IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/notas/taxistas-uber-periodismo-crisis-opinion/
FECHA ORIGINAL	28 de marzo de 2019 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/notas/ · Nota · Leer
HUELLA SHA-1	**e705f9830aea9bdc** — huella del cuerpo archivado, calculada el 28 de septiembre de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Derechos Humanos · Globalizacion · Influencers · Instagramers · Internet · Medios de Comunicacion · Periodismo · Periodismo en Colombia · Taxistas · Uber

NOTA

Taxistas en tiempos de Uber

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **28 de marzo de 2019** en *¡PACIFISTA!*

#OPINIÓN | Los medios tradicionales están en crisis y me gusta que esté pasando.

Por: Adolfo Zableh Durán

No es alentador hablar con periodistas por estos días. Y no es de ahora, el pesimismo viene desde hace años. Revista, periódico o radio, da igual: llega uno a la redacción de un medio o se reúne con varios para almorzar y el panorama es el mismo. Despidos, reestructuraciones, sueldos a la baja. Por eso trato de evitar a mis colegas, ese ambiente termina contagiando las ganas de tirar la tolla.

Lo cierto es que los medios tradicionales están en crisis y me gusta que esté pasando. Al margen de los amigos en problemas, de los despidos de colegas y de que la situación también me haya afectado, es oportuna una coyuntura así, y más que oportuna, lógica. Por muy doloroso que pueda ser el panorama, nadie puede decir que esté sorprendido.

Información va a existir siempre, pero la forma en que se produce y se consume cambió y el periodismo no ha sabido dar con la tecla. Es decir, los grandes medios de siempre y los periodistas

que pasamos por una facultad no supimos modernizarnos. Somos taxistas en tiempos de Uber. En un mundo donde las redes mandan y los influenciadores facturan como multinacionales, es necesario replantear el oficio y la dinámica del negocio. La solución no puede ser cerrar los medios y volvernos todos youtubers e instagramers. Suena fácil, eso sí, casi como el sueño de todos: independizarse y hacer mucho dinero con el mínimo de esfuerzo y preparación, apenas con un celular. Porque serán famosos y millonarios, pero así como los periodistas somos taxistas, ser influenciador es el nuevo montemos un puesto de empanadas. Hay demasiados y son pocos los que realmente ofrecen algo diferente. Yo no los consulto, no los entiendo, no me divierten ni me aportan, pero algo deben estar haciendo bien para que sean de consumo masivo.

Pero insisto, la crisis no es culpa de ellos, ni del internet ni de Facebook, es culpa del periodismo mismo. Hay mala preparación en las facultades y exceso de periodistas. Esto se debe a que estudiar y ejercer el periodismo es muy fácil. No te demanda mucho y si te equivocas no es grave; nadie se te va a morir en la mesa de cirugía. Tanta oferta de mano de obra hace que los sueldos sean bajos, y con mala remuneración, lo que de paso causa que la exigencia y la rigurosidad de los periodistas disminuya también.

También están la soberbia y el servilismo. Durante años los periodistas nos creímos la verga, muchas veces dueños de la verdad, casi unas estrellas. Nos creíamos intocables, infalibles. Eso y que nos vendimos al poder, a las marcas, al dinero, así no hubiera demasiado. Nos convertimos en perros guardianes del orden establecido, al cual nunca criticamos. Si en Colombia hay tanto poderoso impune que maneja esto como su finca se debe también en parte al silencio de la prensa tradicional, mansa cuando de hablar de temas realmente importantes se trata. En casos de injusticia muchas veces toma el lado del opresor y le lava la imagen. Y ahí sí, gracias al internet y a las voces independientes, los consumidores de información nos han dejado en evidencia y por eso no quieren saber nada de nosotros. Y está bien, nos merecemos ese castigo y es nuestro deber replantear y levantarnos.

Periodistas de vieja guardia o influencers del nuevo milenio, al final el secreto es solo uno: el contenido. Usted puede tener recursos, planeación, estrategia de mercadeo, miles de micrófonos a su servicio, que si el contenido no es bueno, no lo van a consumir así haga malabares. Es un principio tan básico que se nos ha olvidado. Preocúpese por ser relevante, por diferenciarse, por

tocar las fibras de la gente y de la sociedad, pero con argumentos, con un propósito, no haciendo ruido solo por hacer ruido y facturar. Si lo logra, verá que le va a ir bien independientemente del medio y del formato que escoja para difundir su mensaje. Suena fácil, y a la larga es fácil, pero a la vez es tremendamente complicado. Buena suerte.

CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2019, 28 de marzo). Taxistas en tiempos de Uber. ¡PACIFISTA!. https://pacifista.tv/notas/taxistas-uber-periodismo-crisis-opinion/

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «Taxistas en tiempos de Uber». ¡PACIFISTA!, 28 de marzo de 2019. https://pacifista.tv/notas/taxistas-uber-periodismo-crisis-opinion/

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "Taxistas en tiempos de Uber". ¡PACIFISTA!, 28 de marzo de 2019, https://pacifista.tv/notas/taxistas-uber-periodismo-crisis-opinion/.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.