplicar a todos los que podían leer y escribir. En lugar de eso, simplemente desapareció, porque dejo de denotar a una clase profesional. La profesión del calígrafo existe hoy como un arte puramente decorativo: hacemos una distinción entre la habilidad común de escribir y la habilidad profesional de escribir caligráficamente, del mismo modo que hacemos una diferencia entre la habilidad común de manejar y la profesional de conducir un auto de carreras. Esto es lo que está pasando hoy, no solo a los diarios y a los medios de comunicación, sino a todo el conjunto de la sociedad.